

Архитектура выбора: надж-технологии как инструмент государственной политики

Иванова Полина Викторовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Москва, Россия

E-mail: apollinaire1877@gmail.com

Опыт исследований в области поведенческой экономики убедительно доказал, что в своем выборе человек зачастую подвержен воздействию среды, сиюминутных порывов, предубеждений [6]. Психолог Д. Канеман (2014, с.125) объясняет это существованием двух систем мышления: Система 1 срабатывает автоматически, не требуя особого контроля; Система 2 отвечает за сознательные умственные усилия, концентрацию. Большую часть времени активна Система 1, и именно под ее воздействием в процессе принятия решений возникают различные субъективные сдвиги.

Последствия таких отклонений от рациональности отражаются не только на жизни индивидов и их семей, но также на функционировании правительства, бизнеса, общества в целом. Чтобы помочь людям делать правильный выбор, правительство может использовать различные инструменты: ограничения, запреты, стимулирование, обучение. Но в условиях современного демократического общества такие патерналистские меры претендуют на ограничение свободы индивида [4], что неизменно встречает широкое противодействие со стороны общества, - достаточно вспомнить опыт запрета курения в общественных местах в России.

Именно поэтому чрезвычайно важной задачей в сфере политического управления представляется разработка стратегий оптимизации принятия решений. В последние несколько лет эти новые стратегии направлены не столько на то, чтобы стимулировать правильный выбор путем активизации Системы 2, сколько на то, чтобы обратить действие Системы 1 на пользу субъекта управления посредством изменения контекста выбора [5].

Этот последний способ подробно описывают в своей книге Ричард Талер и Кесс Санстейн [2]. Их подход, получивший название «надж» (англ. nudge- легкий толчок локтем) позволяет, не ограничивая свободы выбора, мягко подтолкнуть индивидов к оптимальному и рациональному решению.

«Надж» представляет собой создание архитектуры выбора, которая позволяет изменить поведение людей нужным образом, не вводя запретов и не меняя системы экономического стимулирования (Thaler & Sunstein, 2008, с. 6).

Ключевая характеристика предлагаемой Талером и Санстейном стратегии - создание архитектуры выбора. «Архитектор» отвечает за организацию контекста, в котором осуществляется выбор - начиная с расстановки продуктов на полке в супермаркете и заканчивая разработкой избирательных бюллетеней.

Даже незначительные на первый взгляд изменения в обстоятельствах выбора могут оказать существенное воздействие на поведение человека. В Британии всего несколько строк в письмах к должникам смогли повысить сбор налогов с 68 до 83 процентов [7]. Власти использовали так называемый «социальный надж»: достаточно вместо угроз отправлять неплательщикам информацию о том, что большинство их соседей платит налоги вовремя.

Создание удобной для индивида среды принятия решения приведет его к лучшему выбору. Нарисованные на тротуаре зеленые следы ног, показывающие дорогу к мусорным

ящикам, способны сократить количество мусора на улицах на 46% [3].

Такое сочетание стимулов и реакции, которое не запутывает и не перегружает Систему 1 - главное условие эффективной архитектуры выбора.

Талер и Санстейн, в силу существования так называемой инерции выбора и приверженности статусу кво, в качестве неотъемлемой составляющей называют, например, конструирование параметров по умолчанию: они прокладывают путь наименьшего сопротивления [2].

Кроме того, архитектура выбора должна предугадывать и предупреждать ошибки [2], зачастую возникающие вследствие невежества или невнимательности. Ярким примером являются современные автомобили, которые самостоятельно выключают фары с остановкой двигателя и издадут неприятные звуки, если водитель забыл пристегнуться.

Обратная связь - не менее важный элемент архитектуры выбора. Нужно напоминать людям о возможных негативных последствиях их решений, контролировать процесс их принятия, а также предупреждать о том, что что-то идет не так [2].

Крайне полезным инструментом, по мнению Талера и Санстейна, является картирование [2]. Хорошая архитектура выбора позволяет человеку составить у себя в голове карту альтернатив, в которой легче сориентироваться и которая, соответственно, подталкивает к правильному выбору. Можно сделать информацию об альтернативах более понятной, например привести громоздкие количественные данные в более доступную, удобную для сравнения и легко применимую в повседневной жизни форму.

Еще один способ повлиять на решения людей - структурирование комплексной задачи [2]. В случае перегрузки информацией и избытка альтернатив люди склонны пользоваться разнообразными стратегиями упрощения, что может привести к дефектам при принятии решения.

И, наконец, еще одна неотъемлемая составляющая архитектуры выбора - это поощрения и стимулы [2], которые должны соответствовать ситуации выбора.

Как отмечают Талер и Санстейн, между архитектурой выбора и архитектурой в традиционном смысле существует множество параллелей. Ни в том, ни в другом случае дизайн не может быть «нейтральным» [2]. Ужасное заблуждение - считать, что архитектор выбора может избежать влияния на принятие решений.

Таким образом, умышленно или нет, но «надж» будет подталкивать человека в сторону той или иной альтернативы. Особенно в настоящее время, учитывая растущее сопротивление общественности всякого рода налогам, запретам и ограничениям, в достижении общественно значимых целей метод «толчка локтем» представляет собой действенную альтернативу многим традиционным и зачастую неэффективным инструментам государственной политики.

Источники и литература

- 1) Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. М., 2014
- 2) Thaler R., Sunstein C. Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness. New Haven & London: Yale University Press, 2008
- 3) Ly, K., Mazar, N., Zhao, M., Soman, D. (2013) A Practitioner's Guide to Nudging // Research Report Series: Rotman School of Management. 2013. 15 March. p. 3 – 23
- 4) Milkman, K.L., D. Chugh and M.H. Bazerman. (2009) How Can Decision Making Be

Improved? // Perspectives on Psychological Science, Vol. 4. No. 4. p. 379-383

- 5) Soman D. (2013) Nudge – Making policy through a behavioural lens // POLICY OPTIONS. 2013. June. p. 10-13
- 6) Stanovich K., Toplak M., West R. (2010) Contaminated Mindware: thinking biases of the cognitive miser // Rotman Magazine. Winter. 2010. p. 16 – 21
- 7) Зубков Б. Поведенческая экономика // Vip premier / Экономика. Методы. 2013. URL: <http://www.vip-premier.ru/inside.php?action=statia&id=7353&pid=757> (Дата обращения: 02.02.15)