

Теоретические аспекты мягкого подталкивания (наджинга)

Чернышенко Михаил Сергеевич, студент 4-го курса бакалавриата факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета (Санкт-Петербург, Российская Федерация); e-mail: mikhail.tchernyshenko@yandex.ru

Аннотация

Предмет настоящей статьи заключается в исследовании теоретических основ наджинга как одного из методов государственного и муниципального управления. Цели статьи — расширить представление спектра и возможностей его применения, сформировать правила и структуру его эффективного использования на различных уровнях государственного управления. В статье расширяется спектр понимания наджинга и его перспектив в сфере государственного и муниципального управления и представляются универсальные правила его эффективного экстраполирования в Российской Федерации. Основой настоящей статьи являются исследования разработчиков этого метода и отдельных исследователей, которые занимались изучением некоторых сфер этого метода.

Ключевые слова: публичная политика, политический менеджмент, наджинг, теория мягкого подталкивания, поведенческая экономика, государственное и муниципальное управление, социальная политика

Theoretical Aspects of Nudging

Mikhail S. Tchernyshenko, BA Student of Faculty of Political Science, Saint Petersburg State University (Saint Petersburg, Russian Federation); e-mail: mikhail.tchernyshenko@yandex.ru

Abstract

The subject of this article is to study the theoretical foundations of nudging application in the sphere of state and municipal administration. The purpose of the article is to expand the scope of its application, to identify the regularities and structure for its effective application, as well as the possibilities of its application at various levels of government.

The article expands the range of understanding of nudging and the prospects for its application and presents some universal rules for its effective application.

The basis of this article is the research of the developers into this method, and the findings of individual researchers who were engaged in certain areas of the application of this method.

Keywords: public policy, political management, nudging, behavioral economic, public administration, municipal government, social policy

Актуальность данной статьи прежде всего обусловлена сложившимся в России политическим контекстом, когда большая часть общества настроена политически абсентеистско, а меньшая часть политически активных граждан «выключена» из принятия ключевых политических решений и формирования политики. Такая политическая реальность в сегодняшней России нарушает диалог между большей частью общества и политическими элитами или, если быть точным, делает его невозможным, что, в свою очередь, приводит к осуществлению неэффективной политики. В связи с этим цель данной статьи — предложить новый способ создания диалога между политическими элитами и обществом

и даже его большей политически абсентеистской частью, так называемый наджинг, который, в свою очередь, поможет принимать наиболее эффективные политические решения.

Nudging (мягкое подталкивание) — действия воздействующего на воздействуемого с целью оказания влияния на его выбор. Причем последний не должен догадываться о том, что в данный момент на него оказывается воздействие, а первый оказывает влияние на второго не с помощью каких-либо запретов или предписаний, прямых призывов действовать определенным образом, а на эмоциональные и когнитивные возможности человека. Суть этого метода состоит в том, что воздействующий подталкивает воздействуемого к принятию решения, которое выгодно последнему, таким образом, чтобы для воздействуемого принимаемое решение являлось наиболее эффективным для него самого. Воздействующий никак не должен ограничивать воздействуемого в свободе выбора или как-либо давить на его волю, процесс принятия решения, он лишь подсказывает, какая из доступных альтернатив является наиболее приемлемой, при этом воздействуемый должен иметь свободу уклониться от предлагаемой альтернативы в пользу другой.

Архитектор выбора (контекста) — человек, оказывающий влияние на выбор другого человека с помощью различных способов воздействия на его эмоциональные и когнитивные возможности [3, с. 21]. Наджинг не может существовать без индивида, который имеет намерения воздействовать на другого человека, поэтому нельзя говорить о наджинге, если человек постоянно поступает определенным образом в связи с какими-либо чертами характера, национальным менталитетом и в связи с прочими факторами, которые не зависят от действий архитектора выбора. Архитектором выбора может быть не только конкретный индивид, но и, например, профильный комитет, министерство или любой политический институт, который непосредственно регулирует жизнь общества, но архитектор выбора должен знать в точности, что предпочитает индивид.

Архитектура выбора (choice architecture) — это фон, который формирует воздействующий и исходя из которого воздействуемый осуществляет свой выбор. Как упоминают авторы, хорошо проработанная архитектура поможет сформировать понятную структуру вариантов [7, с. 6].

Архитектура наджинга состоит из пяти элементов.

