

A DÖNTÉSI HELYZETEK TUDATOS TERVEZÉSÉNEK HÁTTERE

A NUDGE FOGALMA, MÓDSZEREI ÉS KRITIKÁI

Richard Thaler és Cass Sunstein nudge-ról szóló könyve alig tíz évvel ezelőtt, 2008-ban jelent meg, de a meghatározó munka mára számos kutatást eredményezett, a döntéstervezés újabb és újabb kísérleteiről jelentek meg tudományos beszámolók. Egyre több konferenciát rendeznek a témakörben, sőt egyes országok, mint például Nagy-Britannia, a nudge-okat egyenesen a kormányzati politikák részévé emelték. A témában született nagyszámú publikáció jelentős része mindegyik kritikusán áll hozzá az új eszközhöz, a nudge koncepciója igen hamar politikai, filozófiai és etikai viták ösztüzében találta magát. A szerzők cikkükben szisztematikusan feltájják a nudge körüli szakirodalmat, osztályozzák különböző megvalósulási formáit, bemutatják a szakpolitikai vonatkozásokat, és kitérnek a nudge-ok alkalmazását ért kritikákra is.

Kulcsszavak: nudge, döntésemélet, döntéstervezés, szakpolitikák

A 'nudge' magyarul nehezen visszaadható kifejezés: eredetileg valakinek a megbökését, meglökését, Richard Thaler és Cass Sunstein értelmezésében a döntéshozók valamilyen irányba történő terelését, ösztökélését jelenti. A nudge, bár valamilyen előre definiált döntés felé irányítja a döntéshozót, továbbra is meghagyja a döntés szabadságát. Thaler és Sunstein (2008) nudge-ról szóló könyvükben vezették be a döntéstervezés (choice architecture) fogalmát is, melynek lényege, hogy a döntési helyzetek kialakításánál vegyük figyelembe a magatartástudományi döntéseméletből ismert csapdákat, torzításokat. Az emberek, korlátozott kognitív képességeik és a környezet komplexitásának köszönhetően, nem képesek mindig racionális döntéseket hozni (Szántó, 2011). A döntéstervezők ennek megfelelően úgy alakítják ki a döntési szituációkat, hogy a döntéshozók a maguk számára kedvező döntéseket hozzanak. Fontos kiemelni, hogy a nudge nem operál lényeges közgazdasági ösztönzőkkel, és nem korlátozza a döntéshozót abban, hogy olyan alternatívát válasszon, amely számára kedves (Thaler – Sunstein, 2008). Az előbbieket értelmében például a dohányzás törvényi tiltása buszmegállókban nem számít nudge-nak, de elrettentő képek elhelyezése dohánytermékeken igen, hiszen utóbbi nem korlátozza a vásárlókat, hogy dohányterméket vegyenek, de tudatalattijukra hatva igyekszik elbátorítani őket a káros szenvedélyük gyakorlásától.

Jelen tanulmányban a 2008 óta nudge témakörben megjelent tanulmányokat dolgozzuk fel, igyekezve egyrészt megvilágítani a nudge-ok elméleti hátterét, másrészt gyakorlati példákon keresztül bemutatni azok hatásmechanizmusait, harmadrészt azok szakpolitikai (policy) vonatkozásait. A tanulmány utolsó részében azokat a kritikákat vesszük sorra, amelyekkel a nudge-ok alkalmazását rendre illetik.

Az irodalomfeltárás módszertana

Jelen irodalmi áttekintés az EBSCO adatbázis 2008 és 2016 szeptembere között lektorált akadémiai folyóiratokban publikált cikkek absztraktjainak szövegében a

„nudge” és „policy” szavakra történő keresésével leszárt 129 cikk merítéséből készült.

Az absztraktok áttekintése alapján 20 olyan írást szűrünk ki, amelyek nem voltak relevánsak kutatásunk szempontjából vagy a nudge fogalmát túl tágan értelmezték, vagy csak említés szintjén használták. Emellett további 30 cikk nem kapott helyet az összefoglalásban, melyek anynyira széttagozódo témaköröket fedtek le, hogy ezen átfogó szintetizálásba nem fértek bele. A szintetizálásban az elsődleges fókusz az alkalmazások és jelenségek kapta, amelyek által a nudge-ok hatásosak lehetnek, emellett a nudge-ok szakpolitikai alkalmazásának megvalósításáról szóló írárok és a nudge-ok alkalmazásának aggályairól szóló szakmai diskurzus jelentős részét emeltük ki.

A nudge-ok osztályozása és elfogadottsága

A nudge-ok számos olyan kategorizálására láthatunk példát a szakirodalomban, amelyek valamilyen dichotóm mintázatot mutatnak. Jung és Mellers (2016) például system1 és system2 nudge-okat különböztetnek meg, amikor azt vizsgálják, mely típusú nudge-okat fogadnak el leginkább a döntéshozók. A system1 és system2 megkülönböztetést Stanovich és West (2000) munkája alapján használjuk melyet Daniel Kahneman népszerűsített el a közgazdaságtannal foglalkozók körében: előbbi az agy automatikus kognitív feldolgozó üzemmódját takarja, az utóbbi pedig a deliberatív, megfontolt tudatos agyi működést jelenti. A system1 nudge-ok a gyors intuitív döntéseink csapdáit használják ki (például az iskolai büfékben az egészségesebb és az egészségtelenebb élelmiszerek tudatos elhelyezésével a polcokon), a system2 nudge-ok pedig arra építenek, hogy megfelelő információk birtokában az emberek átgondoltabb, megfontoltabb döntéseket hoznak (pl. az általuk elfogyasztott élelmiszerek tápanyagtartalmának ismeretében). Jung és Mellers (2016) kutatásai arra világítanak rá, hogy az emberek sokkal elfogadóbbak a system2 nudge-okkal szemben, és jobbra elutasítják az automatikus kognitív folyamatokra ható system1 nudge-okat. A system1-system2 pároshoz hasonló Felsen és

szerezőársai (2013) felosztása is: ők nyílt és rejtett nudge-okat különböztetnek meg, és arra jutottak, hogy az emberek előnyben részesítik a tudatos gondolkodásra ható nyílt nudge-okat, a rejtett, tudatalatti folyamatokra ható nudge-okkal szemben. Ezek a felismerések egy érdekes paradoxonra világítanak rá: lehet, hogy egyesek a megfontolt énjükkel egyetértenek bizonyos racionálisnak tűnő célokkal (pl. a súlyfeleslegük csökkentésével), de nem támogatják, hogy mások (pl. a kormányzat) rejtett – gyakran a tudatalattijukra ható eszközökkel – manipulálják őket e célok elérése érdekében (Oliver, 2013).

A nudge-ok egy másfajta kategorizálását adja Baldwin (2014), aki az elsőfokú (first degree) nudge kategóriájába azokat az eszközöket sorolja, amelyek semmilyen módon nem befolyásolják a döntéshozó személyes autonómiáját, de erősítik a reflektív döntéshozatal lehetőségét. Ilyenek lehetnek az információadás egyszerűbb formái vagy az emlékeztetők küldése (pl. „Önnek három hete van az adóbevallása elkészítéséhez”). A másodfokú nudge-ok közé azok az intézkedések kerülnek, amelyek az egyéni döntéshozatali csapdákra építve terelik a döntéshozókat a számukra kedvezőbb választások felé. Ilyen például a hallgatólagos beleegyezésen alapuló, ún. opt-out szervdonor rendszer. A másodfokú nudge-ok esetében a reflexió mértéke szükségszerűen kisebb, de a döntéshozónak még van lehetősége a mérlegelésre. Baldwin (2014) szerint a harmadfokú nudge lényege, hogy a nudge megalkotója úgy manipulálja a döntéshozót, hogy – legtöbbször érzelmi ráhatással – még a reflexió lehetőségét is blokkolni kívánja. Ilyen, ha dohánytermékeken sokkoló, pl. tüdőrákos betegekről készült képeket jelenítenek meg, vagy szublimális üzeneteken keresztül kívánják az embereket az egészséges táplálkozás irányába terelni.

Yeung (2016) a nudge-okra mint a döntési környezet tudatos tervezésének egyik lehetséges elemére tekint. Értelmezésében a kényszerítés és az ösztönzés – bár a döntési architektúra részét képezhetik – nem tekinthetők nudge-oknak, hiszen előbbinél a döntéshozó egyén bizonyos fenyegetések ismeretében dönt egy adott változat mellett, utóbbinál pedig valamilyen kedvező kimenet elérése érdekében választ egy opciót.

Nudge-katalógus – a nudge-ok hatásmechanizmusai

Számos kutató igyekszik a nudge-ok valamilyen katalógusát adni, a nudge eszköztár elemeinek tipizálásával. Az alábbiakban e tipizálások metszetét adjuk közre Korobkin (2009), Blumenthal-Barby és Burroughs (2012), Sunstein (2016), Grüne-Yanoff és Hertwig (2016), Hollands és szerzőársai (2013), valamint Li és Chapman (2013) munkái alapján. Az egyes típusokra egy-egy gyakorlati megvalósulást, illusztratív példát is igyekszünk adni az irodalomfeltárás alapján.

Alapértelmezett opciók (defaultok). A nudge-ok talán legelterjedtebb és legtöbbet tárgyalt fajtáinak számítanak, és arra építenek, hogy a döntéshozók nem feltétlenül változtatnak a számukra felajánlott alapértelmezett opción, a kiindulási helyzet megválasztása így kulcsfontosságú

lehet (például nyugdíjtakarékossági programok kialakításánál). Giesen és szerzőársai (2013), a gyakorlatba ültetve ezt a módszert, kimutatták, hogy táplálkozási szokásainkat is nagyban befolyásolhatja az alapértelmezett opció léte. Hamburger menü vásárlása esetén a kísérleti alanyok attól függően választották gyakrabban a kínált kicsi vagy nagyméretű hasábburgonyát, hogy melyik volt az alapértelmezett opció. Willis (2013a, 2013b) kutatásai azonban arra engednek következtetni, hogy az alapértelmezett opciók hatása különböző szituációkban eltérő lehet, a „ragadóságukat” például befolyásolhatja a döntési környezet átláthatósága, vagy a döntéshozók preferenciájának erőssége. Mazar és Hawkins (2015) ugyanakkor azt is kimutatták, hogy alapértelmezett opciók alkalmazásával a becsületesebb magatartás is ösztönözhető.

Információátadás különböző fajtái. A döntéshozók információkkal történő ellátása számos nudge katalógusban megjelenik, de gyakran átfedésben vannak más típusú nudge-okkal. Ilyenek például az ételcímkezés, vagy a „nézz jobbra!” londoni felirat. Scrinis és Parker (2016) kutatásai során arra a következtetésre jutott, hogy az olyan ételcímke-kategorizáló címkek, mint például az egyesült királyságbeli háromszínű közlekedési lámpára hasonlító ikonok, illetve a csillagokkal történő osztályozás, az egészségesebb táplálkozás felé tudják terelni a fogyasztókat, de e jelzések hatását eltorzíthatja a csomagoláson szereplő többi információ.

Keretkezés (framing). A nudge-ok e típusai azt a jelenséget használják ki, hogy az emberek eltérően reagálnak ugyanannak a döntési szituációnak eltérő megfogalmazásaira: ugyanazon következmények bizonyos nézőpontból nyereségnek, másokból veszteségnek tűnnek, de a tapasztalatok szerint a veszteségekre sokkal érzékenyebben reagálunk, mint ugyanolyan mértékű nyereségekre (loss aversion). Avineri (2012) különböző közlekedési formák közti érzékelt különbséget vizsgálta környezettudatossági szempontból. Két-két jelentősen eltérő széndioxid-kibocsátású közlekedési formát összehasonlítva, amikor az utazási eszközre vonatkozó kérdést nyereségként fogalmazták meg (ezzel a járművel kevesebbet szennyeznének), akkor alig volt érzékelt különbség kimutatható a válaszokban, míg ellenkező esetben (ezzel a járművel többet szennyeznének) a résztvevők határozottan különbözőnek érzékelték a lehetőségeket. Ez mutatja, hogy a veszteségkerülés a közjavak (tisza levegő) felhasználása esetén is kimutatható, és ugyanazon kérdés megítélését nagyban befolyásolja a feltevés módja.

Ösztönzők (incentives). A különböző pénzügyi és nem-pénzügyi ösztönzőkkel közvetlen módon befolyásolhatók egyes döntések, de többen kétségbe vonják, hogy ezek a beavatkozások egyáltalán nudge-oknak nevezhető-e egyáltalán (vö. Yeung (2016) érvelésével). Az ilyen mechanizmusok viszont kétségtelenül nagyon hatásosak tudnak lenni. Haydock (2014) például megjegyzi, hogy az alkoholtermékek minimum árának meghatározásával az angol egészségvédelmi politika egyre bátrabban nyúl ezekhez az eszközökhöz.

Érzelmi asszociációk. A nudge-ok e csoportja arra épít, hogy az újszerű, a személy számára releváns vagy

látványos behatások az egyéneknél olyan érzelmi asszociációkat válthatnak ki, amely jelentékeny mértékben befolyásolják döntéseiket (például dohánytermékek csomagolásán elhelyezett elrettentő képek), átfedésben lehetnek más nudge-okkal, pl. az információátadás különböző formáival. Czap és szerzőtársai (2015) egyazon folyó mentén gazdálkodókat igyekeztek rávenni a környezettudatos gazdálkodásra azáltal, hogy bemutatták a felső folyáson lévő farmereknek, hogy milyen károk okoz az alsó ágon az ő tevékenységük. A kutatás során azt találták, hogy az empátiára alapuló módszer ugyan önmagában kevésbé hatásos, mint a pénzügyi ösztönzők, de utóbbiakkal együtt alkalmazva egymás hatását felerősíthetik.

Társas/társadalmi normák (social norms). Az egyének viselkedésére, döntéseire komoly befolyással bírhat mások, illetve referenciacsoportok viselkedése és választása, így azok tudatosítása az egyén számára sokszor nagyon hatékony nudge-nak bizonyulhat. A normák közvetítésével, felmutatásával azok internalizálására, elfogadására sarkallhatjuk a döntéshozókat. Bell és szerzőtársai (2016) feltáró elemzésükben azt vizsgálták, hogy mi befolyásolja leginkább a gazdálkodók permetezéséről, illetve az ugar meghagyásáról szóló döntésének környezettudatossági szintjét. A legfontosabbnak a csoportos tényezőt találták, azaz az egyéni döntéseket jobban meghatározta a farmer környezetében lévő többi gazdálkodó, mint a saját helyzete, jelleme.

Előfeszítés, előhangolás (priming). Egy inger előzetes közvetítésével, felidézésével az egyén előhangolásával befolyásoljuk a döntéshozó más ingerre adott választát. Ez az ingerlés megvalósulhat az észlelési küszöb alatt is. Blumenthal és Turnipseed (2011) tanulmánya például rávilágít arra, hogy igen jelentős hatása van a szavazási helyszíneknek a leadott voksokra. A szavazóhely előhangoló hatása (polling place priming) kiemelkedően jelentős lehet például templomban kialakított voksolóhely esetén, amely előhívhatja a szavazókból a konzervatív, vallásos értékeket. Véleményük szerint a döntéshozók nem veszik kellően figyelembe ezt a tudatalatti hatást, amely így vesélyezteteti a véleménynyilvánítás szabadságát.

Személyes elköteleződés. A tapasztalatok szerint az egyének általában igyekeznek a nyilvánosan meg tett ígéreteikkel, elköteleződésekkel összhangban cselekedni, amelyet e nudge-ok alkalmazása során aknáznak ki (pl. fogyasztásra, leszokásra tett nyilvános ígérek). Shu és szerzőtársainak (2012) kutatása azt igazolja, hogy egy olyan egyszerű változtatás, hogy a nyomtatvány elején vagy végén kell aláírni az adónyilatkozatot, drasztikus változtatást tud eredményezni az adózók őszinteségét illetően. A nyomtatvány elején történő aláírás által előidézhető az a személyes elköteleződés, amely őszintébb nyilatkozattételre készteti a bevallót.

Az aktív választás kikényszerítése (prompting). Az alapértelmezett opciók alternatíváját jelentheti, ha a döntéshozóktól aktív választást követelünk meg. Azokban az esetekben, amikor a berögzültség vagy a halogatás valós veszély lehet, vagy a nudge-ok megalkotói esetleg nem rendelkeznek a szükséges információkkal, pozitív hatást eredményezhet, ha a döntéshozókat tudatos választás-

ra kényszerítjük. Egy egyszerű vizsgálattal Milkman és szerzőtársai (2011) ennek a mechanizmusnak hatását igazolták az influenza elleni oltás beadását célzó nudge-olásban. Egy vállalat munkatársainak harmadától közvetlenül megkérdezték e-mailben, melyik napon és időpontban szeretnék az injekciót megkapni védelmük érdekében. Ezek az emberek nagyobb arányban mentek el az oltásra, mint azok, akiket csak tájékoztattak a lehetőségről (kontrollcsoport). A harmadik csoportot a kísérletben azok képezték, akiket szintén megkerestek közvetlenül, de csak az oltás beadásának napját kellett megadniuk. E csoport alig kimutathatóan nagyobb arányban jelent meg az oltáson, mint a kontrollcsoport, ami arra enged következtetni, hogy minél specifikusabb választ követel meg a döntési környezet, annál nagyobb lesz a válaszadó elköteleződése.