1. *Архитектор выбора и его целенаправленное воздействие.* Из этого следует, что наджингом не могут считаться ситуации, когда на человека действуют независимые факторы (например, погодные условия). Его главная задача — помочь индивиду удовлетворить свои истинные предпочтения при условии, что они знакомы ему в некоторой степени, но необходимо создать такие условия (спектр альтернатив), которые бы позволили ему узнать их точнее и выбрать наилучшую альтернативу. Важно, чтобы отсутствовал прямой призыв или навязывание поступать определенным образом, выбрать определенный вариант, потому что призывом устраняется свобода выбора и возможность уклонения от подталкивания, а следовательно, и сама сущность наджинга.
2. *Воздействуемый или группы их по классифицируемым категориям* — тот (те), на кого оказывается воздействие. Определяется до формирования способа воздействия, учитывая его (их) когнитивные, психологические и эмоциональные возможности (например, используя схему принятия решений индивида в условиях риска или его поведенческие установки в определенных ситуациях, реакции на события в каких-либо сферах).
3. *Истинные предпочтения индивида*, которые ему затруднительно удовлетворить, потому что у него есть различные ограничения рациональности (например, не способен просчитать конечный эффект каждого варианта), которые приводят его к ошибкам, или сложность самого выбора.

4. *Сделанный выбор* из множества вариантов, принятое решение, измененное поведение воздействуемого.
5. *Непосредственно условия, способствующие изменению*, которые создает архитектор. Эти условия не должны устранять свободу выбора и возможность уклониться от предлагаемой альтернативы или вовсе изменить траекторию своего поведения. Это могут быть как созданные новые альтернативы, так и новые правила, которые подталкивают к новой модели поведения, не устраняя при этом прежней.

Один из разработчиков данной теории, Дэвид Канеман, разделил всех индивидов на «эконов», которые каждое свое действие и решение детально анализируют и редко прислушиваются к кому-либо (они автономны в своем выборе, и у них превалирует то, что он называл Системой-2 [1, с. 29–43] или рефлексивной, как именуют ее Санстейн и Талер [3, с. 16–18]), и на «гуманов», которые не могут или не хотят анализировать всю информацию и зачастую предпочитают делать выбор в соответствии с мнением других людей (экспертов). У них, как правило, превалирует Система-1 или автоматическая в классификации Санстейна и Талера. Одним из главных достижений этой теории является открытие того факта, что в основном индивид принимает интуитивно не совсем правильные решения и степень правильности решений коррелирует с величиной альтернатив и сложностью интерпретации, условий каждой из них.

Авторы выделяют, кроме того, два вида подталкивания: образовательное и необразовательное. Цель первого вида авторы описывают пословицей: “Give a man a fish, and you feed him for a day. Teach a man to fish, and you feed him for a lifetime” [7, с. 11]. Образовательный тип подталкивания предполагает раскрытие информации, предупреждение, которое увеличивает знания человека для принятия решения, — это может быть напоминание о каких-либо событиях в прошлом (воспоминания), публикация статистики, если, например, необходимо сократить скорость автомобилей в городе, что поможет индивиду разобраться в сложной ситуации и изменить свое поведение в следующих похожих ситуациях, то есть этот вид подталкивания учит не только правильному действию в конкретной ситуации в настоящий момент времени, но и во всех последующих похожих ситуациях в будущем.

Как отмечает Санстейн, образовательный тип подталкивания в наибольшей степени соответствует либертарианской традиции, так как он влияет на решения человека, не ограничивая индивида в вариантах или не предоставляя ему наиболее предпочтительный, а просто демонстрируя дополнительную информацию, которая поможет избежать негативных последствий (например, попасть в ДТП). Но все же он принуждает индивида сделать определенный выбор для его пользы, анализируя полученную информацию и на основе сделанных выводов меняя траекторию собственного поведения или восприятия. Необразовательный тип подталкивания, как следует из названия, ничему не учит, то есть не предоставляет какой-либо информации, которую можно использовать в дальнейшем, и обращается не к механизмам мышления, рациональности индивида, а к сиюминутному чувственному восприятию ситуации. Он учит наиболее полезному для индивида в настоящей ситуации и не может быть применен при других условиях. В случае этого вида мягкого подталкивания каждая ситуация уникальна, и потому для каждой требуется разработка отдельного механизма подталкивания. По словам Санстейна, в отличие от первого типа они могут быть очень разнообразны. Это может быть и информация о том, что люди чаще всего заказывают в кафетерии, или закадровый смех в фильме, который позволяет относить этот фильм к юмористическому жанру, даже если он не является действительно смешным. Проще говоря, они упрощают понимание мира, но не предоставляют никакого жизненного опыта [Там же, с. 42–80].