Figyelem és kognitív hozzáférhetőség. A döntéshozó figyelmének ráirányítása különböző információkra, illetve azok kihangsúlyozása magatartásváltozást eredményezhet. Például, ha az alkoholdermékekre kivetett adó mértékét már az árcédulán feltüntetik, az az alkoholfogyasztásra negatív hatással van. Elbel és szerzőtársai (2014) azt vizsgálták cikkükben, hogy a különböző módon bemutatott adatok hogyan befolyásolják az egészségügyi ellátásra szorulókat (köztük a biztosítás nélküliek) választását. A kutatás során az alanyok többsége elfogadta azt az álláspontot, ami felé a kutatók őket az adatok megjelenítésén keresztül irányították.

Választási lehetőségek pozicionálása. Az egyének számára elérhető opciók bemutatása, azok térbeni elhelyezése befolyásolja a döntéshozatalt. Az élelmiszerek elhelyezése az iskolai büfékben, vagy az étlap tudatos kialakítása éttermekben az egészséges táplálkozás irányában hathat. Wong és szerzőtársai (2015) azt tanulmányozták, hogy a cukrozott és nem cukrozott üdítők vásárlására milyen hatással van az üzlethelységen belüli elhelyezés. A szokásostól eltérő módon (frekvenciált helyen, szemmagasságban, hűtőszekrényben) történő tárolás esetén a nem-cukrozott üdítők 2,8-szor nagyobb mennyiségben fogytak, mint amikor a hagyományos, kevésbé látható helyen voltak.

Időbeliség döntési inkonzisztenciáinak kihasználása. Az egyének általában túlértékelik a jelenbeli fogyasztásaikat hasznát a jövőbeli hasznokkal szemben, így kisebb valószínűséggel takarítanak meg nyugdíjas éveikre. Ha viszont az emberek két jövőbeli állapotot hasonlítanak össze, a túlzott diszkontálás mértéke csökken, így a megtakarítási döntések során érdemes közel jövőbeli (pl. egy-két éves) és távolabbi (nyugdíjas évek) várható fogyasztásainak összehasonlítására sarkalni a döntéshozókat. A nyugdíj-megtakarítások típusainak változását vizsgáló cikkében Orenstein (2011) megfigyelése szerint a gazdasági válság megállította a trendet, amely a magán-nyugdíjpénztári rendszerek elterjedését hozta. Ennek pótlására, a megfelelő lakossági megtakarítások eléréséhez, a policy alkotók a nudge-ok felé fordulnak.

Általánosságban elmondható, hogy sok esetben az összetett, komplikált folyamatok tartják vissza az embereket attól, hogy olyan kívánatos döntéseket hozzanak, amelyek javíthatják jólétüket, így sok esetben a döntési helyzetek pusztán *leegyszerűsítése* is nudge-ként hathat. Emellett

sokszor a *késleltetés* is sikeres lehet: e nudge-ok abba az irányba terelik a döntéshozókat, hogy döntéseiket higgadt állapotban hozzák meg, és ne forró fejjel döntsenek. Utóbbi két nudge-típusra ugyanakkor nem találtunk konkrét alkalmazási példát az irodalomfeltárás során.

Bár számos nudge kifejlesztésére láthatunk példát, az legtöbbször látszik, hogy megcélzott személyek általában eltérő módon reagálnak rájuk. Egyesek sokkal érzékenyebben reagálnak a nudge-okra, másokra kevésbé hat ez a fajta befolyásolás (Godin, 2015). Az egyéni különbségekre empirikus kutatások is rávilágítanak: az empatikusabb kísérleti alanyok pl. elfogadóbbak a nudge-okkal szemben, míg az individualista személyek nem támogatják a nudge-okat, vélhetően az állampolgárok életébe kevésbé beavatkozó állampolgárossal összhangban (Jung – Mellers, 2016). Érdekes kutatási eredmény, hogy az emberek általában úgy gondolják, hogy másokat könnyebb manipulálni nudge-okkal, mint saját magukat – ez az ún. harmadik személy hatás (third person effect). Cornwell és Krantz (2014) emellett azt is kimutatta, hogy egy policy-vel szembeni elfogadottság magasabb, ha a szövegezésben általánosan az emberekről és nem az alanyról kérdeznak, attól függetlenül, hogy meg kell-e indokolni a választ mind a nudge típusú, mind a hagyományos ösztönzők esetében. Ezek az eltérő reakciók egyértelműen mutatják a kísérletek szerepének fontosságát a közpolitikák megalkotása során (John, 2013).

A nudge szerepe a közpolitika-alkotásban

Az irodalomfeldolgozás alapján úgy tűnik, a közpolitika (policy) alkotók kezében lévő eszköztár tudatosan bővül ki az állampolgárok nudge-ok általi befolyásolásával. Arról, hogy mindez etikus vagy megengedhető-e már több ellenvélemény is született, amiről a kritika fejezetben számolunk be. Az eszköztár bővülését különböző szerzők más-más módon értelmezik, illetve adnak reflexiókat a nudge-ok felhasználására. Vannak, akik szerint a nudge koncepciójával egy új, önálló eszközt kaptunk, melyet más, hagyományos módszerek helyett alkalmazhatunk, amikor az megfelelőbbnek bizonyul. További tanulmányok a kívánt cél elérésére az eszközök együttes alkalmazásban és a szinergiák kiaknázásában látnak lehetőségeket. Több olyan írás is született azonban, amelyek az alkalmazási helyzet keresése helyett inkább azt boncolgatják, hogy mikor lesz hatásos a nudge általi befolyásolás, alkalmazásakor milyen körülmények határozzák meg az eredményességet és tartósságát.

Versengő vagy kiegészítő stratégiák

A brit királyságban a kormány céljait segítő céllal létrehozott „nudge részleg” (nudge unit) feladata értelmében egyre több, a döntési környezetet befolyásoló intézkedést vezettek be. Quigley (2013) cikke azt emeli ki, elsődlegesen a közegészségügyet figyelembe véve, hogy nudge-ok térnyerése ezzel átveszi más intézkedésektől a terepet. A tanulmány körbejárja a nudge alkalmazását lehetővé tevő hatásmechanizmusok hogyan használhatók előnyösen az

egészségügyben előforduló választási szituációkban.

Mols, Haslam, Jetten és Steffens (2015) cikkükben úgy fogalmaznak, hogy a nudge mint a kormányzás új, önálló formája jelent meg a hierarchia, a piacok, a hálózatok és a meggyőzés eszközei mellett. A nudge mentén történő irányítási formának viszont azon kritikáját hangsúlyozzák cikkükben, miszerint ily módon hosszan tartó viselkedési változást nem lehet elérni, mert ezen intézkedések az új társadalmi normák internalizálását alig mozdítják előre. Véleményük szerint egy intézkedés akkor lehet hatásos, ha az embereket nem egyénként, hanem egy csoport tagjaként szólítja meg, amely csoportnak a normáit képviselik.

Fontos összehasonlítási pont a nudge alkalmazását latolgatóknak, hogy a hagyományos vagy megszokott közpolitikai alternatívákhoz képest a nudge-okra épülő módszerek milyen eredményességgel tudják a kívánt célt elérni. Galle (2013) tanulmányában szembe megy a nudge-okat gyenge hatékonyságuk miatt elutasítókkal, és úgy érvel, hogy mind a nudge-ok, mind a kemény szabályozó elemek alkalmazása felülmúlja az adók és támogatások pénzübeli ösztökélő rendszerét, és az utóbbi módszerekkel szemben érdemes előbbieket alkalmazni.

Calo (2013) az eszközkészletről egyedi felosztást fogalmaz meg. Szerinte a környezet alakításában a szabályozás és törvénykezés ugyanúgy alkalmazható, ahogyan a nudge-ok általi finomabb befolyásolás vagy a még kevésbé nyomást gyakorló ’teljes körű tájékoztatás’. Tanulmányában úgy fogalmaz, hogy e három önmagában is értékes, egymástól alkalmazási lehetőségében és jelentőségében merőben különböző forma, közösen alkalmazva a leghatékonyabb. Amíg azonban a kemény eszközök, mint a törvényhozás, esetén megvan a fékek és ellensúlyok rendszere, ami nem engedi a szabályozók felhatalmazását túllépni, a nudge és a tájékoztatás esetében ez hiányzik. Éppen ezért a finomabb módszerek esetében ügyelni kell arra, hogy kizárólag a társadalomban már meglévő normák követését és vágyak beteljesítését segítsük vele.

A szinergiák fontossága terén az előbbivel egybehangzó véleményt formál Roberto, Pomeranz és Fisher (2014) cikke. Amellett érvelnek, hogy a hagyományos közegészségügyi stratégiákat, mint az adózás és szabályozás, ki kell, hogy egészítsék olyan intézkedések, amelyek nudge-okra építenek. Különösen fontos szerintük a fogyasztási környezet gondos megválasztása a gyermekek táplálkozásánál, hiszen fiatal korban az emberek könnyebben választanak impulzusok mentén. A befolyásolás könnyű érvényesíthetősége miatt, cikkükben határozott irányelveket adnak meg egy fiatalok számára tervezett döntési környezet kialakításához.

Szintén a pozitív kölcsönhatásokat vizsgálja egy megosztó témát boncolgató tanulmány. McCarthy (2014) az egyneműek házassága iránti társadalmi attitűd változásában fedezte fel, hogy a policy reformok és a finomabb nudge módszerek együttes hatása erősebb, mint azok külön-külön. Calo (2013) cikkével ellentétben, McCarthy véleménye szerint a társadalmi normáknak nemcsak vissza-köszönnie kell a kormányzati lépésekben, hanem azokat

a közpolitikák megalkotóinak progresszív, kezdeményező módon meg is kell haladniuk.

A módszerek megfelelő alkalmazásának vitája

A közpolitikák megalkotói számára kiemelten fontos a kormányzati eszköztárat gazdagító nudge-ok tudatos használatának egyre jobb feltárása, és így egyre szélesebb körben történő kiaknázása. Több szakértő viszont megfontoltabb megközelítést és alaposabb előkészítést javasol. Michie és West (2013) az emberi gondolkodásra történő befolyásolás, a hatásmechanizmusok kihasználása miatt fogalmaznak meg kritikát a jelenlegi gyakorlattal szemben. Véleményük szerint a viselkedésváltozást elérő közbelépéseket átgondoltan érdemes megtenni, amihez a pszichológiai tudományok már meglévő eredményeit ajánlják felhasználni. Olyan elméleti keretek alkalmazását helyezik reflektorfénybe, amelyekkel a policy alkotók a nudge-okat etikus és hatásos módon tudják alkalmazni.

Egy szintén már meglévő elmélet – a prevenció területéről ismert Rose-hipotézis – alkalmazására hívja fel a figyelmet Milne (2012) a nudge-ok esetében is. A Rose-hipotézis szerint eredményesebb, ha kis változásokat igyekszünk elérni sok ember viselkedésében, ahelyett hogy nagy változásokat próbálunk elérni a legveszélyeztetettebb csoport esetében. Milne éppen ezért hangsúlyozza a nagyívű kezdeményezések létrejöttének fontosságát, ami szerinte csak civil és kormányzati összefogással lehetséges.

A tágabb környezet relevanciája

A nudge-ok alkalmazása gyakran nehezebb, mint gondolnánk. Az emberek környezete nagyban meghatározza, hogy hogyan hat rájuk egy adott intézkedés. Fontos ezért egyrészt a közeg alapos megismerése, mielőtt megkísérelnénk a beavatkozást, másrészt tudnunk kell, hogy egy heterogén csoportban jóval nehezebb dolgunk lesz sikert elérni.

Különböző kulturális háttérű emberek összehasonlítása során több tanulmány is hasonló eredményre jutott, miszerint ugyanaz a befolyásoló hatás másképp érvényesül különböző közegekben. Morgan, Deedat és Kenten (2015) a szervadományozási hajlandóság esetében vizsgálta különböző etnikai kisebbségek hozzáállását Londonban. Eredményeik szerint nem szabad elhanyagolni az egyének előzetes álláspontját (prior disposition) egy nudge alkalmazása során. Az etnikai habitus hatással van a tudatosságra és a tájékozottságra a szervadományozásnál, és formálja az emberek hozzáállását. Szintén különböző kultúrájú csoportok közti különbségekkel foglalkozik Higham és szerzőtársai (2016) cikke. Az etnikai habitusok relevanciáját négy fejlett európai ország esetében vizsgálva azt tapasztalták, hogy a szabályozás, illetve a nudge-ok elfogadására nézve másképp viszonyulnak az emberek a különböző országokban. Míg a norvégok az adók és a szabályozás általi befolyásolást preferálták, a többi helyen pozitívabban viszonyultak a „finomabb” eszközökhöz. A harmadik példája a különböző kultúrát vizsgáló kutatásoknak még távolabbi eseteket vizsgál. Borovoy és

Roberto (2015) a japán, illetve az amerikai elhízás elleni küzdelmet összehasonlítva úgy ítéli meg, hogy a nudge-ok hatása a japán környezetben sokkal jobban érvényesül. Ezt azzal magyarázzák, hogy a japán szabálykövetőbb és sokkal homogénebb kultúra, ahol könnyebb a megfelelő hatást kiváltani.

Korábban említettük, hogy a legtöbb dokumentált nudge alkalmazás az Egyesült Királyságból származik. Ez alapján nem meglepő, hogy több általunk feldolgozott tanulmányban is azt a kérdést járják körül, hogy Nagy-Britanniában az intézkedések hatása miért nem egyenletes (Jones – Pykett – Whitehead, 2014; Jones – Pykett – Whitehead, 2011; Pykett et al., 2011). E cikkek megállapítják, hogy a kulturális különbségeken túlmenően további fontos attitűdbefolyásoló tényezők mentén is lényeges feltárni és értelmezni a politikai földrajzi kérdéseket és a nudge-ok elfogadására, valamint hatékonyságára vonatkozó faktorokat. Jones, Pykett és Whitehead (2014) kiemeli, hogy a nudge koncepció erőssége, hogy különböző ideológiák mentén is beilleszthető a közpolitika-alkotásba, hiszen mind a munkáspárti, mind a koalíciós (jobboldali) kormány élt a nudge lehetőségével. A szerzők figyelmeztetnek azonban, hogy a túlzott általánosításokkal – a politikai földrajzi felmérések és a különböző csoportokban az eltérő hatások feltérképezése nélkül – jelentőséget veszíthetik az intézkedések, és kiürülhetnek a releváns célok.

A nudge alkalmazásának kritikái

A nudge koncepciójának megjelenésével együtt az ötletet bíráló kritikák is megjelentek, noha Thaler és Sunstein (2008) már a koncepcionális alapok lefektetésekor is igyekeztek elejét venni ezeknek a kritikáknak azzal, hogy külön fejezetben reagáltak a lehetséges ellenvetésekre. A kritikák nagy része a morálfilozófia és a politikatudomány területéről érkezik, ezeket igyekszünk röviden az alábbiakban összefoglalni.

Nagy narratíva kritika. A nudge kritikusok között többen azzal érvelnek, hogy a nudge-ok – bár lehet, hogy megoldást adnak bizonyos társadalmi ügyekre – a társadalmak alapvető, nagy problémáira nem szolgáltatnak általános megoldásokat. Egy-egy nudge alkalmazásával például elérhető, hogy az emberek kevesebb áramot fogyasszanak vagy szelektíven gyűjtsék a háztartási hulladékokat, de a fenntartható fejlődés globális kérdéseit ezek a lépések önmagukban nem oldják meg, és ezekre az alapvető kérdésekre az emberek többsége továbbra sem fog tudatosan reflektálni (John et al., 2009). Az elhízás és a túlsúly problémáját tekinthetjük sorozatos rossz egyéni döntések következményének is (amelyet így kezelhetünk nudge-okkal), de ez a narratíva figyelmen kívül hagyja az elhízás és túlsúly hátterében álló biológiai, társadalmi és kulturális okokat (Baldwin, 2014). Sőt, a közpolitikák megalkotóiban az egyes nudge-ok sikerei még azt a téves biztonságérzetet is kelthetik, hogy valódi társadalmi változásokat értek el (John et al., 2009).