Из этого следует, что наджинг может быть направлен как на активацию Системы-1 (бессознательной части разума), когда мы пытаемся влиять на решения человека при

помощи его сильных эмоциональных впечатлений в прошлом, ситуационной, первой реакции на событие или при помощи органов чувств, так и на активацию Системы-2 (сознательную часть разума), когда мы предоставляем дополнительную информацию для анализа самим индивидом, которая облегчит выбор, обращаясь к аналитической части разума.

Универсальности методу мягкого подталкивания придает то, что он может сочетаться с различными видами манипулятивных техник и воздействовать на любые эмоциональные и когнитивные механизмы индивида. Необходимо отметить, что существует несколько видов классификации наджинга, но из-за его универсальности ни одна из них не может считаться полной.

София Ранчадсон выделяет два типа подталкиваний [6, с. 6]:

- коммуникационные (например, напоминания);
- фрайминговые — “framing nudges” (например, выделение предпочтительных вариантов жирным шрифтом).

Монгин и Козич различают три типа подталкиваний [5, с. 68]:

- формирующие минимальное количество вариантов;
- использующие ошибки рациональности;
- способствующие росту благосостояния, которые пытаются уменьшить негативные последствия от ограниченной рациональности.

Обобщая все варианты применения наджинга, можно выделить два наиболее широких его вида, каждое из которых может быть и обучающим, и необучающим.

1. Подталкивание, которое осуществляется путем формирования набора альтернатив и предполагает анализ со стороны самого индивида.
2. Подталкивание, которое осуществляется вербально-визуальными методами. К этому виду может относиться предложенный разработчиками этого метода вид наджинга как напоминание, или ознакомление, или обращение внимания индивидов на какую-либо информацию, что приводит к изменению их поведения. Необходимо учитывать важный нюанс, что этот вид наджинга должен иметь высокий уровень визуального оформления, потому что любой неудачный элемент (например, сочетание цветов) сильно снизит эффект от подталкивания.

Важно понимать, что наджинг может быть использован не только для того, чтобы подтолкнуть индивида к действительно полезному для него решению с помощью «чистых» методов, но и для принятия решений, которые индивиду будут невыгодны, применяя при этом достаточно «грязные методы» воздействия. Главная проблема этого метода — это то, что воздействуемый полностью зависит от намерений воздействующего, от их морально-этической составляющей и мягкое подталкивание потенциально не всегда может вести к наиболее полезному выбору для первого.

Наибольшие перспективы метод мягкого подталкивания имеет в политической сфере, если использовать его с различными эвристиками [3, с. 137–147]. Но у этого способа применения есть важный этический момент, который повлияет на эффективность и перспективы его дальнейшего применения: будут ли эти эвристики, фреймы и когнитивные эффекты, созданные воздействующим или уже наличествующие у воздействуемого [2, с. 5–18], соблюдать намерения архитектора выбора или полезны для выбирающего.

Но стоит остерегаться слишком романтического отношения к нему. Метод мягкого подталкивания не ведет к полному устранению проблем, он способен в той или иной степени минимизировать ее в зависимости от того, насколько удачно будет сформирована архитектура выбора, или помочь улучшить эффективность изменений, если речь идет о проведении реформ.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ НАДЖИНГА

Касс Санстейн очень точно определяет специфику этого метода — влиять на решения индивида, но оставляя ему свободу, то есть человек свободно может уклониться или полностью игнорировать подталкивание [7, с. 63–78]. Также важной особенностью наджинга является то, что он может быть применен не только для того, чтобы человек от чего-то отказался (например, от курения), но и для того, чтобы начал делать что-либо полезное для себя и социума (например, начал регулярно сдавать кровь или активно заниматься спортом).

Авторы вносят очень важную оговорку — наджинг не может подталкивать вообще не осуществлять выбор [7, с. 3–8], поэтому будет целесообразно тезисно определить ключевые особенности его применения.