Room (2016) szerint az emberek többnyire azért ragszkodnak a bevált módszerekhez (status quo csapda) vagy azért becsülik meg rosszul a kockázatokat, mert az őket körülvevő világban túl nagy a bizonytalanság és a kétértelműség. A kormányoknak így – Room (2016) szerint – nem az lenne a feladata, hogy ezekre a csapdákra építsen az intézkedések kialakításakor, hanem hogy a nagymértékű bizonytalanságot csökkentse.

Paternalizmus kritika. A nudge-okkal szembeni kritikák egyik legfőbb forrása a paternalizmussal szembeni általános ellenérzésekből fakad. Thaler és Sunstein (2008) a nudge koncepcióját a libertariánus vagy puha paternalizmussal írják le, mely abban tér el a kényszerítő erejű (coercive) vagy kemény paternalizmustól, hogy meghagyja a választási lehetőséget az állampolgárok számára. A paternalizmus ugyanis két fajtáját különböztethetjük meg: (1) kemény paternalizmus esetén a döntéshozót a külső szereplő (pl. az állam) még akár az egyén akarata ellenére is kikényszerítheti bizonyos döntések meghozatalát (pl. a bukósíkok kötelező viseletét), (2) puha paternalizmus esetén azonban a harmadik szereplő kényszerítés nélkül igyekszik terelni a döntéshozót a számára jobbnak ítélt választás irányába (Borenstein – Arkin, 2016). A paternalizmus – függetlenül attól, hogy kemény vagy puha – szükségszerűen a társadalmi javak újra osztásával jár együtt, és tekintettel arra, hogy az emberek preferenciái nem homogének, egyesek számára jóléti veszteségekkel járhatnak, hiszen az állam sohasem lesz maradéktalanul a hatékony közpolitikai programok kialakításához szükséges információk birtokában (Schnellenbach, 2012).

Sokak szerint már az is kétséges, hogy a jólét fogalma objektíven definiálható-e egyáltalán, azaz az állam – vagy annak szereplői – tudják-e, hogy mi a jó az állampolgároknak (Baldwin, 2014; Hansen et al., 2016). Bár rendszerint tényként kezeljük, hogy például a gyümölcsfogyasztás jó a gyermekek vagy a tetanuszoltás elengedhetetlen a fiatalok számára, de nem feltétlenül vagyunk mindig minden kétséget kizáró bizonyítékok birtokában (Blumenthal-Barby – Burroughs, 2012). Elmondható tehát, hogy a nudge-ok propagálói igen erős feltételezéssel élnek a közpolitikák (és a nudge-ok) megalkotóirol, hiszen hisznek abban, hogy az állam szereplői mindig megfelelő információkkal rendelkeznek az állampolgárokról és azok sokszor nagyon is eltérő céljairól, hogy saját maguk nem esnek az irracionális döntések csapdájába. Emellett az is feltételezik, hogy a döntéstervezők mindig jószándékúak, azaz valóban mindig az állampolgárok jólétének növelése motiválja őket (Grüne-Yanoff – Hertwig, 2016). Nem nehéz belátni, hogy az előbbi feltevések a valóságban bajosan teljesülhetnek. Lodge és Wegrich (2016) racionalitás paradoxonnak nevezik azt a jelenséget, hogy noha a nudge-ok megalkotói az egyének korlátozott racionalitására építenek, a saját maguk korlátjaira nem reflektálnak.

Cornell (2015) szerint ugyanakkor a paternalizmussal sokszor nem az a probléma, hogy kényszerítő erejű, vagy hogy nem tudjuk milyen érdekek állnak egy-egy adott program háttérében, hanem hogy gyakran kifejezetten sértő az egyéni döntéshozókra nézve, hiszen azt az üzenetet hordozza magában, hogy az állampolgárok maguk

nem képesek egyedül felismerni, hogy mi a számukra kedvező választás. Hasonlóan érvel Standing (2011) is, aki szerint a nudge infantilizálja az állampolgárokat, és elveszi az autonóm döntéshez való jogukat. Az „én jobban tudom” attitűd ugyanakkor nem feltétlenül hordozza mindig magában ezt az üzenetet. A közegészségügy területén például a paternalizmusnak legkülönbözőbb változataival találkozhatunk (kötelező védőoltások, szűrővizsgálatok, a bukósíkok kötelező viselete motorosok számára stb.), amelyeket többé-kevésbé elfogadnak az emberek (Verweij – van den Hoven, 2012), így ezeken a területeken talán a nudge-oknak is nagyobb lehet a létjogosultsága. Oliver (2013) ugyanakkor azzal érvel, hogy a nudge-oknak sokkal láthatóbbnak kell lenniük az emberek számára, és csak kizárólag abban az esetben alkalmazhatók, ha az állampolgárok máskülönben másoknak okoznának károkat.

Etikai kritika. A nudge-okkal kapcsolatos kritikai hangok talán legnagyobb szeletét az etikai ellenérzések adják. A kritikák egy része magát azt a mechanizmust támadja, hogy az állami szereplők sokszor átláthatatlan, manipulatív módon, a személyes szabadságjogaikat és autonómiájukat sértve befolyásolják az állampolgárokat. A kritikák másik része ugyanakkor a nudge-ok tartalmát is bírálja (erre utaltunk az előző pontnál is), azaz egyáltalán van-e joga, tudása és kompetenciája az állami szereplőknek megszabni, hogy mi a jó az állampolgárok számára (Ashcroft, 2013; Borenstein – Arkin, 2016).

Noha a meggyőzés, manipuláció és kényszerítés kategóriáit többen próbálták szétválasztani, a szakirodalomban a definíciók skálája meglehetősen széles spektrumon mozog, és hasonlóan színes palettával találkozunk, ha az autonómia fogalmát szeretnénk definiálni (Sawicki, 2016; Sanghai, 2013). A kanti morálfilozófiai értelmezés szerint az autonóm döntések értéke nem a döntések következményeitől, hanem a döntésektől maguktól, illetve a döntéshozó szándékától függ. Ebből a perspektívából nézve a következmények nem feltétlenül igazolják egy döntés helyességét: azaz a nudge propagálók azon érve, hogy a nudge-ok használatával az emberek jóléte összességében növekszik, nem kielégítő. Más kérdés, hogy abban az esetben, ha az állam például törvényben írja elő a hulladékok szelektív gyűjtését, de az állampolgár csak a büntetés elkerülése érdekében és nem személyes meggyőződésből gyűjti elkülönítetten a különböző hulladékokat, mennyiben tekinthető döntése autonómnak. Lewinsohn-Zamir (2015) kutatásai ugyanis arra világítanak rá, hogy a magatartás-változást ösztönző kényszerítő – de az állampolgárok által elfogadott – intézkedések eredményeként meghozott egyéni döntéseket az emberek csak akkor tekintik autonómnak, ha az a preferencia megváltozásával is együtt jár.

A nudge-okról szóló diskurzusban a kutatók gyakran megkülönböztetik a negatív és pozitív szabadságokat (negative and positive liberties), utóbbit sokszor azonosítva a személyes autonómiával (Yeung, 2016). Ellentétben a negatív szabadsággal, amely arra utal, hogy a döntéshozó valamilyen külső kényszerítő körülmény hatására nem tehet meg valamit, a pozitív szabadság lényege, hogy az egyén valamilyen belső kényszer hatására nem cselekszik akaratának megfelelően (Mills, 2013). A nudge-ok eseté-

ben a szabadság negatív értelmezésben nem sérül, hiszen a választási lehetősége továbbra is adott a döntéshozó számára. Pozitív értelemben azonban az egyén szabadsága sérülhet, hiszen nem önként hozza meg döntését (Yeung, 2016; Ashcroft, 2013), hanem valamilyen külső tényező közreműködésével, azaz autonómiája sérül. Táplálkozás-tani szempontból Bonotti (2015) boncolgatja ugyanezt a kérdéskört.

Egyesek rámutatnak, hogy nem mindig egyértelmű, hogy a nudge-ok valóban javítják-e a döntéshozók várható hasznosságát (Korobkin, 2009). Lehet, hogy bizonyos esetekben informáltabbak lesznek (ha például a hitelkártya-kibocsátóktól további jól összevethető információkat kapnak a kártyabirtoklás költségeiről), de ez elvonhatja a figyelmüket más fontos aspektusokról (az előbbi példát tovább gondolva például a kártyahasználattal kapcsolatos szolgáltatások minőségéről).

A manipuláció és a transzparencia problémája. A nudge-ok természetüknél fogva sokszor nem transzparenssek – ha pl. a diákokkal közölnék, hogy az iskolai büfében azért változtattak a termékek elhelyezésén, hogy az egészségesebb élelmiszerek irányába tereljék őket, valószínűleg az intézkedés hatása csökkenne vagy akár el is tűnne (Baldwin, 2014; Oliver, 2013). A nudge-ok rejtett természeténél fogva éppen ezért sokszor nincsen lehetőség arra, hogy a nudge-ok közpolitikai viták tárgyai legyenek. Ha a kormányzat például betiltja a nyilvános tereken a dohányzást, különböző érdekcsoportok tiltakozhatnak ellene, a probléma beszédtemává válhat a társadalomban, de egy hasonló célú nudge, amely nem ennyire nyilvánvaló az emberek számára, nem feltétlenül válik a közbeszéd részévé.

A másod- vagy harmadfokú nudge-ok esetében annak is fennáll a veszélye, hogy ha a manipulációra fény derül, akkor a társadalmi intézményekbe vetett bizalom sérülhet. Ha a betegek számára kiderül, hogy manipulálják őket a gyógyszerválasztásaik során, az orvosokba és gyógyszerekbe vetett hitük meginghat (Baldwin, 2014). A nudge-ok – legalább is propagálók szerint – biztosítják a szabad választás lehetőségét, de bizonyos esetekben bajosan térhetünk ki előlük. Ezért többen érvelnek amellett, hogy a kormányzatoknak csak abban az esetben szabad beavatkozniuk az egyéni döntésekbe, és „megvédeniük az embereket önmaguktól”, ha ezt nyílt módon teszik, mint például a biztonsági öv kötelező használatának kikényszerítésével (Oliver, 2013).

Természetesen nem minden nudge egyformán manipulatív. Ha az embereknek lehetőségük nyílik arra, hogy „kibújjanak” a nudge alól, a nudge megalkotójának pedig nincsenek manipulatív szándékai és nem kívánja az embereket akarata ellenére befolyásolni, akkor nem beszélhetünk manipulációról (Wilkinson, 2013). A „kibújás lehetőségének” különösen nagy jelentősége az alapértelmezett opciók (default) esetében, ha ez túl költséges, akkor megkérdőjelezhető az adott nudge etikussága. Az opt-out szervdonor rendszer meg lehet, hogy növeli a potenciális szervdonorok számát egy országban, bizonyos hátrányos helyzetű társadalmi csoportok (pl. írástudatlanok, hajléktalanok stb.) számára mégis kedvezőtlen lehet, mert nem

tudnak könnyen kilépni a rendszerből (Blumenthal-Barby – Burroughs, 2012). Mi több, ha egy nudge a tudatalattinkra hat, akkor nem is feltétlenül biztos, hogy el tudjuk kerülni, hiszen még magának a hatásnak sem vagyunk feltétlenül a tudatában (Oliver, 2013).

A dohánytermékek csomagolásán elhelyezett elrettentő grafikák bármennyire is transzparenssek az egyének számára, manipulatívak, hiszen nem az egyén racionális gondolkodására hatnak (pl. halálozási statisztikák közvetítésével), hanem az emberek pszichológiai gyengeségét használják ki: a hozzáférhetőségi heurisztika (availability heuristic) csapdájára építenek, amely szerint az egyének a valószínűségi becsléseik során nagyobb jelentőséget tulajdonítanak a memóriájukban fellelhető, látványos, könnyen hozzáférhető emlékeknek, mint a relatív gyakoriságoknak, statisztikai becsléseknek (Schnellenbach, 2012; 2016). Ez még akkor is igaz, ha az elrettentő képek manipulációja egy másik manipuláció, nevezetesen a dohánytermékek gyártói reklámtevékenységére adott válasz.

Saghai (2013) azzal igyekszik feloldani a morális dilemmákat, hogy az eredetnél szűkebb definíciót ad a nudge-okra, és ebben hangsúlyozza a választási lehetőségek megtartását a döntéshozó számára, valamint a lényegi kontroll hiányát (azaz döntéshozó döntését alapvetően nem kontrollálja a nudge megalkotója, a döntéshozó, ha akar, könnyen ki tud „bújni” a nudge alól). Ebben a felfogásban néhány klasszikusnak számító nudge nem értelmezhető nudge-ként: ha valakiben például olyan hamis gyerekkori emlékképet generálnak, hogy fiatalabb korában szerette a spárgát, és így próbálják az egészségesebb élelmiszerek irányába terelni, sérül a kibújás lehetősége, így az Saghai (2013) értelmezésében nem tekinthető nudge-nak. Welch (2013) szerint ugyanakkor ezzel a nudge-ok körét már oly módon szűkítjük, ami az alapkoncepció kitöltőinek, Thalernek és Sunsteinnek nem volt szándéka. Mills (2013) mindenesetre hangsúlyozza, hogy a nudge-oknak átláthatóknak kell lenniük, és azok folyamatos monitorozására van szükség, hogy elejét vegyük a fentiekben ismertetett morális kritikáknak.

Praktikus problémák. Többen azt vetik a nudge-ok híveinek szemére, hogy nem veszik figyelembe, hogy az intézményi, társadalmi környezet befolyásolhatja a nudge sikerét, illetve szándékolt és nem szándékolt hatásait. Egy szelektív hulladékgyűjtésre készítő nudge például nem feltétlenül működik hatékonyan egy hátrányos helyzetű térségben (John et al., 2009), míg egy opt-out típusú megtakarítási program csak olyan környezetben lehet hatékony, ahol az embereknek van elegendő jövedelme ahhoz, hogy egyáltalán megtakarítsanak (Baldwin, 2014), a kalóriabevitel feltüntetésének az élelmiszercímkéken pedig csak akkor van értelme, ha a fogyasztók tisztában vannak a napi kalóriaszükséglet koncepciójával (Huang – Baum, 2012). A nudge-ok minden bizonnyal különböző externáliákkal járhatnak, amelyeket a megtervezésükkor a megalkotóiknak figyelembe kell venniük (Desai, 2011). Ha például egy nudge segítségével elérjük, hogy az emberek kevesebb egészségtelen fánkot fogyasszanak, lehet, hogy csak az aprósütemények utáni keresletet növeljük így meg (Huang – Baum, 2012).

A már említett szervadományozási kérdésnél többen úgy érvelnek, hogy a feltételezett beleegyezés (presumed consent) az egyéni szabadságjogokat sérti meg, hiszen veszélyezteti az egyéni döntéshozó autonómiáját, és ilyen esetekben legalább a családtagok számára biztosítani kellene a vétó lehetőségét (Whyte et al., 2012). Amerikai felmérések szerint egyesek attól félnek, hogy ha potenciális szervdonorokká válnak, nem kapnak olyan intenzív ellátást, mint azok, akik nem ajánlották fel szerveiket haláluk után. Sokan abban sem bíznak, hogy a szervdonorhatóságok fair módon működnek (Bard, 2012). A társadalmi intézményekbe vetett bizalom ezek szerint szintén befolyásolhatja egy nudge sikerét.

Amir és Lobel (2008) tanulmányukban azzal érvelnek, hogy a nudge-ok kialakítása éppoly költséges lehet, mint más hagyományos kormányzati eszközök bevezetése. Az állami szereplőknek ugyanis folyamatosan tesztelniük kell, hogy a kialakított nudge program mennyire hatékony mind mikro-, mind makroszinten. Hasonlóképpen érvel Silverman és Hendrix (2015) is: szerintük például a védőoltások népszerűsítését célzó nudge programok, kampányok más a közegészségügyi kezdeményezésektől vonnak el pénzügyi erőforrásokat. Itt jegyezzük meg ugyanakkor, hogy ez az érvelés szemben áll azzal a sokat hangoztatott érveléssel, hogy a nudge-ok alkalmazása (pl. alapértelmezett opciók kijelölésén vagy keretezésén keresztül) igen költséghatékony más kormányzati politikákkal szemben (Li – Chapman, 2013).

A nudge programok nem feltétlenül mindig kompatibilisek más kormányzati akciókkal (Baldwin, 2014). Ennek némiképp ellentmond Mills tanulmánya (2013), mely szerint a vitatott nudge programokat (pl. szervadományozás) más kormányzati eszközökkel kell támogatni. Mi több, John és szerzőtársai (2009) egyenesen odáig mennek, hogy egyes nudge-ok alkalmazása, akár a problémáról való szélesebb társadalmi diskurzust is erősíthetik (némiképp ellentmondva ezzel a manipuláció és a transzparencia kérdéskörénél leírtakkal). A kritikai hangoktól függetlenül sokan támogatják a nudge-ok használatát, és számos kutató igyekszik a fentebb vázolt kritikákra meggyőző válaszokat adni. Mind a paternalizmussal, az autonómiával és a szabadsággal kapcsolatos érvekre találunk a szakirodalomban ellenérveket (Mills, 2013).