Во-первых, если индивид не может сделать выбор, то необходимо предоставить такой вариант, который бы значительно упростил ему принятие решения.

Во-вторых, архитектор выбора не может нарушать автономию индивида, то есть не может активно принуждать к выбору определенного варианта, оставляя ему свободу игнорировать подталкивания.

В-третьих, подталкивание обязательно должно быть легким, то есть не должно прямо указывать на определенную альтернативу, принуждать индивида сделать выбор в пользу определенной альтернативы против его желания, мнения.

В-четвертых, индивид имеет право уклониться от подталкивания, что не нарушает его свободу выбора, автономию от архитектора.

В-пятых, необходимо помнить, что чем шире выбор, то тем больше придется содействовать людям при принятии решения [Там же, с. 224–234]. Важно понимать, что слишком большое количество альтернатив, как правило, не делает выбор более качественным, а наоборот, сильно снижает его эффективность.

В-шестых, наджинг должен подталкивать только к одному варианту у подталкиваемого, не должно появляться дополнительных интерпретаций и второго варианта, равноценного предлагаемому.

В-седьмых, подталкивание не должно оскорблять индивида (некоторая грубость в формулировках допускается, но только в такой степени, которая увеличивает положительный эффект подталкивания и не имеет указания на конкретные категории граждан, ставя одну категорию ниже или выше другой).

Сами авторы определяют назначение наджинга в использовании его только в тех ситуациях, когда у человека нет достаточного опыта, знаний или желания, чтобы принять наиболее эффективное для себя решение. В ситуациях, когда для индивида проблема очень важна, наджинг неприменим, потому что в этих ситуациях человек детально анализирует всю информацию и принимает полностью автономные решения, а само воздействие будет не эффективным, так как отсутствует малейшая степень неопределенности или желание индивида сэкономить свои ресурсы. Сами авторы замечают, что люди склонны упрощать сложные проблемы и находить самые простые и очевидные решения проблем, чтобы сэкономить свои мыслительные ресурсы и время. Следовательно, одна из главных перспектив наджинга — сэкономить «самое драгоценное, что есть у нас: время» в тех ситуациях, которые это позволяют. Также «подталкивать людей нужно при принятии решений с отложенными последствиями, сложных, редких, с недостаточной обратной связью, а также с неопределенным результатом» [Там же, с. 76].

Как уже отмечалось выше, метод мягкого подталкивания (в целом, без специального применения к сфере государственного правления) может проявляться по-разному и может быть применен в связке с другими методами воздействия, что делает его крайне

универсальным: влиять на выбор человека через какие-либо когнитивные механизмы, эмоциональные реакции, ранее накопленный опыт (преимущественно негативный), различные ощущения органами чувств (например, с помощью осязания), социальное положение, вместе с другими манипулятивными технологиями, в качестве напоминания какой-либо информации, с помощью взятых на себя публично обязательств, общепризнанных авторитетных мнений, отсылки к мнению большинства, прайминга, формирования различных условий, которые могут изменить решения, с помощью просвещения и в ситуациях неопределенности и формирования контекста. Также наджинг может проявляться в виде какой-либо угрозы санкций или в виде вспомогательного вопроса [6, с. 4–7].

Важно оговориться, что, во-первых, наджинг наиболее эффективен вместе с другими методами управления, рекламными кампаниями и прочими способами обратить внимание человека на что-либо, а для того, чтобы подталкивание было наиболее эффективно, необходимо детально определить целевую аудиторию (например, не просто мужчины, а мужчины среднего возраста с определенной системой ценностей), психотип воздействуемого, а во-вторых, наджинг применим не только тогда, когда надо подтолкнуть перестать что-либо делать или изменить траекторию, но и, наоборот, начать действовать.

В сфере государственного управления универсальность наджинга обеспечивается за счет больших возможностей его применения для различных целей и в различных видах ситуаций на всех уровнях управления — федеральном, региональном, локальном, муниципальном. Важно отличать метод мягкого подталкивания от brutальных способов государственного управления, таких как прямой запрет делать что-то под угрозой большого наказания. Перспектива наджинга в широком смысле может заключаться в том, чтобы избегать введения подобных способов управления, заменяя их мягкими, которые строятся на убеждении граждан действовать определенным образом, не запрещая прежний вариант и создавая инъонктивные и дескриптивные социальные нормы. Во-первых, метод мягкого подталкивания может быть эффективен в случае, когда вносятся изменения в какой-либо нормативно-правовой акт в сфере административного законодательства, затрагивающий определенную категорию граждан (например, владельцев автомобилей), которая может нарушать этот закон вследствие отсутствия у них доступа к информации о внесенных изменениях, за которые не предусмотрено большое наказание, необходимо избежать его увеличения, введения. Во-вторых, наибольшие перспективы наджинг имеет в том, чтобы государственные структуры (например, профильные городские комитеты) вели просветительскую гражданскую деятельность, рассказывая о различных сферах, проблемы в которых могут помочь решить сами граждане (например, реставрация разрушенных памятников архитектуры), обучая разбираться в них достаточно глубоко (например, рассказывать о российском деревянном зодчестве, которое является уникальным в мировой культуре), чтобы, в свою очередь, на основе этих знаний граждане сформировали общественные дискуссии, запрос на изменения и создавали социальные инициативы, а государственные структуры решали бы проблемы с помощью инструментов и ресурсов, которыми они обладают, создавая постоянный диалог с гражданами, а сами граждане получали инструмент контроля за тем, насколько эффективно выполняются изменения. Но необходимо избежать того, чтобы сами комитеты создавали социальные инициативы или акции-флешмобы. В-третьих, на муниципальном уровне при решении актуальной проблемы низкой вовлеченности граждан в участие в муниципальном управлении и инициативности метод мягкого подталкивания может заключаться в объяснении гражданам, какими правами и возможностями они обладают для осуществления управленческих функций, на принятие каких решений могут повлиять. В-четвертых, наджинг может быть полезен, когда необходимо изменить потребление (например, обращаться в государственные органы не офлайн, а онлайн, через формы обратной связи) какой-либо

государственной услуги или привить потребление новой. Для решения этой задачи можно усложнить обращение офлайн и одновременно упростить на всех стадиях онлайн-вариант.

Безусловно, наджинг имеет перспективы применения и во многих других сферах политического менеджмента, но, применяя его, необходимо всегда соблюдать ряд универсальных правил, чтобы он был эффективен.

1. Всегда помнить, что наджинг надо применять только вместе с реальными мерами управления. Мягкое подталкивание может быть использовано только в качестве меры поддержки, чтобы эффективность предпринимаемых мер была выше. Он не решает проблему полностью, он может снизить ее масштаб или сократить государственные расходы на ее решение.
2. Необходимо помнить, к чему конкретно нужно подтолкнуть (к одному определенному варианту) и для чего надо подталкивать (что это подталкивание сможет разрешить).
3. Проверять, применяли ли в других странах этот метод для решения этой же проблемы. Если да, то перенимать этот опыт, но учитывая специфику страны и различие между этой проблемой в другой стране и в России.
4. Необходимо четкое понимание сути проблемы и какие выгоды можно извлечь от ее решения, прямые и косвенные.
5. Понимать, как для решения проблемы можно подтолкнуть граждан к тому, чтобы не уклонялись от изменений, выбрали именно их.

В конечном итоге надо сказать, что при правильном понимании сущности наджинга, его механизмов применения он может быть очень эффективным как самостоятельно, так и вместе с другими методами воздействия и сделать какие-либо реформы, если мы говорим про государственное управление, более эффективными.

Литература

1. Канеман Д. *Думай медленно... решай быстро* / Д. Канеман. М. : АСТ, 2013. 521 с.
2. Канеман Д., Тверски А. Рациональный выбор, ценности и фреймы // Психологический журнал / под ред. А. Л. Журавлева. М. : Изд-во РАН, 2003. Т. 24. № 4. С. 31–42.
3. Талер Р., Санстейн К. *Nudge. Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье* / Р. Талер, К. Санстейн. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2010. 240 с.
4. Чалдини Р. *Социальная психология* / Р. Чалдини. СПб. : Питер, 2010. 836 с.
5. Kozich M. *Rethinking Nudge: Not one but Three Concepts* / M. Kozich. Cambridge University Press. 2018. No. 2. Pp. 107–124.
6. Ranchordas S. *Nudging Citizens through Technology in Smart Cities, International Review of Law, Computers & Technology* / S. Ranchardson. 2019. No. 33. Pp. 1–23.
7. *Sanstein K. Human Agency and Behavioral Economics* / K. Sanstein. Palgrave Macmillan. 2017.