Összefoglalás

Bár a nudge koncepció még csak nem egészen tíz évvel ezelőtt, 2008-ban született meg, diadalútja töretlennek tűnik. Irodalom-összefoglalónkból is kitűnik, hogy Thaler és Sunstein (2008) alapműve a megjelenés óta számos újabb kutatási témát generált, konferenciáknak, konferenciaszetteknek biztosít teret, és több országban a nudge-ok alkalmazásának kérdése kormányzati szintre emelkedett. Kevés olyan koncepcióról tudunk, amely ilyen rövid idő alatt, ilyen mértékű karriert futott volna be, a nudge ilyen fokú sikere mindenképpen figyelemreméltó jelenség. A bemutatott cikkekből azonban jól látszik az is, hogy a nudge koncepciója egyszersmind folyamatos támadások keresztüztében áll, valószínűleg nem véletlenül. Az

elgondolás nagy népszerűsége a kételkedők hangját is felerősítette: elvi, morális és praktikus alapon is támadják a koncepciót. A szakirodalmi összefoglalóban bemutatott cikkek jelentős része a koncepcióval szembeni kritikákat fogalmaz meg, amely arra engedtet következtetni, hogy a koncepció jövőbeli sikeréhez valószínűleg elengedhetetlen, hogy a nudge propagálói megnyugtató válaszokat adjanak a kritikusok felvetéseire.

Az irodalom áttekintése alapján az is szembetűnő, hogy számos cikk nagy-britanniai példákkal foglalkozik, ez volt az az ország, ahol elsőként kormányzati szintre emelték a nudge-ok alkalmazását. Ez természetesen nem meglepő, de felveti a kulturális hatásoknak és az eddigi tanulmányok általánosíthatóságának kérdését: bár az utóbbi időszakban történtek kísérletek összehasonlító elemzésekre, ezek száma még elhanyagolható.

Figyelemreméltó, hogy azon cikkek közel kétharmada, amely valamilyen konkrét területen vizsgálja a nudge-ok alkalmazását, az egészségügy témáját érinti. Ezek döntő többsége általánosan vagy átfogóan foglalkozik egészségügyi kérdésekkel, de a konkrét alkalmazási területek közül kiemelkednek a diéta, a táplálkozás és az elhízás kérdéskörét felölelő cikkek. Az egészségügyi kérdéseknél jóval kisebb, de számottevő számban kerültek felszínre környezetvédelmi problémákkal foglalkozó nudge-ok a vizsgált cikkekben, valamint a nyugdíj-előtakarékosságra ösztönző programok. Minden más konkrét téma csak egyszerűen-egyszer bukkant elő az irodalomfeltárás során, így jó eséllyel kijelenthető, hogy az egészségügy, a környezetvédelem és a nyugdíjrendszer az a három terület, amely leginkább vonzza a nudge alkalmazásokat.

A szakirodalom áttekintése alapján nagy biztonsággal kijelenthető: a nudge témakör még sokáig fog alapot szolgáltatni a döntéstervezési terület kutatói számára, és a közpolitikák megalkotói is várhatóan növekvő kíváncsisággal fognak tekinteni a nudge koncepciójára.

Felhasznált irodalomjegyzék

- Amir, O. – Lobel, O. (2008): Stumble, Predict, Nudge: How Behavioral Economics Informs Law and Policy. *Columbia Law Review*, 108(8), p. 2098-2137.
- Ashcroft, R. E. (2013): Doing good by stealth: comments on 'Salvaging the concept of nudge'. *Journal of Medical Ethics*, 39(8), p. 494-494.
- Avineri, E. (2012): On the use and potential of behavioural economics from the perspective of transport and climate change. *Journal of Transport Geography*, 24, p. 512-521.
- Baldwin, R. (2014): From regulation to behaviour change: giving nudge the third degree. *Modern Law Review*, 77(6), p. 831-857.
- Bard, J. S. (2012): Lack of political will and public trust dooms presumed consent. *The American Journal of Bioethics*, 12(2), p. 44-46.
- Bell, A. – Zhang, W. – Nou, K. (2016): Pesticide use and cooperative management of natural enemy habitat in a framed field experiment. *Agricultural Systems*, 143, p. 1-13.

- Blumenthal, J. A. – Turnipseed, T. L. (2011): The polling place priming (PPP) effect: is voting in churches (or anywhere else) unconstitutional. *BUL Rev.*, 91, p. 561.
- Blumenthal-Barby, J. S. – Burroughs, H. (2012): Seeking better health care outcomes: the ethics of using the “Nudge”. *The American Journal of Bioethics*, 12(2), p. 1-10.
- Bonotti, M. (2015): Food policy, nutritionism, and public justification. *Journal of Social Philosophy*, 46(4), p. 402-417.
- Borenstein, J. – Arkin, R. (2016): Robotic nudges: the ethics of engineering a more socially just human being. *Science & Engineering Ethics*. 22(1), p. 31-46.
- Borovoy, A. – Roberto, C. A. (2015): Japanese and American public health approaches to preventing population weight gain: A role for paternalism? *Social Science & Medicine*, 143, p. 62-70.
- Calo, R. (2013): Code, Nudge, or Notice? *Iowa Law Review*, vol. 99, no. 2, p. 773-802.
- Cornell, N. (2015): A third theory of paternalism. *Michigan Law Review*, 113(8), p. 1295-1336.
- Cornwell, J. F. M. – Krantz, D. H. (2014): Public policy for thee, but not for me: Varying the grammatical person of public policy justifications influences their support. *Judgment and Decision Making*, 9(5), p. 433-444.
- Czap, N. V. – Czap, H. J. – Lynne, G. D. – Burbach, M. E. (2015): Walk in my shoes: Nudging for empathy conservation. *Ecological Economics*, 118, p.147-158.
- Desai, A. C. (2011): Libertarian paternalism, externalities, and the “spirit of liberty”: how thaler and sunstein are nudging us toward an “overlapping consensus”. *Law & Social Inquiry*, 36(1), p. 263-295.
- Elbel, B. – Gillespie, C. – Raven, M. C. (2014): Presenting quality data to vulnerable groups: charts, summaries or behavioral economic nudges? *Journal of Health Services Research & Policy*, 19(3), p. 161-168.
- Felsen, G. – Castelo, N. – Reiner, P. B. (2013): Decisional enhancement and autonomy: public attitudes towards overt and covert nudges. *Judgment and Decision Making*, 8(3), p. 202-213.
- Galle, B. (2013): Tax, command or nudge: evaluating the new regulation. *Tex. L. Rev.*, 92, p. 837.
- Giesen, J. C. A. H. – Geyskens, K. – Goukens, C. – Havermans, R. C. (2013): Changing the default. How to promote healthier food choices. *Appetite*, 71, p. 475.
- Goldin, J. (2015): Which way to Nudge? uncovering preferences in the behavioral age. *The Yale Law Journal*, 125, p. 226-270.
- Grüne-Yanoff, T. – Hertwig, R. (2016): Nudge versus boost: how coherent are policy and theory? *Minds and Machines*, 26, (1), p. 149-183.
- Hansen, P. G. – Skov, L. R. – Skov, K. L. (2016): Making healthy choices easier: regulation versus nudging. *Annual Review of Public Health*, 37, p. 237-251.
- Haydock, W. (2014): The rise and fall of the ‘nudge’ of minimum unit pricing: The continuity of neoliberalism in alcohol policy in England. *Critical Social Policy*, 34(2), p. 260-279.
- Higham, J. – Cohen, S. A. – Cavaliere, C. T. – Reis, A. – Finkler, W. (2016): Climate change, tourist air travel and radical emissions reduction. *Journal of Cleaner Production*, 111, p. 336-347.
- Hollands, G. J. – Shemilt, I. – Marteau, T. M. – Jebb, S. A. – Kelly, M. P. – Nakamura, R. – Suhrcke, M. – Ogilvie, D. (2013): Altering micro-environments to change population health behaviour: towards an evidence base for choice architecture interventions. *BMC Public Health*, 13, p. 1218.
- Huang, C. J. – Baum, M. L. (2012): Nudge ethics: just a game of billiards? *American Journal of Bioethics*, 12(2), p. 22-24.
- John, P. – Smith, G. – Stoker, G. (2009): Nudge nudge, think think: two strategies for changing civic behaviour. *The Political Quarterly*, 80(3), p. 361-370.
- John, P. (2013): Experimentation, behaviour change and public policy. *The Political Quarterly*, 84(2), p. 238-246.
- Jones, R. – Pykett, J. – Whitehead, M. (2011): The geographies of soft paternalism in the UK: the rise of the avuncular state and changing behaviour after neoliberalism. *Geography Compass*, 5(1), p. 50-62.
- Jones, R. – Pykett, J. – Whitehead, M. (2014): The geographies of policy translation: how nudge became the default policy option. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 32(1), p. 54-69.
- Jung, J.Y. – Mellers, B.A. (2016): American attitudes toward nudges. *Judgment and Decision Making*, 11(1), p. 62-74.
- Korobkin, R. (2009): Libertarian welfarism. *California Law Review*, 97(6), p. 1651-1685.
- Lewinsohn-Zamir, D. (2015): The importance of being earnest: two notions of internalization. *University of Toronto Law Journal*, 65(2), p. 37-84.
- Li, M. – Chapman, G. B. (2013): Nudge to health: harnessing decision research to promote health behavior. *Social and Personality Psychology Compass*, 7(3), p. 187-198.
- Lodge, M. C. – Wegrich, K. (2016): The rationality paradox of nudge: rational tools of government in a world of bounded rationality. *Law & Policy*, 38(3), p. 250-267.
- Mazar, N. – Hawkins, S. A. (2015): Choice architecture in conflicts of interest: Defaults as physical and psychological barriers to (dis)honesty. *Journal of Experimental Social Psychology*, 59, p. 113-117.
- McCarthy, H. (2016). Push, don't nudge: How progressives should use the state to advance social change. *Juncture*, 23(1), p. 33-36.
- Michie, S. – West, R. (2013): Behaviour change theory and evidence: a presentation to Government. *Health Psychology Review*, 7(1), p. 1-22.
- Milkman, K. L. – Beshears, J. – Choi, J. J. – Laibson, D. – Madrian, B. C. (2011): Using implementation intentions prompts to enhance influenza vaccination rates. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 108(26), p. 10415-10420.
- Mills, C. (2013): Why nudges matter: a reply to goodwin. *Politics*, 33(1), p. 28-36.
- Milne, E. M. (2012). A public health perspective on transport policy priorities. *Journal of Transport Geography*, 21, p. 62-69.

- Mols, F. – Haslam, S. A. – Jetten, J. – Steffens, N. K.* (2015): Why a nudge is not enough: A social identity critique of governance by stealth. *European Journal of Political Research*, 54(1), p. 81-98.
- Morgan, M. – Deedat, S. – Kenten, C.* (2015): “Nudging”-registration as an organ donor: Implications of changes in choice contexts for socio-cultural groups. *Current Sociology*, 63(5), p. 714-728.
- Oliver, A.* (2013): From nudging to budging: using behavioural economics to inform public sector policy. *Journal of Social Policy*, 42(4), p. 685-700.
- Orenstein, M. A.* (2011): Pension privatization in crisis: Death or rebirth of a global policy trend? *International Social Security Review*, 64(3), p. 65-80.
- Pykett, J. – Jones, R. – Whitehead, M. – Huxley, M. – Strauss, K. – Gill, N. – McGeevor, K. – Thompson, L. – Newman, J.* (2011): Interventions in the political geography of ‘libertarian paternalism’. *Political Geography*, 30(6), p. 301-310.
- Quigley, M.* (2013): Nudging for health: on public policy and designing choice architecture. *Medical Law Review*, 21(4), p. 588-621.
- Roberto, C. A. – Pomeranz, J. L. – Fisher, J. O.* (2014): The need for public policies to promote healthier food consumption: A comment on Wansink and Chandon (2014). *Journal of Consumer Psychology*, 24(3), p. 438-445.
- Room, G.* (2016): Nudge or nuzzle? Improving decisions about active citizenship. *Policy Studies*, 37(2), p. 113-128.
- Saghai, Y.* (2013): Salvaging the concept of nudge. *Journal of Medical Ethics*, 39(8), p. 487-493.
- Sawicki, N. N.* (2016): Ethical limitations on the State's use of arational persuasion. *Law & Policy*, 38(3), p. 211-233.
- Schnellenbach, J.* (2012): Nudges and norms: On the political economy of soft paternalism. *European Journal of Political Economy*, 28, p. 266-277.
- Schnellenbach, J.* (2016): A constitutional economics perspective on soft paternalism. *Kyklos*, 69(1), p. 135-156.
- Scrinis, G. – Parker, C.* (2016): Front-of-Pack Food Labeling and the Politics of Nutritional Nudges. *Law & Policy*, 38(3), p. 234-249.
- Shu, L. L. – Mazar, N. – Gino, F. – Ariely, D. – Bazerman, M. H.* (2012): Signing at the beginning makes ethics salient and decreases dishonest self-reports in comparison to signing at the end. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 109(38), p. 15197-15200.
- Silverman, R. D. – Hendrix, K. S.* (2015): Rebuttal from Prof Silverman and Dr Hendrix. *CHEST*, 148(4), p. 856-867.
- Standing, G.* (2011): Behavioural conditionality: why the nudges must be stopped – an opinion piece. *Journal of Poverty & Social Justice*. 19(1), p. 27-38.
- Stanovich, K. E. – West, R. F.* (2000): Individual differences in reasoning: Implications for the rationality debate? *Behavioral and Brain Sciences*, 23(5), p. 645-665.
- Sunstein, C. R.* (2016): The council of psychological advisers. *Annual Review of Psychology*, 67, p. 713-737.
- Szántó Richárd* (2011): Ésszerűtlen döntések ésszerű magyarázatai: Bevezetés a viselkedéstudományi döntésselméletbe. in: Szántó, R. – Wimmer, Á. – Zoltayné Paprika, Z. (szerk.): *Döntéseink csapdájában. Viselkedéstudományi megközelítés a döntésselméletben*. Budapest: Alinea Kiadó, p. 11-38.
- Thaler, R. – Sunstein, C.* (2008): *Nudge*. London: Penguin Books
- Verweij, M. – van den Hoven, M.* (2012): Nudges in public health: paternalism is paramount. *The American Journal of Bioethics*, 12(2), p. 16-17.
- Welch, B. F.* (2013): Shifting the concept of nudge. *Journal of Medical Ethics*, 39(8), p. 497-498.
- Whyte, K. P. – Selinger, E. – Caplan, A. L. – Sadowski, J.* (2012): Nudge, nudge or shove, shove-the right way for nudges to increase the supply of donated cadaver organs. *The American Journal of Bioethics*, 12(2), p. 32-39.
- Wilkinson, T. M.* (2013): Nudging and manipulation. *Political Studies*, 61, p. 341-355.
- Willis, L. E.* (2013a): Why not privacy by default? *Berkeley Technology Law Journal*. Spring2014, Vol. 29 Issue 1, p. 61-134.
- Willis, L. E.* (2013b): When nudges fail: Slippery defaults. *The University of Chicago Law Review*, p. 1155-1229.
- Wong, M. S. – Nau, C. – Kharmats, A. Y. – Vedovato, G. M. – Cheskin, L. J. – Gittelsohn, J. – Lee, B. Y.* (2015): Using a computational model to quantify the potential impact of changing the placement of healthy beverages in stores as an intervention to “Nudge” adolescent behavior choice. *BMC Public Health*, 15(1), p. 1284.
- Yeung, K.* (2016): The forms and limits of choice architecture as a tool of government. *Law and Policy*, 38(3), p. 186-210.

E SZÁMUNK SZERZŐI

Dr. Bakacsi Gyula, kutatóprofesszor, Budapesti Gazdasági Egyetem Pénzügyi és Számviteli Kar; **Meretei Barbara**, tréner, coach, Venustus Consulting; **Kajos Attila**, egyetemi tanársegéd, Pécsi Tudományegyetem; **Dr. Prisztóka Gyöngyvér**, PhD, egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem; **Paic Róbert**, egyetemi tanársegéd, Pécsi Tudományegyetem; **Dr. Mitev Ariel**, egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem; **Gáti Mirkó**, egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem; **Dr. Bauer András**, egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem; **Dr. Keszei Tamara**, egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem; **Zsukk János**, junior communication consultant, Toyota Central Europe; **Dr. Szántó Richárd**, egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem; **Dudás Levente**, PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem