



تهیه شده در:  
معاونت اقتصادی  
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران  
دی ماه ۱۳۹۷

# بررسی مسائل روز اقتصاد ایران

مجری: دکتر جعفر خیرخواهان

# اقتصاد رفتاری و کاربرد آن در تصمیم‌گیری دولتی و مدیریت بنگاه‌های اقتصادی

## خلاصه مدیریتی

علم اقتصاد همواره به دنبال ساختن مدل‌های مناسب برای تبیین و پیش‌بینی رفتار انسان‌ها بوده است. در علم اقتصاد نئوکلاسیک که از مهم‌ترین جریان‌های اقتصادی است فرض می‌شود انسان‌ها موجودات کاملاً عقلانی با ظرفیت نامحدود برای جذب و پردازش اطلاعات هستند؛ اما با ظهور علم رفتاری و شاخه اقتصاد رفتاری فرض انسان اقتصادی به صورت تمامیتی عقلانی زیر سؤال رفته است. اقتصاد رفتاری یک روش تحلیل اقتصادی است که از بینش روان‌شناختی برای توضیح و تحلیل تصمیم‌گیری اقتصادی استفاده می‌کند. این دانش میان‌رشته‌ای با طراحی مداخلات آزمایشی در محیط طبیعی و سپس ارزیابی دقیق آن‌ها، به حوزه سیاست‌گذاری ورود کرده است که عمدتاً از نظریه «تلنگر» الهام می‌گیرد.

تلنگر به معنای بازطراحی محیط تصمیم‌گیری است تا باعث رفتارهایی شود که به لحاظ مالی، سلامتی و زیست‌محیطی برای فرد تصمیم‌گیرنده و جامعه بهینه باشند. در واقع تلنگر، به هر جنبه‌ای از معماری انتخاب اشاره دارد که در آن رفتارهای مردم را به شکل پیش‌بینی‌پذیر و بدون ممنوع کردن هر گزینه یا تغییر قابل‌توجه در انگیزه‌های مالی و اقتصادی تغییر می‌دهیم. ایده اصلی این نظریه بر این فرض اساسی استوار است که مردم عموماً به شکل غیرعقلانی رفتار می‌کنند و پیامد این رفتارهای غیرعقلانی می‌تواند باعث ایجاد مشکلات متنوع با اثرات منفی بلندمدت بر رفاه و بهزیستی فرد و جامعه از قبیل بدهی زیاد، آسیب به

سلامتی یا تخریب محیط زیست ظاهر شود. پس می توان با بازطراحی محیط تصمیم گیری، باعث ایجاد رفتارهایی شد که به لحاظ مالی، سلامتی و زیست محیطی بهینه هستند و به نفع خود افراد تصمیم گیرنده باشند.

با توجه به اهدای جایزه نوبل اقتصاد سال ۲۰۱۷ به ریچارد تیلر از نظریه پردازان اصلی حوزه علم رفتاری و اقتصاد رفتاری، این شماره از بولتن اقتصادی، به چند گفتگو و مقاله درباره پژوهش های علمی تیلر و کاربرد اقتصاد رفتاری در گرفتن تصمیمات بهتر و بهتر کردن زندگی مصرف کنندگان، تولید کنندگان، مدیران و کارکنان در حوزه های مختلف سیاست گذاری عمومی نظیر مصرف، پس انداز، سلامت، مالیات، فقر، محیط زیست و ... اختصاص یافته است.

مقاله نخست تأثیر ریچارد تیلر بر علم اقتصاد و کاربردهای عملی ایده های وی را که از مدت ها پیش به بار نشسته است نشان می دهد. برای مثال چگونه دولت ها و شرکت ها خیلی ساده با تغییری جزئی در فرم های اداری می توانند تأثیر زیادی بر میزان پس انداز کارکنان برای دوران بازنشستگی خود بگذارند. مقاله دوم عمدتاً به معرفی کتاب جدید تیلر «کثر رفتاری: شکل گیری علم اقتصاد رفتاری» می پردازد که روایتگر زندگی تیلر و مبارزه وی برای تغییر دادن شیوه نگاه اقتصاددانان سنتی به تأثیر روان شناسی انسانی بر علم اقتصاد است. تیلر درباره دلیل نوشتن این کتاب و اینکه اگر یک عصای جادویی داشتید کدامیک از سوگیری های تصمیم گیری را حذف می کردید صحبت می کند. مقاله سوم را کاس سانستین حقوقدان و نویسنده همکار تیلر در نگارش کتاب تلنجر نوشته است که چگونه همکاری با تیلر باعث تغییر مسیر فکری و زندگی حرفه ای وی شد. در مقاله چهارم پس از گذشت ده سال از انتشار کتاب تلنجر می بینیم که چگونه تلنجرزدن در سطح جهان روبه افزایش است و اینک جایگاهی رسمی در دولت با عناوین واحد تلنجر یا واحد بینش های رفتاری پیدا کرده است. در مقاله پنجم تجربه یک پژوهش میدانی در فرودگاه کپنهاگ دانمارک آورده شده است که نشان می دهد توصیه کردن بهتر از ممنوعیت (کشیدن سیگار) نتیجه می دهد. آخرین مطلب هم به معرفی بهترین کتابها در حوزه اقتصاد رفتاری توسط دن آریلی اختصاص دارد که به ما کمک می کند تا نقاط ضعف خود را بهتر بشناسیم و تصمیمات بهتری درباره مصرف، ثروت و بهروزی خود بگیریم.

## مقدمه

ریچارد تیلر<sup>۱</sup> از بنیان «اقتصاد رفتاری»<sup>۲</sup> است که در سال ۲۰۱۷ موفق به دریافت جایزه نوبل اقتصاد شد. او مدت‌های طولانی به عنوان فردی شناخته می‌شد که یکی از فرض‌های بنیادی جریان اصلی علم اقتصاد، یعنی این فرض که افراد هنگام خرید یا گرفتن تصمیمات مالی، روی هم‌رفته عقلانی رفتار می‌کنند را به چالش کشید. پژوهش‌های تیلر با زیر سؤال بردن این فهم متعارف، نشان داد تصمیمات انسان‌ها گاهی اوقات نسبت به آنچه فرض می‌شود کمتر عقلانی است و اینکه «عوامل روان‌شناسی» اغلب به شیوه‌هایی قابل پیش‌بینی، بر بسیاری از تصمیمات مصرف‌کنندگان و پس‌اندازکنندگان تأثیر می‌گذارد.

یکی از نوآوری‌های تیلر ابزار «تلنگر»<sup>۳</sup> است. تلنگر به مداخله‌های ظریفی گفته می‌شود که بنگاه‌ها یا دولت‌ها می‌توانند برای تغییر رفتار مردم انجام دهند بدون اینکه جلوی آزادی انتخاب افراد را بگیرند. در کنار سیاست‌های سنتی، تلنگرزدن (یا تغییر معماری انتخاب) یک رویکرد باارزش برای افزایش کارایی است. در این گزارش، با گزینش چندین مقاله به شرح زیر سعی شده است پژوهش‌های علمی تیلر و کاربرد اقتصاد رفتاری در بهتر کردن زندگی مردم معرفی شود.

- ۱- چگونه «بینش‌های ساده» ریچارد تیلر به جایزه نوبل ختم شد؛ مصاحبه با کاترین میلکمن
- ۲- کثرتاری: هنگامی که روان‌شناسی به کمک علم اقتصاد می‌آید، مصاحبه با ریچارد تیلر
- ۳- تیلر زندگی من (و هر کس دیگر) را تغییر داد؛ نوشته کاس سانستین
- ۴- تلنگرزدن روبه افزایش است (و اینک جایگاه رسمی در دولت دارد)
- ۵- آیا توصیه بهتر از ممنوعیت عمل نمی‌کند؟ نوشته واحد تلنگر دانمارک
- ۶- معرفی بهترین کتاب‌ها در حوزه اقتصاد رفتاری؛ نوشته دن آریلی

---

<sup>1</sup> Richard H. Thaler

<sup>2</sup> behavioral economics

<sup>3</sup> Nudge

## ۱- چگونه بینش های ساده ریچارد تیلر به جایزه نوبل ختم شد<sup>۱</sup>

### مصاحبه با کاترین میلکمن

ریچارد تیلر «پدر اقتصاد رفتاری» موفق به دریافت جایزه نوبل اقتصاد سال ۲۰۱۷ شد. او سالیانی دراز یک مفهوم بنیادی در جریان اصلی علم اقتصاد را به چالش می کشید. تیلر این فرض و فهم متعارف را که مردم هنگام خرید یا گرفتن تصمیمات مالی، روی هم رفته عقلانی رفتار می کنند زیر سؤال برد. پژوهش های تیلر نشان داد تصمیمات انسان ها برخی اوقات نسبت به آنچه فرض می شود کمتر عقلانی است و اینکه علم روان شناسی به طور کلی- و مفاهیمی از قبیل محرک های آنی- بر بسیاری از تصمیمات مصرف کنندگان به شیوه های اغلب قابل پیش بینی تأثیر می گذارد.

اقتصاد رفتاری که زمانی یک عنصر حاشیه ای تلقی می شد امروزه به بخشی از تفکر اقتصادی عموماً پذیرفته شده تبدیل شده است که تا حد زیادی مدیون ایده های تیلر است. پژوهش های وی دلالت های عملی آنی نیز دارد. یکی از ایده های درخشان تیلر- «نظریه تلنگر»- حکایت از این دارد که برای مثال دولت ها و شرکت ها به سادگی با تغییرات جزئی در فرم ها و کاغذبازی اداری می توانند تأثیر زیادی بر میزان پس انداز کارکنان برای دوران بازنشستگی خود بگذارند مثلاً با تغییری کوچک در فرم درخواست افزایش پس انداز که در آن پیش فرض اصلی موافقت افراد باشد و هر کس تمایل نداشت انصراف خود را اعلام کند (به جای این پیش فرض که همه مخالف هستند مگر آنهایی که اعلام موافقت بکنند). او حتی با همکار خود کاس سانستین به طور مشترک کتابی پرفروش به نام «تلنگر: بهبود تصمیمات درباره تندرستی، ثروت و شادکامی<sup>۲</sup>» نوشت.

کاترین میلکمن استاد عملیات، اطلاعات و تصمیمات در دانشگاه وارتون (که کارشناس اقتصاد رفتاری نیز هست) درباره تأثیر تیلر بر علم اقتصاد و کاربردهای عملی ایده های وی که از مدت ها پیش به بار نشست است صحبت می کند. میلکمن بخش مهمی از موفقیت تیلر را مدیون ایده های بکر و سبک نگارش ساده و عالی وی می داند. میلکمن در سال ۲۰۱۶ نیز درباره کتاب تازه منتشر شده تیلر به نام «کژرفتاری: شکل گیری علم اقتصاد رفتاری<sup>۳</sup>» با وی مصاحبه کرده بود که در مطلب بعدی این بولتن آمده است.

<sup>1</sup> Katherine Milkman (2017) How Richard Thaler's 'Simple Insights' Led to a Nobel Prize, Knowledge@Wharton, October 10.

<http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/how-richard-h-thalers-clear-thinking-led-to-a-nobel-prize-in-economics/>

<sup>۲</sup> این کتاب به فارسی با عنوان "تلنگر، هی، بیا" و ترجمه کورش بهرنگ در انتشارات رسا، در سال ۱۳۹۷ منتشر شده است.

<sup>۳</sup> این کتاب به فارسی با عنوان "کژرفتاری اقتصاد: داستان شکل گیری اقتصاد رفتاری" و ترجمه سید امیرحسین میرابوطالبی در انتشارات دنیای اقتصاد، در سال ۱۳۹۷ منتشر شده است.

**مصاحبه‌گر:** این روزها برای اقتصاددانان رفتاری مانند شما که شاهد قدردانی و به رسمیت شناخته شدن یکی از پرچم‌داران این عرصه با دریافت جایزه نوبل هستید باید روزهای هیجان‌انگیزی باشد. می‌خواستم لطف کنید طرح کلی و مختصری از مفاهیم اصلی اقتصاد رفتاری ارائه دهید و تفاوتش را با نظرات جریان اصلی علم اقتصاد بیان کنید. همچنین توضیح بدهید که چرا تیلر رهبر این حوزه علمی شناخته می‌شود؟

**میلکمن:** علم اقتصاد مرسوم، مفروضاتی درباره عقلانیت همه ما انسان‌ها دارد بدین معنا که فرض می‌کند ما همگی شبیه ماشین‌های تصمیم‌گیری بی‌عیب و نقص تصمیم می‌گیریم، مانند شخصیت کاپیتان اسپاک در مجموعه تلویزیونی علمی تخیلی پیشتازان فضا که توانایی پردازش اطلاعات با سرعت نور را دارد، اعداد بسیار بزرگ را در هم ضرب می‌کند و پاسخ کاملاً درستی تحویل می‌دهد.

اما در دنیای واقعی، انسان‌ها به این شیوه تصمیم نمی‌گیرند. ما در زندگی روزانه خود اغلب مرتکب اشتباهات ساده‌ای می‌شویم. پیشبرد علمی مهم ریچارد تیلر در علم اقتصاد این بود که مجموعه روش‌های قابل پیش‌بینی که مردم دچار خطا می‌شوند معرفی کرد. او با تلاش‌های عملی خود سرانجام توانست این مسئله را جا بیندازد که لازم است این نوع انحرافات را مدل‌سازی بکنیم تا توصیف غنی‌تر و دقیق‌تری از رفتار انسان در حوزه علم اقتصاد داشته باشیم.

**مصاحبه‌گر:** مثالی کلاسیک از یک تصمیم بیاورید که اقتصاددانان انتظار دارند انسان‌ها به نحو عقلانی تصمیم بگیرند اما در واقع عقلانی تصمیم نمی‌گیرند؟

**میلکمن:** خب، یک مثال عالی را می‌توان از پژوهش‌های خود تیلر درباره چالش‌های خویشتن‌داری آورد. مثال وی به مسئله یا چالش «ظرف بادام هندی» مربوط می‌شود. فرض می‌کنیم شما به مجلس شامی دعوت شده‌اید و باید جلوی خودتان را در برابر خوردن بادام هندی که می‌دانید اشتهاپتان را برای شام خراب می‌کند بگیرید. اقتصاددان سنتی با رویکرد نئوکلاسیک ادعا می‌کنند چنین چیزی هرگز یک چالش نیست. آنها می‌گویند هیچ‌کس نباید در برابر وسوسه خوردن بادام هندی مشکلی داشته باشد. مهمانان می‌دانند خوردن بادام هندی اشتهاپشان را کور خواهد کرد؛ پس آنها بادام هندی را نخواهند خورد؛ اما تیلر اشاره می‌کند که در واقعیت امر، همگی در حال مبارزه با وسوسه خوردن بادام هندی هستند و هنگامی که میزبان ظرف بادام هندی را از جلوی مهمانان برمی‌دارد و آن ظرف از دسترس آنها دور می‌شود، تمامی مهمانان نفس راحتی می‌کشند!

این به نظر مسئله کوچکی می‌آید اما واقعاً یک چالش مهم برای انسان‌ها در قضیه خویشتن‌داری محسوب می‌شود و احیاناً می‌تواند شیوع مشکلاتی مانند اضافه وزن (چاقی)، کم‌پس‌انداز کردن برای دوران بازنشستگی و کمتر تحصیل کردن در بین برخی گروه‌های جامعه را تبیین کند. دامنه چیزهایی که این مثال

و مشاهده ساده برای ما روشن می‌سازد واقعاً خارق‌العاده است و این تنها یکی از پیشبردهای علمی تیلر بوده است.

**مصاحبه‌گر:** این‌طور که من متوجه شدم ایده این است که از قرار معلوم موجودات انسانی بیشتر اوقات بدون فکر و با بی‌قیدی رفتار می‌کنند و ما باید این نکته را در نظر بگیریم. چنین نیست که آنها به‌طور حسابگرانه‌ای همیشه آماده هستند تا یک تصمیم اقتصادی یا مالی را ارزیابی کنند.

**میلکمن:** دقیقاً همین‌طور است. پیشبرد علمی ریچارد تیلر به علم اقتصاد در یک جمله این است: انسان‌ها موجودات کاملاً عقلانی نیستند که با ماشین‌حسابی در دست نشسته باشند و همه چیز را حساب‌و‌کتاب کنند. ما با مشکل کنترل وسوسه‌ها و هوس‌های آنی مواجه‌ایم و برای هر کدام ترجیحات اجتماعی خاصی داریم. ما آدم‌های کاملاً خودخواهی نیستیم و به آنچه برای سایر مردم اتفاق می‌افتد نیز اهمیت می‌دهیم. ما از جهات گوناگون عقلانیت محدودی داریم. تیلر در طول ۵۰ سال گذشته مرتب به این مسئله پرداخته و فرصت‌های در اختیار سیاست‌گذاران تا زندگی میلیاردها نفر را با توجه به این بینش‌ها بهبود بخشند شناسایی کرده است.

**مصاحبه‌گر:** آیا اندکی عجیب به نظر نمی‌رسد که چنین ایده‌های مهمی مدت‌های طولانی مورد بی‌توجهی قرار می‌گرفتند؛ اما خوشبختانه اکنون خیلی بیشتر درباره آنها صحبت می‌شود.

**میلکمن:** بله حق با شماست. این‌که چنین اتفاقی افتاد و سرانجام این ایده‌ها توانستند جای خود را باز کنند بخش زیادی از آن به شخصیت آدمی مثل ریچارد تیلر برمی‌گردد؛ او آدمی است که دوست دارد قالب‌ها را درهم‌بشکند و کژرفتاری کند و عنوان کتاب خودزندگی‌نامه وی هم «کژرفتاری» است. ما به وجود اشخاصی مانند تیلر نیاز داریم که بی‌معنابودن مفروضات مدل‌های اقتصادی مرسوم را متذکر شوند و به تغییر آنها کمک کنند تا بتوانیم کارهای علمی و پژوهشی بهتری انجام دهیم.

**مصاحبه‌گر:** و البته این مدل‌های مرسوم اقتصادی برای مدت‌های طولانی و شاید حتی اغلب اوقات واقعاً خیلی خوب کار کردند؛ اما نکته اینجاست که وقتی آنها در جایی و شرایطی کار نمی‌کنند، عیب و نقص جدی به حساب آمده و ممکن است خسارات زیادی به بار بیاورند. آیا همین‌طور نیست؟

**میلکمن:** من هم همین‌گونه فکر می‌کنم. البته به این معنا نیز هست که فرصت‌هایی برای بهبود مدل‌ها داشته‌ایم که استفاده نکرده‌ایم؛ بنابراین حتی اگر این مدل‌ها در بیشتر مواقع خیلی خوب کار می‌کردند واقعاً مدل‌های کامل و اصطلاحاً کاردرستی هم نبوده‌اند؛ بنابراین به نظرم امکان و فرصتی برای دقیق‌تر و بهتر

کردن این مدل‌ها به وجود آمده که فرصت‌های بیشتری برای بهبود سیاست‌گذاری و سایر کارها فراهم می‌سازد.

**مصاحبه‌گر:** حالا می‌خواهم درباره برخی از کاربردهای علمی ایده‌های تیلر صحبت کنیم. تیلر تا مدتی پیش مشاور بخش دولتی بود. خوب است درباره پیشبردهای علمی وی بگویید و اینکه او چگونه توانست ایده‌های عملی بسیار زیادی داشته باشد و ما چگونه می‌توانیم مفاهیمی را که تیلر عرضه کرد در عمل به کار ببندیم.

**میلکمن:** تیلر در سال ۲۰۰۸ با همراهی کاس سانستین، کتابی به نام تلنجر نوشت که پرفروش شد. این کتاب با استفاده از اقتصاد رفتاری توانست فرصت‌های در اختیار دولت‌ها را تشریح کند. ایده اساسی این بود که مردم به روش‌های بسیار زیاد دچار انتخاب‌های غیربهبینه می‌شوند و دولت‌ها فرصت دارند تا از دانش و بینش خود در رابطه با این خطاها استفاده و کمک کنند تا مردم واقعاً تصمیم‌های بهتری بگیرند.

من در اینجا مایلیم یک مثال واقعاً ملموس از آن کتاب بیاورم که فکر می‌کنم بی‌نهایت قدرتمند است. او اشاره می‌کند که هر وقت ما وارد یک کافه تریا می‌شویم با طیف گسترده‌ای از گزینه‌های خوراکی روبرو می‌شویم که کدام‌یک را انتخاب و روی سینی خود بگذاریم. یک خوراکی در ردیف جلوی ما قرار دارد و خوراکی دیگری در ردیف آخر است؛ اما ما با نخستین خوراکی که برخورد می‌کنیم به احتمال زیاد همان چیزی است که می‌خریم و می‌خوریم در مقایسه با آن خوراکی که در آخر قرار گرفته است، چرا؟ چون هنگام برخورد ما با گزینه اول، ما یک سینی خالی داریم! منظورم این است که آن شخصی که درباره ترتیب چیدن مواد خوراکی در کافه تریا تصمیم می‌گیرد، حال چه تعمدی یا غیرتعمدی این کار را کرده باشد، با تصمیم‌گیری درباره نحوه چیدمان خوراکی‌ها تأثیر شگفت‌آوری بر انتخاب‌های ما می‌گذارد. نخستین خوراکی که ما با آن برخورد می‌کنیم با احتمال بسیار بیشتری سر از سینی ما در می‌آورد، دقیقاً همان‌طور که در بالا گفتیم؛ بنابراین هر آنچه که جلوتر از سایر خوراکی‌ها و بیشتر در معرض دید باشد، فارغ از این‌که آن ماده خوراکی کلم بروکلی باشد یا کیک شکلاتی، احتمال بیشتری دارد که آن را در سینی خود قرار دهیم.

پس چیزی به عنوان معماری انتخاب خنثی و بی‌طرف<sup>۱</sup> وجود ندارد. تیلر روی این نکته انگشت می‌گذارد که ما باید سعی کنیم محیط پیرامونی خود، جایی که مردم در حال گرفتن تصمیمات هستند، به شیوه‌ای معماری کنیم که به گفته وی، آنها را به سمت انتخاب‌های بهتر تلنجر بزند. پس چرا نیاییم در کافه تریا کلم

<sup>1</sup> Neutral choice architecture



بروکلی را اول و شیرینی شکلاتی را آخر بگذاریم تا به مردم کمک کنیم تصمیمات سالم‌تری برای زندگی خود بگیرند؟

تیلر همچنین پژوهش‌های زیادی کرده است که چگونه با استفاده از درکی مشابه از روان‌شناسی، مقدار پس‌انداز خود در دوران بازنشستگی را بیشتر کنیم. برای نمونه، چرا فرض را بر این نگذاریم که مردم خواهان پس‌انداز کردن برای بازنشستگی هستند و به آنها اجازه دهیم به شکل خودکار در طرح پس‌انداز بازنشستگی ثبت‌نام کرده و عضو شوند به جای شیوه‌ای که از گذشته و به صورت تاریخی انجام می‌شد یعنی هنگام شروع به کار با کارفرمای جدید فرض می‌شد مردم نمی‌خواهند ثبت‌نام کنند مگر اینکه خودشان تقاضای ثبت‌نام برای برنامه پس‌انداز بازنشستگی می‌دادند. با ایجاد تغییرات کوچک در محیط‌هایی که افراد دست به انتخاب می‌زنند و بدون محدود کردن انتخاب افراد، می‌توانیم تأثیری عظیم بر بهبود زندگی انسان‌ها بگذاریم.

**مصاحبه‌گر:** ایده جالب دیگر- در کنار همان مسیر استدلالی- این است که کارمند از قبل موافقت کند هر وقت حقوقش در آینده افزایش یافت، درصد بیشتری از آن افزایش حقوق به حساب بازنشستگی وی واریز شود، در مقایسه با حالت فعلی که درصد دقیقاً توافق شده معین از قبل انتخاب شده از حقوقش کسر می‌شود. معلوم است که در حالت پیشنهادی جدید، قدرت یا معجزه سود مرکب<sup>۱</sup> رخ می‌دهد و همین تصمیم ساده می‌تواند افزایش رفاه عظیمی در زمان بازنشستگی، عاید کارمند کند.

**میلکمن:** کاملاً درست است و شما مشخصاً از من پرسیدید دولت‌ها چگونه از اینها استفاده می‌کنند. می‌خواهم به این نکته اشاره کنم که افراد زیادی در دولت، کتاب تلنجر را خواندند و اکنون واقعاً صدها اداره در دولت‌ها در سرتاسر جهان وجود دارند که آنچه را این افراد از روی علاقه، واحدهای تلنجر می‌نامند گسترش و توسعه دهند. واحدهای تلنجر مکان‌هایی هستند که در آنها سعی می‌کنند این بینش‌ها را از حوزه اقتصاد رفتاری بگیرند و خروجی‌های ادارات را به سمت رضایت بیشتر شهروندان هدایت کنند.

و اینجا در آمریکا هم یکی از این واحدها را داریم که به نظرم در سال ۲۰۱۵ تأسیس شد. قبل از آن، نخستین واحد تلنجر در انگلستان تحت نظر دیوید کامرون تأسیس شد که از نظر لغوی هم به آن واحد تلنجر گفته می‌شد. اکنون نام آن را به «تیم بینش‌های رفتاری»<sup>۲</sup> تغییر دادند و فعالیت‌هایی هم در آمریکا انجام

---

<sup>۱</sup> سود مبلغ اولیه سپرده به‌علاوه سود سودهای قبلی را سود مرکب می‌گویند. سود مرکب به معنی «سود بر سود» هم بیان می‌شود و در مقایسه با سود معمولی باعث افزایش سریع‌تر سود سپرده سرمایه‌گذاری شده در بانک می‌شود. میزان افزایش سود مرکب بستگی به تعداد سال‌ها یا ماه‌های سرمایه‌گذاری دارد؛ هر چه تعداد دوره‌های سپرده‌گذاری بیشتر باشد به همان نسبت بصورت تصاعدی سود مرکب بیشتری خواهید داشت.

<sup>۲</sup> Behavioral Insights Team

می‌دهد. آنها به بسیاری از شهرداری‌ها در آمریکا کمک می‌کنند تا بروندهایی داشته باشند که رضایت شهروندان را بیشتر می‌کند؛ بنابراین نتایج پژوهش‌های تیلر اثراتی بیشمار نه تنها در این کشور بلکه در بقیه جهان هم داشته است.

**مصاحبه‌گر:** تیلر جایزه نوبل علم اقتصاد را به خاطر پژوهش‌هایی که در حوزه اقتصاد رفتاری انجام داده بود برد، ولی شما در ابتدای صحبت اشاره کردید که تیلر به جای اینکه خودش را اقتصاددان رفتاری بداند دانشمند رفتاری می‌داند. درباره تفاوت این دو صحبت کنید.

**میلکمن:** یکی از خصوصیات مهم کارهای ریچارد تیلر این است که او بین رشته‌های مختلف پل زده است و بنابراین درحالی‌که بیشتر جوایز نوبل اقتصاد به کسانی داده می‌شود که واقعاً تنها اقتصاددان هستند و تنها در علم اقتصاد به رسمیت شناخته می‌شوند، برخی از این جوایز به کسانی داده شده است که بر طیف گسترده‌تری از زمینه‌های علمی تأثیر گذاشته‌اند و جایزه امسال یکی از این نمونه‌ها است.

بنابراین ریچارد تیلر اغلب خودش را نه تنها یک اقتصاددان رفتاری بلکه دانشمند رفتاری می‌نامد چون ما شاهد تشکیل یک جامعه علمی هستیم که شامل افراد بسیار زیادی می‌شود که اقتصاددان نیستند. کسانی که این کارها را انجام می‌دهند به خاطر ایده‌هایی که در ذهنشان نقش بسته است، تفکراتی درباره ویژگی‌های خاص رفتار انسانی دارند که علم اقتصاد موفق به درک و مدل‌سازی آنها نشده است.

در نتیجه علوم رفتاری اصطلاح گسترده‌تری است و روان‌شناسان و همچنین کسانی که در دانشکده‌های بازرگانی هستند و هویت معینی به اسم روان‌شناس یا اقتصاددان ندارند نیز شامل می‌شود. در این جماعت می‌توان روح سرگردان دانشمندان علوم عصبی و جامعه‌شناسانی را یافت که خودشان را دانشمندان رفتاری تصور می‌کنند.

**مصاحبه‌گر:** جالب است که در این مباحث واژه «رفتاری» و «روان‌شناسی» وجود دارد؛ اما واژه هیجان<sup>۱</sup> را نمی‌بینم درحالی‌که به نظر می‌رسد آن هم بخشی از ماجرا است. ما درباره هوش هیجانی صحبت می‌کنیم. آیا آن هم به نوعی با این ایده ارتباط دارد؟ این مفهوم ظاهراً اندکی بیرون از حوزه اکیداً عقلانی است و برای رفتار بکار می‌رود و اغلب در محیط کار درباره آن صحبت می‌شود.

<sup>1</sup> Emotion

**میلکمن:** سؤال خوبی است. به نظرم هیجانات به‌طور مشخص و دقیق در مرکز کار تیلر نبوده است اما از جهاتی هیجانات، بنیان همه علوم رفتاری و اقتصاد رفتاری هستند، چون اگر بپرسید انحراف از تصمیم‌گیری بهینه از کجا آمده است در پاسخ می‌گوییم که بسیاری از آنها از هیجانات ناشی شده است.

بنابراین بسیاری از کارهای تیلر به ترجیحات اجتماعی مربوط است. برای نمونه، این واقعیات که ما ذاتاً نه فقط به نتایجی که نصیب خودمان می‌شود بلکه به نتایجی که به سایر مردم می‌رسد هم اهمیت می‌دهیم؛ ما به شکل هیجانی یا احساسی به دیگران توجه می‌کنیم؛ ما هنگامی که می‌بینیم چیزی اتفاق می‌افتد و فکر می‌کنیم نسبت به شخصی دیگر بی‌عدالتی روا شده است واکنشی احساسی از خود نشان می‌دهیم.

به واکنش هیجانی یا غریزی نیز می‌توان فکر کرد که در بیشتر موقعیت‌ها به مسئله کنترل هوس‌های آنی منجر می‌شود و کار تیلر درباره خویش‌داری، جملگی به هیجانات مربوط می‌شود؛ بنابراین درحالی‌که او به عنوان اندیشمند حوزه هیجانات شناخته نمی‌شود، از برخی جهات به نظر می‌رسد هر چیزی که درباره عقلانیت محدود آموخته‌ایم تاحدی به هیجانات مرتبط باشد.

**مصاحبه‌گر:** لطفاً درباره روش‌هایی که تیلر به واسطه آنها توانست بر بسیاری از پژوهشگران از جمله خود شما تأثیر بگذارد صحبت کنید.

**میلکمن:** خب او عرصه‌های جدیدی از پژوهش را گشوده است که واقعاً تا پیش از شروع کار او وجود نداشت. من شخصاً خویش‌داری<sup>۱</sup> و تلنگرزدن را مطالعه می‌کنم و این دو حوزه را تا پیش از تیلر، جامعه دانشمندان رفتاری تقریباً به این شیوه بررسی نکرده بودند. تیلر اینها را در مرکز بحث اقتصاد رفتاری جای داد و این حوزه جدید را همراه با شخصیت برجسته پیش از خود یعنی دانیل کانمن<sup>۲</sup> خلق کرد که او نیز تقریباً ۱۵ سال پیش جایزه نوبل گرفت. تیلر نقشی ابزاری در گشودن درها بر روی دانشمندان جوان داشت تا درباره چیزهایی فکر کنند که قبلاً با این دقت آکادمیک درباره آنها صحبت نمی‌شد.

**مصاحبه‌گر:** از مواردی بگویید که اینک درباره‌شان پژوهش می‌کنید و شاید اگر تأثیر اقتصاد رفتاری بر زندگی شما وجود نداشت توجه و دقتی به آنها نمی‌کردید.

<sup>1</sup> Self-control

<sup>2</sup> Daniel Kahneman

**میلکمن:** یکی از حوزه‌هایی که من بسیار به آن توجه می‌کنم چیزی است که «اثر شروع تازه»<sup>۱</sup> می‌نامم. ما پژوهش‌هایی انجام داده‌ایم که نشان می‌دهد در شروع چرخه‌های جدید در زندگی ما، مانند شروع سال جدید، شروع هفته جدید یا پس از سالروز تولد، خیلی بدیهی خواهد بود که درباره‌اش فکر کنیم و به فکر تجدید خویشنداری بیفتیم و انگیزه اضافی پیدا کنیم تا اهداف خود را با شدت بیشتری پی بگیریم.

برای مثال ما دریافتیم در شروع این چرخه‌های جدید، میزان استفاده مردم از سالن‌های ورزشی افزایش می‌یابد یا در آغاز این چرخه‌های جدید احتمال بیشتری می‌رود که واژه «رژیم غذایی» را در گوگل جستجو کنند. این موارد مستقیماً به کارهای ریچارد تیلر مرتبط است که اشاره کرد برخورد ما با زمان و پول خودمان آنگونه که صرفاً همگی یکسان و قابل معاوضه<sup>۲</sup> باشند نیست؛ ما واقعاً از آنچه که او «حساب‌های ذهنی»<sup>۳</sup> می‌نامد استفاده می‌کنیم.

پس با توجه به این دسته‌بندی‌ها تلقی و نگاه ما نسبت به زمان تفاوت می‌کند، همانند پولی که برای هر کدام از نیازهای خود در دسته‌بندی جداگانه می‌گذاریم و آن را بین دسته‌بندی‌ها جابجا نمی‌کنیم، حرکت زمان هم چنین حالتی دارد؛ بنابراین سال جدید، مثل یک حساب جدید است. این یک دسته‌بندی جدید است که ما با آن به نحو متفاوتی برخورد می‌کنیم. من در پژوهش‌هایم نشان دادم هنگامی که وارد سال نو می‌شویم این احساس را پیدا می‌کنیم که مثل یک شروع تازه است. پس احساس می‌کنیم همه شکست‌ها و ناکامی‌ها از سال گذشته به یک دسته و فقره جداگانه‌ای مربوط بوده است که در پشت سرمان قرار دارد.

تیلر از این نظریه حسابداری ذهنی استفاده کرد تا بسیاری از رفتارهای نامتعارف مثلاً شیوه مواجهه مردم با امور مالی شخصی خود را تبیین کند. پس این یک نمونه از آن چیزهایی بود که بر کار من تأثیر گذاشت.

**مصاحبه‌گر:** در رابطه با کار تیلر، برای مثال خواندم که اگر شما در بودجه شخصی یک حساب جدید ایجاد کنید و نام آن را حساب هزینه گرمایش منزل خود بگذارید، در نهایت امر، پول بیشتری صرف گرمایش خواهید کرد. چگونه این کار روی هزینه تأثیر می‌گذارد؟

**میلکمن:** ایده این است که ما با پول‌هایمان به نحوی برخورد می‌کنیم که گویی اتیکت خورده است. برای مثال فرض کنیم شما یک برگه هدیه دریافت کردید که می‌توانید از فروشگاه خواربار محله‌تان که هر هفته مواد خوراکی می‌خرید، خرید کنید (من واقعاً این بررسی را در دانشگاه انجام دادم). فرض کنیم ارزش این

<sup>1</sup> Fresh Start Effect

<sup>2</sup> Fungible

<sup>3</sup> Mental accounts

هدیه ۲۰ دلار است. با این پول تنها به اندازه ۲۰ دلار در کل زندگی تان ثروتمندتر شده‌اید؛ اما چون این پول را برای خرید خاصی در نظر گرفتید، به جای داشتن این احساس که «اوه، من ۲۰ دلار دارم و با آن می‌توانم هر چیزی که بخواهم این هفته بخرم، می‌توانم به سینما بروم یا نهار بیرون بخورم» احساس می‌کنید این پول برای خرید خواربار علامت خورده است و فقط در حساب خواربارفروشی خود پولدارتر شده‌اید. در این حالت واقعاً ولخرجی می‌کنید و به جای اینکه این پول را صرف هر چیز اضافی دیگری کنید که رفاه بیشتری را نصیب شما کند، چیزهایی مانند غذاهای دریایی می‌خرید که معمولاً نمی‌خریدید.

پس هنگامی که پول از یک مکان خاص وارد می‌شود پدیده اتیکت خوردن را داریم، ما به آن پول به شکل پول قابل استفاده در آن مکان نگاه می‌کنیم درحالی که اقتصاد سنتی می‌گوید ما باید این نکته را تشخیص بدهیم که پول کاملاً قابل معاوضه با هر چیزی است. آن صرفاً یک ۲۰ دلاری اضافی در جیب ما است.

**مصاحبه‌گر:** آیا چیز مهم دیگری درباره ریچارد تیلر هست که از شما نپرسیده باشم؟

**میلکمن:** به نظرم یکی از شگفت‌آورترین نکات درباره ریچارد این است که او چقدر خوب می‌نویسد و بینش‌های او درباره رفتارهای انسان چقدر ساده هستند به حدی که هر کسی خیلی آسان از آنها سر در می‌آورد. او نخستین اندیشمند اقتصاد رفتاری است که من کارهایش را هنگامی که دانشجوی تحصیلات تکمیلی در حوزه علوم رایانه و بازرگانی بودم خواندم. من در آن سالها مجموعه مقالات وی را در کتابی به نام «بلای برنده شدن»<sup>۱</sup> خواندم که درباره غیرمعمولی‌ها و شیوه رفتار کارگزاران اقتصادی نوشته بود.

من به سرعت مسحور آن شدم چون که عجیب ساده، تاثیرگذار، سرگرم‌کننده و واقعی بود. فکر می‌کنم اگر توانایی باورنکردنی وی در ارتباط برقرار کردن به این شیوه ساده وجود نداشت، بیشتر اندیشمندانی که تحت تأثیر وی قرار گرفته‌اند، این گونه تأثیر نمی‌پذیرفتند؛ بنابراین برای هر کسی که می‌خواهد یک اندیشمند یا فرد خوش‌بینی بشود، من فقط بر اهمیت نگارش روشن و ساده و آوردن مثال‌های روشن و ساده تأکید می‌کنم که تأثیر عظیمی بر جهان بگذارد.

**مصاحبه‌گر:** آیا نظریه یا مجموعه نظریه‌ها یا ایده‌های در حال ظهور دیگری وجود دارد که کسانی در حال فکر کردن درباره آنها باشند و موازی با اقتصاد رفتاری حرکت کنند و احتمالاً به زودی مهم خواهند شد اما مردم هنوز درک درستی از آنها ندارند؟

<sup>1</sup> Winner's Curse



**میلکمن:** خب، یکی از شاگردان ریچارد تیلر- شاگردان تیلر هر کدام در جایگاه خود همگی بی‌نهایت خارق‌العاده هستند- سندهیل مولایناتان<sup>۱</sup> اقتصاددان در هاروارد فکر می‌کند، موضوع بزرگ بعدی این است که چگونه یادگیری ماشین، علوم اجتماعی را تغییر خواهد داد. من فکر می‌کنم او در این زمینه دارد کارهایی انجام می‌دهد. به نظرم اینکه با یادگیری ماشین هر چیزی را بهتر پیش‌بینی می‌کنید می‌تواند انقلاب بعدی در علوم اجتماعی باشد.

**مصاحبه‌گر:** پس حدس می‌زنم ما به سمت آینده‌ای با الگوریتم‌ها حرکت می‌کنیم.

**میلکمن:** بلی قطعاً آینده‌ای داریم که در آن، الگوریتم‌ها کمک بیشتری به علوم اجتماعی می‌کنند.

---

<sup>1</sup> Sendhil Mullainathan

## ۲- کثرت‌فتری: هنگامی که روان‌شناسی به کمک علم اقتصاد می‌آید<sup>۱</sup>

### مصاحبه با ریچارد تیلر

کاترین میلکمن از موسسه وارتون با ریچارد تیلر نویسنده کتاب کثرت‌فتری درباره پیشینه اقتصاد رفتاری صحبت می‌کند. ریچارد تیلر نویسنده همکار در نگارش کتاب «تلنگر» و استاد علوم رفتاری و علم اقتصاد در دانشگاه شیکاگو، در کتاب جدید خود «کثرت‌فتری: شکل‌گیری علم اقتصاد رفتاری» مبارزه خویش برای تغییر دادن شیوه نگاه اقتصاددانان سنتی به تأثیر روان‌شناسی انسانی بر علم اقتصاد را روایت می‌کند. کاترین میلکمن استاد عملیات، اطلاعات و تصمیم‌گیری در دانشگاه وارتون با ریچارد تیلر درباره دلیل نوشتن این کتاب و اینکه اگر یک عصای جادویی داشتید کدامیک از سوگیری‌های تصمیم‌گیری را حذف می‌کردید صحبت کرده است.

**کاترین میلکمن:** اخیراً در گفتگویی که با هم داشتیم شما به من گفتید این کتاب از جایی که تصمیم به نوشتنش گرفتید به هیچ وجه شباهتی با آنچه عملاً نوشتید نداشت؟ چگونه کتابی که ابتدا شروع کردید سرانجام به شکل کثرت‌فتری در آمد؟

**ریچارد تیلر:** من با یک کارگزار انتشاراتی ارتباط دارم که کارگزار بسیاری از نویسندگان معروف دانشگاهی هم هست. او در ترغیب دانشگاهیان برای نوشتن کتاب خیلی خوب عمل می‌کند. وی با من تماس گرفت و این ترغیب خویش را برای من هم به کار برد. کتابی که من قصد داشتم بنویسم عنوانش در دسر<sup>۲</sup>ها<sup>۳</sup> بود. قرار شد با این ایده کار را جلو ببریم. من فکر می‌کردم که این کتاب پیش‌درآمدی بر کتاب تلنگر باشد، از راهبرد جورج لوکاس (خالق جنگ ستارگان) استفاده کردم تا مطالب را رو به عقب بنویسم.

مشکلی که پیدا کردم این بود که چند سالی نامرتب همراه با انجام کارهای دیگر، روی این کتاب کار کردم اما کتاب هیچ نظم و شیرازه‌ای نداشت. برخلاف تلنگر که واقعاً دو اصل محوری داشت، کتاب هیچ اصل سازماندهی نداشت. یکی قیم‌مآبی آزادی‌خواهانه<sup>۳</sup> و دیگری معماری انتخاب و اینها بودند که کتاب را یکپارچه نگه می‌داشتند. کتاب در دسر<sup>۲</sup>ها مجموعه‌ای از چیزهایی بود که برای من جالب بود. من برای مدتی سرگردان بودم و سپس با برخی از دوستانم که نویسندگان حرفه‌ای هستند مانند مایکل لویس مشورت کردم. آنها مرا تشویق کردند که تلاش کنم تا کتاب را به این شیوه که نوشتم بنویسم و بیشتر به شکل یک

<sup>1</sup> Thaler, Richard (2016) 'Misbehaving: When Psychology Meets Economics, Knowledge@Wharton, January 13. <http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/misbehaving-psychology-meets-economics>.

<sup>2</sup> Snags

<sup>3</sup> Libertarian paternalism

کتاب خاطرات، ساختاربندی شد؛ اما این کتاب صرفاً یک روش غیرمستقیم گفتگو کردن درباره اقتصاد رفتاری و گفتن تعداد زیادی داستان است.

**میکلمن:** تصور می‌کنم این کار را به زیبایی انجام دادید. یکی از چیزهایی که می‌خواستم در این باره از شما بپرسم این است که فکر می‌کنید مهم‌ترین درس‌های کتاب برای رهبران کسب‌وکار چیست؟

**تیلر:** این کتاب واقعاً داستانی درباره ایجاد اختلال است. من از ۴۰ سال پیش ایده‌ای داشتم که شاید روشی دیگر برای تحلیل علم اقتصاد وجود داشته باشد: یک ایده خیلی خرابکارانه. دنبال راهی بودم تا اقتصاددانان چسبیده به سنت قدیمی را مجبور کنم ایده‌های من را جدی بگیرند و سپس جوان‌هایی مثل شما را منحرف کنم تا این پرچم را به دست بگیرند. بسیاری از صاحبان کسب‌وکارها در همان وضعیتی هستند که من ۴۰ سال پیش بودم. این گونه نیست که من دستورالعملی داشته باشم، اما فکر می‌کنم همیشه خوب است درباره مبارزات سایرین، اشتباهاتی که در طول مسیر مرتکب شدند و موفقیت‌هایی که کسب کردند چیزی بخوانیم که چه بودند، چرا بودند و در کجا بودند.

اما البته مطالب کتاب واقعاً در حوزه اقتصاد رفتاری و شواهد پشتیبان آن است. من از همان اصطلاحاتی استفاده می‌کنم که در کتاب تلنجر استفاده کردم که دو نوع بشر معمولی و انسان اقتصادی داریم و این ایده که اقتصاد مرسوم، یک مخلوق اسطوره‌ای به عنوان «انسان اقتصادی» ساخته است که من آن را به‌طور خلاصه ایکان<sup>۱</sup> (عقل کل) می‌نامم؛ بنابراین ایکان‌ها افرادی ابرهوشمند هستند، هیچ هیجانی ندارند، دچار مشکل خود کنترلی نمی‌شوند. آنها دقیقاً به تعداد دفعات درستی که لازم است به باشگاه ورزشی می‌روند. آنها دقیقاً به مقدار مناسب نوشیدنی میل می‌کنند، هرگز در خوردن شکلات یا مشروبات زیاده‌روی نمی‌کنند، دقیقاً به مقدار مناسب برای سال‌های بازنشستگی و سایر چیزها پس‌انداز می‌کنند و سایر موارد.

آنها همچنین آدم‌های نابکار کاملی هستند. اگر به رستورانی بروند که قصد غذا خوردن دوباره در آن را نداشته باشند هرگز انعام نمی‌دهند. این آدم‌ها موجودات خیالی و ذهنی هستند اما من می‌خواستم علم اقتصاد به مردم واقعی توجه کند. درس من برای صاحبان کسب‌وکار این است که شما با آدم‌های واقعی سروکار دارید. این آدم‌ها مشتریان شما هستند، اینها کارمندان شما هستند، اینها روسای شما هستند و هر چه بهتر درک کنید که این مردم واقعی چگونه تحت تأثیر قرار می‌گیرند، به میزان بیشتری به اهداف خود دست خواهید یافت.

<sup>1</sup> Econ



**میلکمن:** این کتاب واقعاً داستان تغییر موفقیت‌آمیز شیوه نگاه بسیاری از مردم خیلی باهوش، مطمئن و کله‌شق (اقتصاددانان سنتی) به جهان است. من کنجکاو هستم بدانم با توجه به این کتاب چه ایده‌هایی داشتید و برخی از مهم‌ترین درس‌های قابل انتقال که آموخته‌اید چه بوده است یا چگونه همکاران اقتصاددان خود را متقاعد کردید که آنها برخی چیزها را نمی‌بینند و باید نظراتشان را تغییر دهند.

**تیلر:** واقعیت این است که من فکر نمی‌کنم ذهن کسی را تغییر داده باشم و اگر این چنین باشد تعداد خیلی اندکی بوده است. حتی کسانی که ذهنشان تغییر کرده است هم تأیید نمی‌کنند که ذهنشان تغییر کرده است. همان‌طور که در بالا اشاره کردم، راهبرد من تلاش در این جهت بوده است. برخی اوقات می‌گویم جوانان را منحرف کنم یعنی جوانان را به حوزه‌های جدیدی علاقه‌مند کنم که منافع تثبیت‌شده نسبت به رویه‌هایی که کارها همیشه انجام می‌شود وجود نداشته باشد. به همین دلیل است که استارت‌آپ‌ها، خصوصاً استارت‌آپ‌های یابی و اختلال‌زا مانند گوگل یا آمازون یا اوبر پر از آدم‌های جوان است. دلیلش این است که جوان‌ها به آن روش‌هایی که کارها به سبک قدیم انجام می‌شود پیوند نخورده‌اند و دلبستگی ندارند. از برخی جهات، من موفق شدم اما نه با تلاش برای تغییر ذهن اشخاص، بلکه با استخدام دیگران به کمک برای ایجاد انبوهی از شواهد؛ اما پاسخ دوم درنهایت این خواهد بود که تنها چیزی که کسی را متقاعد می‌کند داده‌ها هستند؛ بنابراین اقتصاددانانی که بر ادامه روش‌های خود پافشاری کردند عذر و بهانه زیادی آوردند.

متو رابین<sup>۱</sup> دوست اقتصاددانم در هاروارد برخی اوقات اینها را «امتناع از تبیین»<sup>۲</sup> می‌نامد که سرخ خوبی است. آنها خواهند گفت «قبول است، مردم این اشتباهات را در آزمایشگاه می‌کنند اما اگر منافع انتظاری را زیاد کنید همه چیز خوب و درست پیش می‌رود.» اما دارید می‌بینید که ما هنوز از بحران مالی‌ای بیرون نیامده‌ایم که باعث و بانی آن اساساً همه کسانی بودند که این نوع اشتباهات را درباره وام‌های رهنی مرتکب شدند. وام‌دهندگان، وام‌گیرندگان، مردمی که وام‌ها را تبدیل به اوراق بهادار کردند. منافع انتظاری بالاتر مردم را زرنک‌تر و هوشمندتر نکرد. اگر یک درس مهم از اقتصاد رفتاری بگیریم همین است. هنگامی که منافع انتظاری بالا می‌رود مردم دقیقاً به همان اندازه و شاید هم بیشتر، اشتباه مرتکب می‌شوند.

**میلکمن:** در پایان کتاب، بخش کوچکی را به این موضوع اختصاص دادید که اقتصاد رفتاری در کجاها بیش‌ترین تأثیر را داشته است و چرا فکر می‌کنید باید این‌گونه باشد. این نکته به خصوص برای من جالب

<sup>۱</sup> Matthew Rabin

<sup>۲</sup> "Explain-away-tions"

بود که فهمیدم شما احساس می‌کنید اقتصاد رفتاری بزرگ‌ترین تأثیر را بر مالیه داشته است جایی که منافع انتظاری به شدت زیاد هستند. مشتاقم که برای مخاطبان ما تبیین کنید چرا این طور فکر می‌کنید.

تیلر: دلیل آن این است که مالیه از دو چیز ترکیب شده است که بحث درباره آن را جالب‌تر و اساسی‌تر می‌سازد. یکی از آنها داده‌های بسیار عالی است. ما قیمت روزانه سهام را داریم که تاریخچه آن به سال ۱۹۲۶ در آمریکا و دیگر کشورهای جهان بازمی‌گردد و نیز نظریه‌هایی داریم که پیش‌بینی‌های دقیقی می‌کنند اما به مرور روشن شد که بیشتر این پیش‌بینی‌ها دروغ بوده است.

ما امکان انجام بررسی‌هایی را داشتیم که دقیقاً بر خلاف نظر هر کسی باشد. عده‌ای می‌گویند این اتفاق نمی‌تواند رخ دهد و آن اتفاق رخ داد. به همین خاطر است که من فکر می‌کنم چرا رشته مالیه رفتاری در دانشگاه موفق شده است. بخشی دیگر از مالیه که اقتصاد رفتاری بزرگ‌ترین تأثیر را بر آن داشته است، طراحی برنامه‌های پس‌انداز بازنشستگی است. اینجا هم اساساً اصول اقتصاد رفتاری پذیرفته شده است (چون ما با انسان‌های معمولی سروکار داریم) و سپس با استفاده از آنچه دوستم دنی کانمن «روان‌شناسی درجه یک» می‌نامد برای بهبود طرح‌ها، برای گنجاندن چیزهایی مانند ثبت نام خودکار یا آنچه من نامش را «فردا بیشتر پس‌انداز کنید» می‌گذارم که به مردم این فرصت را می‌دهد تا اکنون خود را متعهد به پس‌انداز کردن بیشتر در زمانی دورتر کنند مانند زمانی که افزایش حقوق بعدی را دریافت می‌کنند، یعنی پیش‌فرض را بر این می‌گذارد که مردم به سمت برنامه‌های سرمایه‌گذاری معقول‌تر بروند. شعار من این است که «اگر می‌خواهید به مردم کمک کنید، کارها را آسان کنید.» ما با مطمئن ساختن برنامه‌های مستمری‌بگیری برای مردم، پیشرفت‌های زیادی در این حوزه کردیم.

میلکمن: من برای پرسش‌های درخواستی این مصاحبه، فراخوانی در توئیتر دادم که شما هم آنجا خیلی فعال هستید و تعداد زیادی نظر و پیشنهاد دریافت کردم. یک پرسش واقعاً تکراری همان پرسشی بود که دوست شما دانیل کانمن برنده جایزه نوبل و اقتصاددان رفتاری، بتازگی در یک مصاحبه به آن پاسخ داد. از او پرسیده شد «یک سوگیری رفتاری یا خطای اساسی و مشهودی که تصمیم‌گیران مرتکب می‌شوند و شما اگر عصای جادویی داشتید آن سوگیری را از بین می‌بردید چه بود؟» کانمن در پاسخ به سوگیری «اطمینان بیش از حد داشتن»<sup>۱</sup> یا ویژگی خودرایی و خودسری اشاره کرد. این پاسخ به‌طور گسترده در فضای توئیتر و بلاگ‌ها مورد بحث قرار گرفت. پرسشی که می‌خواهم از شما بکنم دقیقاً همین است. اگر شما یک عصای جادویی داشتید کدام سوگیری را حذف می‌کردید؟

<sup>1</sup> Overconfidence

**تیلر:** مخالفت کردن با کانمن اصلاً کار خوبی نیست. من فکر می‌کنم آن سوگیری در اولویت باشد؛ اما می‌خواهم برخی سوگیری‌های مرتبط را که به سوگیری اطمینان بیش از حد داشتن کمک می‌کند مانند سوگیری تأیید شدن، اضافه کنم. یکی از دلایلی که ما اطمینان بیش از حد داریم این است که فعالانه در جستجوی شواهدی هستیم که نظراتمان را تأیید می‌کند. این موضوع درباره همه صادق است. این بخشی از طبیعت انسانی است. ما به دنبال یک پشتیبان می‌گردیم که به ما بگوید حق با ما است. ما به ندرت دنبال شواهدی می‌گردیم که در تضاد با دیدگاه ما باشند. اگر آدم‌ها می‌خواهند تصمیم مهمی در سال جدید بگیرند خوب است با پرسیدن این‌که چه چیزی آنها را متقاعد خواهد ساخت که نکند اشتباه می‌کنند، به آزمون کردن باورهای قوی خود پردازند، آنگاه به دوروبر خود نگاه کنند و ببینند آیا می‌توانند شواهدی مبنی بر اینکه شاید اشتباه کرده باشند پیدا کنند.

سوگیری دیگر سوگیری گذشته‌نگر<sup>۱</sup> خواهد بود مفهومی که نخستین بار باروش فیشوف<sup>۲</sup> دانشجوی تحصیلات تکمیلی پل میهل استاد روان‌شناسی دانشگاه مینه سوتا معرفی کرد. منظور از سوگیری گذشته‌نگر تمایل به باورکردن این است که پس از وقوع حادثه، ما همه فکر می‌کنیم اینها که رخ داده است طبیعی و بدیهی بود. اکنون اگر از مردم پرسید «شما ۱۰ سال پیش درباره این احتمال که یک رئیس‌جمهور آفریقایی-آمریکایی داشته باشید و پس از آن هم رئیس‌جمهورتان زن باشد چه فکر می‌کردید؟» مردم می‌گویند «اوه بله مشکلی نیست این اتفاق می‌تواند بیفتد. تنها چیزی که نیاز داریم این است که آدم درست در زمان درست بیاید تا رئیس‌جمهور شود.» یا البته برخی مردم خواهند گفت آدمی نادرست؛ اما در واقعیت امر اگر می‌توانستیم به گذشته برگردیم و از همان آدم‌ها درباره چنین احتمالی می‌پرسیدیم هیچ‌کدام از آنها این‌گونه که الآن می‌گویند فکر نمی‌کردند. شواهد برای سوگیری گذشته‌نگر خیلی زیاد و قوی است و این مسئله دلالت‌های مدیریتی عظیمی دارد چون وقتی مدیران تصمیمات کارکنان خود را ارزیابی می‌کنند آنها این کار را با گذشته‌نگری می‌کنند.

بنابراین برخی پروژه‌ها شکست می‌خورند و پس از وقوع، علل شکست خوردن پروژه برای همه روشن و بدیهی می‌شود و آنگاه این یک امر بدیهی می‌شود که کارمند مربوطه باید درباره آن فکر می‌کرد و برنامه می‌ریخت. در صورتی که قبل از واقعه، واقعاً علل شکست پروژه برای هر کسی بدیهی نبود؛ در غیر این صورت، ما اجازه نمی‌دادیم پروژه شکست بخورد. توصیه‌ای که من همیشه به دانشجویان خود در برخورد با سوگیری گذشته‌نگر می‌کنم این است که قبل از تصمیمات بزرگ، هر کسی - از جمله روسا - را جمع کنید و مطالب را

<sup>1</sup> Hindsight bias

<sup>2</sup> Baruch Fischhoff



روی کاغذ بیاورید و در این باره که معیارها برای تصمیمات خوب و بد چه هستند توافق کنید. انجام چنین کاری پس از وقوع حادثه و درست در زمانی که اوضاع به هم ریخته است حتی به میزان خیلی کم، به ما کمک خواهد کرد. برای مثال ما در سوابق مان خواهیم داشت که هیچ کس این واقعیت را پیش بینی نمی کرد که رقیب ما دو ماه قبل از عرضه محصول ما، در حال معرفی یک نسخه بهتر از ایده عالی ما بود و ما هیچ راهی برای پی بردن به آن نداشتیم.

### ۳- تیلر زندگی من (و هر کس دیگری) را تغییر داد<sup>۱</sup>

#### نوشته کاس سانستین

کاس سانستین همکار پژوهشی برنده نوبل اقتصاد ۲۰۱۷، با هیجان نخستین برخورد خود با ایده‌های تیلر را به یاد می‌آورد.

من نخستین بار در دهه ۱۹۸۰ در اتاق رختکن ورزشی دانشگاه شیکاگو بود که درباره ریچارد تیلر چیزی شنیدم. در آنجا من به استیو شاول<sup>۲</sup> اقتصاددان دانشکده حقوق هاروارد برخورد کردم که از من پرسید دارم روی چه چیزهایی پژوهش می‌کنم. من گفتم مدتی است در این باره فکر می‌کنم که آیا مردم واقعاً آنطور که اقتصاددانان می‌گویند به شکل عقلانی رفتار می‌کنند. شاول بدون اینکه شور و هیجان زیادی از خود نشان دهد پاسخ داد: «پس باید کارهای تیلر را بخوانی، استادی که از کورنل به دانشگاه شیکاگو آمده است.»

بعد از ظهر آن روز من به دنبال مقالات تیلر می‌گشتم. هنگامی که شروع به خواندن مقالات کردم آنها مانند حجمی از نور خورشید بودند.

تیلر با تمرکز بر آنچه که او «توهمات ذهنی»<sup>۳</sup> نامید تبیین کرد که موجودات انسانی اشتباهات زیادی می‌کنند. او با آوردن مثال‌هایی روشن، حسی از وجود یک بازی و اندکی ریاضیات، نشان داد که مردم آنگونه که نظریه اقتصادی مرسوم پیش‌بینی می‌کرد عمل نمی‌کنند.

اگر به آدم‌ها یک شیشه مربا یا یک بلیت بخت‌آزمایی داده باشید، آنها برای پس دادن آن تقاضای پول بیشتری می‌کنند تا برای به دست آوردن آن. انسان‌ها هم برنامه‌ریز و هم اجراکننده هستند و تصمیمات آنها بسته به اینکه در موقعیت برنامه‌ریز باشند یا در موقعیت اجرا کاملاً متفاوت می‌شود.

چون مردم با مشکل خویشتن‌داری مواجه‌اند از «راهبردهای پیش‌تعهد»<sup>۴</sup> مانند راهبردهایی که مؤسسات ترک دادن الکل‌ها، مراکز سوءمصرف مواد مخدر، انجمن‌های رژیم غذایی و کلینیک‌های ترک سیگار استفاده می‌کنند استقبال می‌کنند. آدم‌ها به انصاف و عدالت خیلی اهمیت می‌دهند و کسانی را که ناعادلانه رفتار کنند حتی به قیمت اینکه خودشان هم چیزی از دست بدهند، تنبیه خواهند کرد. مردم انتخاب نکردن

<sup>1</sup> Sunstein, R. Cass (2017) "Thaler Changed My Life (and Everybody Else's)," Bloomberg, 2017-10-09. <https://www.bloomberg.com/view/articles/2017-10-09/thaler-changed-my-life-and-everybody-else-s>

<sup>2</sup> Steve Shavell

<sup>3</sup> Mental illusions

<sup>4</sup> Precommitment strategies

را بر انتخاب کردن ترجیح می‌دهند چون که آنها نمی‌خواهند دچار تأسف و افسوس بشوند. سرمایه‌گذاران به رویدادهای برجسته که به تازگی رخ داده‌اند زیادی واکنش نشان می‌دهند.

هر کدام از این ایده‌ها- و بسیاری ایده‌های دیگر- افق کاملاً جدیدی را بر روی ما گشود. این ایده‌ها نمی‌خواهند بگویند که مردم «غیرعقلانی» هستند بلکه می‌خواهند نشان دهند که ما به آن اندازه‌ای که نظریه‌های اقتصادی فرض می‌کنند عقلانی نیستیم و این امر تقریباً غیرعقلانی بودن را به شیوه‌هایی که هم ملموس و هم قابل پیش‌بینی است نشان می‌دهند. تیلر با توسل به یافته‌های روان‌شناسی، بیش از هر چیزی به کارهای دانیل کانمن و آموس تورسکی که مهم‌ترین نیرو در پشت ایجاد رشته اقتصاد رفتاری بودند، متکی بوده است.

او ایده «فردا بیشتر پس‌انداز کنید» را ساخته پرداخته کرد که بر اساس آن در یک برنامه بازنشستگی از کارکنان درخواست می‌شود اگر موافق باشند بخشی از افزایش دستمزد آینده آنها به پس‌انداز اختصاص داده شود. برنامه فردا بیشتر پس‌انداز کنید مستقیماً بر یافته‌هایی در روان‌شناسی متکی هستند که نشان می‌دهد اگرچه مردم تمایلی ندارند تا از دسترسی به درآمدهای جاری خود- منافی که هم‌اکنون نصیبشان می‌شود- محروم شوند اما در عوض به منافی که در آینده نصیبشان خواهد شد اهمیت و حساسیت زیادی نشان نمی‌دهند.

همچنین تیلر توجه‌ها را به سمت تأثیر بالقوه مثبت‌نام خودکار جلب کرد: چون میل به تداوم وضع موجود یک نیروی مهم است، اگر کارکنان به شکل خودکار در برنامه بازنشستگی مثبت‌نام شده باشند در برنامه باقی خواهند ماند. این امر حتی در مورد کارکنانی نیز صادق بود که خودشان راساً حاضر به مثبت‌نام در این برنامه نبودند. اینک در سراسر جهان، کارفرماها از برنامه‌های «فردا بیشتر پس‌انداز کنید» و مثبت‌نام شدن خودکار استفاده می‌کنند. نتیجه اینکه، کارکنان دوران بازنشستگی راحت‌تری خواهند داشت.

این ایده‌ها را می‌توان به عنوان قالب‌هایی از قیّم‌مآبی آزادیخواهانه دید، مداخلاتی که بر حفظ آزادی انتخاب پافشاری می‌کنند اما مردم را به مسیرهایی خاص هدایت می‌کنند که زندگی آنها را بهتر می‌سازد. من این افتخار را داشته‌ام که در کنار تیلر درباره اینکه چگونه این مداخله‌ها- به زبان ساده‌تر، تلنگرها- می‌توانند به حل برخی از چالش‌های بزرگ جهانی شامل فقر، بیکاری، حمایت از مصرف‌کننده، اعتیاد، تحصیلات، فساد، امنیت ملی و تخریب محیط‌زیست کمک کنند، کندوکاو و پژوهش کنم.

پژوهش‌های تیلر در این حوزه و سایر حوزه‌ها، اینک از سوی دولت‌ها در هر گوشه از جهان استفاده می‌شود. برخی از این کارها در «واحد‌های تلنگر» انجام می‌شود اما بسیاری از بزرگ‌ترین و امیدبخش‌ترین ابتکار

عمل‌ها از بالاترین سطوح آمده است جایی که برخی از یافته‌های تیلر به فهم و دانش عامه تبدیل شده است حتی برای مردمی که هرگز نام وی را نشنیده‌اند.

برای مثال در آمریکا به لطف برنامه‌ای که مستقیماً از کارهای تیلر الهام گرفته بود، بیش از ۱۱ میلیون کودک فقیر به تغذیه رایگان در مدرسه دسترسی پیدا کردند. در استفاده از اقتصاد رفتاری در سیاست‌گذاری عمومی، ما تازه در شروع راه هستیم. در دهه‌های آینده، تحولات به شمارش نیامدنی بیشتری را خواهیم دید.

علائق آکادمیک تیلر، بیش از هر کس دیگری که من می‌شناسم محصول مستقیم شخصیت وی هستند. او سرشار از شیطنت و رفتارهای بامزه است. او یک ناظر بسیار دقیق رفتار انسانی است و هیچ‌چیز او را بیش از نقطه‌ضعف‌ها و ایرادهای مردم سرحال نمی‌کند و سردوق نمی‌آورد. او چارلز دیکنز حرفه اقتصاد است.

چه کسی می‌توانست با مشاهده اقتصاددانان ظاهراً عقلانی در یک مهمانی شام که ظرف بادام هندی را قبل از شام به سرعت خالی می‌کنند و وقتی میزبان ظرف نیمه خورده آجیل را از جلوی آنها برمی‌دارد بی‌نهایت شادمان می‌شوند، یک نظریه درباره رفتار انسانی بدهد؟

از تیلر پرسیدند چه توصیه‌ای برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته اقتصاد دارید او گفت «درباره آن چیزهایی که در جهان واقع می‌گذرد پژوهش کنید نه آنچه در ادبیات موضوع وجود دارد.» این دقیقاً همان کاری بود که وی انجام داد و در جریان این کار، جهان را به مقدار زیادی بهتر کرده است.

#### ۴- تلنگرزدن روبه افزایش است (و اینک جایگاهی رسمی در دولت دارد)<sup>۱</sup>

##### نوشته باب هلمز

ده سال پس از انتشار کتاب پرنفوذ تلنگر که روش‌هایی برای کنار آمدن (و نه در ضدیت) با نابخردی‌های تصمیم‌گیری انسان‌ها پیشنهاد کرد، اهل عمل، این ابزار ملایم ترغیب و تحریک را پالایش کرده و شرح و بسط داده‌اند.

هر روز ۲۰ آمریکایی که برای زنده ماندن به اهدای عضو نیاز دارند می‌میرند چون هیچ عضو اهدایی در دسترس آنها نیست. هم‌اکنون تنها در آمریکا بیش از ۱۰۰ هزار نفر در صف انتظار عمل پیوند اعضا هستند. با اینکه افکار عمومی در کشور پشتیبانی قاطعی از اهدای عضو می‌کند کمتر از نیمی از جمعیت حاضر به ثبت‌نام در طرح اهدای عضو هستند. به عللی که روشن نیست اکثریت جامعه هرگز موفق به ثبت‌نام برای چنین کاری نشده‌اند.

این تنها جایی نیست که آنچه در عمل انجام می‌دهیم با نیت خوبی که داریم همخوانی ندارد. ما مرتب به خودمان وعده می‌دهیم که غذاهای سالم‌تر خواهیم خورد و بیشتر ورزش می‌کنیم با این حال، بیش از یک‌سوم آمریکایی‌های بزرگسال اضافه‌وزن دارند که هزینه پزشکی آن در سال به ۱۵۰ میلیارد دلار می‌رسد. ما می‌دانیم برای داشتن دوران بازنشستگی راحت‌تر باید پول بیشتری کنار بگذاریم اما یک خانواده معمولی آمریکایی فقط ۵ هزار دلار پس‌انداز دارد. پس در بیشتر اوقات این گونه به نظر می‌رسد که ما به اندکی کمک نیاز داریم تا آنچه را می‌دانیم باید انجام دهیم، واقعاً انجام دهیم.

این همان جایی است که تلنگرزدن وارد می‌شود. تلنگرها -تغییرهای کوچکی که با کمال تعجب اثراتی بزرگ بر چگونگی اقدام کردن ما می‌گذارند- به سیاست‌گذاران روشی پیشنهاد می‌دهند که با وارد کردن فشاری ملایم ما را به سمت انجام کار درست هدایت کنند. هر راننده خودرو به شکل خودکار در فهرست اهداکننده عضو ثبت‌نام شود، یا کارگران هر کارخانه در طرح بازنشستگی ثبت‌نام شوند، مگر اینکه آنها عدم مشارکت را انتخاب کنند. میوه‌ها را جلوی چشم مهمانان بگذارید و کیک و شکلات را در جایی که کمتر جلب توجه می‌کند تقریباً پنهان کنید. این تلنگرها مؤثر هستند چون انسان‌هایی که در دنیای واقع حضور دارند تصمیمات را مثل انسان‌های عقلانی حسابگر خشک اقتصادی نمی‌گیرند. تلنگرها اساساً روش‌هایی برای مهار کردن رفتارهای کمتر عقلانی ما هستند تا به ما یا به افراد پیرامون ما کمک کنند.

<sup>1</sup> Special Report: Persuasion, Nudging grows up (and now has a government job), Knowable Magazine, Bob Holmes, 02.01.2018. <https://www.knowablemagazine.org/article/society/2018/nudging-grows-and-now-has-government-job>



این ایده نخستین بار یک دهه پیش و با انتشار کتاب تلنجر نوشته ریچارد تیلر اقتصاددان و کاس سانستین کارشناس حقوقی به اطلاع عمومی رسید. ارزشمندی تلنجر هنگامی که تیلر استاد دانشگاه شیکاگو، در پاییز سال گذشته جایزه نوبل اقتصاد را به خاطر وارد کردن مقوله غیرعقلانی بودن به حوزه عمدتاً عقلانی دریافت کرد، حتی بالاتر هم رفت. تلنجرها روش‌های ملایم، غیراجباری و از همه مهم‌تر کم‌هزینه برای راهنمایی مردم به سمت انتخاب‌های بهتر هستند. اینک دولت‌ها و سایر کارشناسان تلنجر در سراسر جهان به جنبش تلنجرزی پیوسته‌اند. سانستین که در دانشگاه هاروارد است می‌گوید «بزرگ‌ترین تغییر را می‌توان در رشد انفجاری تعداد ابتکار عمل‌های تلنجرزی در بخش‌های خصوصی و عمومی دید».

در آخرین محاسبات، بیش از ۶۰ وزارتخانه دولتی و ارگان بین‌المللی واحدهای تلنجر ایجاد کردند که وظیفه‌شان یافتن و کشیدن اهرم‌های رفتاری درست برای انجام هر کاری از افزایش پس‌انداز بازنشستگی و تقویت تنوع نژادی در استخدام سرباز گرفته تا تشویق مردم به واکسن زدن علیه آنفولانزا است. تیم بینش‌های رفتاری انگلستان نخستین و بزرگ‌ترین واحد از این نوع است که از چند کارمند در سال ۲۰۱۰ به حدود ۱۰۰ کارمند تا به امروز گسترش یافته است و ارتباطات جهانی دارد. کاملاً روشن است که تلنجرزدن اینک وارد جریان اصلی علم اقتصاد شده است.

آمار رشد تنها چیزی نیست که در دهه گذشته تغییر کرده است. تلنجرزها در حین اینکه تجربه کسب می‌کنند، در تحلیل موانع رفتاری و طراحی تلنجرهایی برای غلبه بر آنها نیز بهتر می‌شوند. در همین حین، آنها شروع به گسترش قلمرو تلنجرزی فراتر از نیشگون گرفتن‌های روالمند صرف، به سمت بازطراحی کل برنامه‌های دولت هستند به گونه‌ای که بینش‌های رفتاری در برنامه‌های دولت در نظر گرفته شوند. کارشناسان می‌گویند تحول فلسفی گسترده‌ای که در حکمرانی به وجود می‌آید شاید برجسته‌ترین نقش و کمک تلنجرزدن باشد.

### زمینه و جزئیات مهم هستند

پیت لون<sup>۱</sup> اقتصاددان از موسسه پژوهش‌های اجتماعی و اقتصادی<sup>۲</sup> در دوبلین ایرلند که یک اندیشکده مستقل تلنجرزی است می‌گوید یکی از بزرگ‌ترین درس‌ها از یک دهه تجربه عملی این است که تلنجرزدن سخت‌تر از آنی است که به نظر می‌رسد. به علت وجود تفاوت‌های کوچک در بستر و زمینه، یک تلنجر که در شرایطی خاص خیلی خوب عمل می‌کند در شرایطی دیگر، شکست بدی می‌خورد. برای مثال، توسل به

<sup>۱</sup> Pete Lunn

<sup>۲</sup> Economic and Social Research Institute

هنجارهای اجتماعی با فرستادن نامه‌ای به مؤدیان مالیاتی که اشاره می‌کند بیشتر مردم مالیات‌های خودشان را به موقع پرداخت می‌کنند باعث تقریباً نصف شدن تعداد مالیات‌های معوقه در انگلستان از ۳۲ درصد به ۱۷ درصد شد و کاهش‌های مشابه در چندین کشور دیگر دیده شده است؛ اما همه‌جا این‌گونه نیست. لون می‌گوید «ما آزمایش‌هایی مانند این را در ایرلند انجام دادیم و حدس می‌زنید چه شد؟ دست‌کاری هنجار اجتماعی اینجا نتیجه نداد. من واقعاً نمی‌دانم چرا، اما در چندین بررسی این حالت را دیدم تا جایی که نمی‌توان آن را تصادفی دانست.»

در بیشتر اوقات، تغییرات ظاهراً ناچیز در یک تلنجر، پیام‌های کاملاً متفاوتی به مخاطبان می‌فرستد. برای مثال یکی از عللی که مردم اغلب برای دوران بازنشستگی پس‌انداز نمی‌کنند، این است که آنها تمایلی به صرف نظر کردن از قدرت خرید امروز خود برای پاداش‌های دریافتی در فردا ندارند. تیلر و همکارانش برای غلبه بر این مانع پیشنهاد کردند که به مردم شانس اختصاص بخشی از افزایش حقوق آتی‌شان برای پس‌انداز بازنشستگی داده شود. تلنجر «پس‌انداز بدون کاهش» که با گذشت زمان پس‌انداز را از ۳,۵ درصد به ۱۳,۶ درصد درآمد افزایش داد. چنین تغییری چشمگیر است اما این اتفاق در صورتی رخ می‌دهد که برنامه به درستی اجرا شود. اگر شرکت‌ها هر دو گزینه (اکنون یا بعداً؟) را هم‌زمان ارائه کنند چه اتفاقی می‌افتد؟ یک بررسی نشان داد پس‌انداز عملاً کاهش می‌یابد. کرایگ فاکس<sup>۱</sup> نظریه‌پرداز تصمیم‌رفتاری در دانشگاه کالیفرنیا در لوس‌آنجلس که از مؤسسان انجمن علوم رفتاری و سیاست‌گذاری - یعنی یک گروه حرفه‌ای برای تلنجرزها- است می‌گوید سناریوی دو گزینه‌ای «این علامت را می‌فرستد که شاید کارفرمایم واقعاً فکر نمی‌کند پس‌انداز کردن برای بازنشستگی خیلی ضروری باشد.»

شاید حتی بدیهی‌ترین و پیش و پافتاده‌ترین جزئیات یک تلنجر هم مهم باشد. برای کاهش ۵ درصدی مصرف برق خانوارهای پرمصرف تنها کافی بود به آن‌ها اطلاع داده شود چگونه مصرف برق‌شان با مصرف برق همسایه‌ها مقایسه می‌شود؛ اما انتقال همین اطلاعات به خانوارهایی که کمتر از میانگین مصرف می‌کردند مصرف برق‌شان را افزایش داد مگر اینکه پژوهشگران یک صورتک لبخند به یادداشت برق اضافه می‌کردند تا ادامه صرفه‌جویی (خسّت) آنها را تحسین و تشویق کنند.

شگفتی‌هایی مانند اینها- که هر دانشمند رفتاری داستان‌های مخصوص خود را برای بازگو کردن دارد- به گام کلیدی دیگری در تکامل تلنجرزدن منجر شده است یعنی تشخیص این مسئله که آزمون کردن، یک بخش حیاتی از فرایند است. کاترین میلکمن اقتصاددان رفتاری در مدرسه بازرگانی وارتون دانشگاه

<sup>1</sup> Craig Fox

پنسیلوانیا می گوید «ما آزمایش های بزرگ مقیاس بیشتری انجام می دهیم و مجبور به این کار هستیم تا تشخیص دهیم چه چیزی در دنیای متنوع واقعی نتیجه می دهد». دولت ها هنوز هم برخی اوقات از صرف وقت و دادن پول مورد نیاز چنین آزمایش هایی خودداری می کنند، اما بیشتر ارگان ها کاملاً پذیرفته اند که برای اثربخشی و نتیجه دادن تلنگرها قبل از اینکه به یک برنامه کلی کشوری تبدیل شود آزمون کردن باعث جلوگیری از شرمندگی و خجالت در آینده می شود.

### چگونه انسان ها به شکلی پیش بینی پذیر غیر عقلانی هستند؟

اقتصاد کلاسیک و سیاست گذاری عمومی فرض می کنند که انسان ها همیشه تصمیمات عقلانی در راستای بیشترین منافع خویش می گیرند؛ اما دانشمندان رفتاری متوجه شدند رفتار انسان واقعی خیلی پیچیده تر از اینها است. در ادامه برخی روش ها که بر مبنای آنها تصمیم گیری ما از عقلانیت خالص فاصله می گیرد، آورده شده است:

### چگونه انسان ها به شکلی پیش بینی پذیر غیر عقلانی هستند؟

اقتصاد کلاسیک و سیاست گذاری عمومی فرض می کنند که انسان ها همیشه تصمیمات عقلانی در راستای بیشترین منافع خویش می گیرند؛ اما دانشمندان رفتاری متوجه شدند رفتار انسان واقعی خیلی پیچیده تر از اینها است. در ادامه برخی روش ها که بر مبنای آنها تصمیم گیری ما از عقلانیت خالص فاصله می گیرد، آورده شده است:

- ما تغییر را دوست نداریم. بیشتر مردم هنگام تصمیم گرفتن، گزینه پیش فرض را انتخاب می کنند. پس تنظیم گزینه مفید به عنوان گزینه پیش فرض، یکی از قدرتمندترین تلنگرهای در دسترس خواهد بود.
- ما از شکست خوردن و زیان دیدن بیشتر متنفر می شویم تا اینکه از برنده شدن و سود بردن خوشحال شویم. چارچوب بندی مشوق ها به نحوی که بگوید «اگر به اهداف خواسته شده دست نیابی پاداشت را از دست خواهی داد» انگیزه بیشتری به ما می دهد تا که بگوید «اگر به اهداف بررسی پاداشی را به دست خواهی آورد.»
- ما به نحو غیرواقع بینانه ای خوش بین هستیم. به همین دلیل است که مشتری ثابت بلیت های بخت آزمایی هستیم و اتمام واقعی یک پروژه نسبت به مدت زمانی که ما فکر می کردیم، بیشتر طول می کشد. بیشتر مردم همچنین انتظار دارند که ازدواج ها و کسب و کارهایشان خیلی بهتر از میانگین جامعه باشد.

- ما برای شواهدی که خیلی سریع به ذهنمان می‌رسد زیادی ارزش می‌دهیم؛ به عبارت دیگر ما ریسک‌های رویدادهای هیجانی و احساسی مانند حملات تروریستی و کشتارها را زیاده برآورد می‌کنیم و ریسک‌های رویدادهایی که کمتر درباره‌اش حرف زده می‌شود و جنبه به نمایش درآوردن کمتری دارند را کمتر از واقع برآورد می‌کنیم.
- ما دوست داریم آنگونه که دیگران رفتار می‌کنند، رفتار کنیم. یادآوری کردن به مالیات‌دهندگان که بیشتر مردم مالیاتشان را به‌موقع پرداخت می‌کنند سبب می‌شود که با احتمال بیشتری آنها نیز به‌موقع مالیات خود را بپردازند. در صورتیکه گفتن این جمله به آنها که دولت می‌خواهد تعداد کسانی که مالیات خود را دیر پرداخت می‌کنند کاهش دهد، اثری معکوس دارد چون باعث می‌شود آدم‌ها احساس کنند افراد شبیه خودشان زیاد هستند.
- هنگامی که تعداد زیادی گزینه انتخابی به ما پیشنهاد می‌شود گیج شده و اغلب اصلاً هیچ کاری نمی‌کنیم. ساده کردن گزینه‌ها از قبیل سرجمع کردن کل برنامه‌های بیمه سلامت به سه دسته «طلایی»، «نقره‌ای» و «برنز» می‌تواند تلنگری به مردم بزند تا اقدام کنند.
- ما کارها را به تأخیر می‌اندازیم خصوصاً اگر انجام کار درست مستلزم زحمت و دردسر زیادی باشد. در این حالت اغلب نیاز است تلنگر زده شویم تا کارهایی که نهایتاً بیش‌ترین نفع را برای ما دارد از قبیل پس‌انداز کردن برای دوران بازنشستگی انجام دهیم.

### هدف‌گذاری رفتارها

چون هر تلنگری که نتیجه می‌دهد وابستگی خیلی زیادی به بستر و زمینه موجود دارد، اهل فن باتجربه می‌گویند دستورالعمل استاندارد برای انتخاب تلنگری مناسب که در هر وضعیت خاصی استفاده شود، وجود ندارد. به همین علت تلنگرزن‌ها به عمیق شدن در جزئیات هر مورد نیاز دارند. با این حال، پژوهشگران روی یک رویکرد کلی برای ساختن تلنگرهای خوب متمرکز شده‌اند.

نخستین گام کلیدی در این فرایند یعنی شناسایی دقیق رفتاری که تلاش می‌کنید تغییر دهید، خیلی بدیهی به نظر می‌رسد اما این‌طور نیست. پله گولدبرگ هانسن<sup>۱</sup> دانشمند رفتاری در دانشگاه روسکیلد دانمارک که رئیس واحد تلنگر دانمارک است می‌گوید «اینک تقریباً روشن شده است که موفق شدن یک تلنگر واقعاً به این بستگی دارد که آیا شما درک خوبی از مسئله پیدا کردید یا خیر.»

<sup>1</sup> Pelle Guldborg Hansen

مسئله تشویق تعداد بیشتری از مردم به اهدای اعضای بدن خود پس از مرگ را در نظر بگیرید. عموماً نیاز به این است که مردم رضایت صریح خود را در فرم اهدای عضو اعلام کنند که معمولاً هنگام تجدید اعتبار گواهینامه رانندگی فرصت خوبی است، اما تعداد نسبتاً کمی این کار را می‌کنند. یک تلنجر متداول، با تغییر دادن پیش‌فرض به این موضوع توجه می‌کند که فرض را بر این بگذاریم که هر کس رضایت خود را برای اهدای عضو اعلام کرده است، مگر اینکه صراحتاً از مشارکت در طرح امتناع کند. در واقع با چنین کاری، نسبت افرادی که به عنوان اهداکننده عضو ثبت‌نام می‌کنند به شدت افزایش می‌یابد؛ اما ایالت انتاریو در کانادا متوجه شد این مسئله به اهدای اعضای بیشتر که واقعاً برای پیوند استفاده شود تبدیل نشد، چون که یک مسئله اشتباه را حل کرد. دیلیپ سومان<sup>۱</sup> دانشمند رفتاری در دانشگاه تورنتو می‌گوید پزشکان در انتاریو قبل از انجام عمل پیوند، باید مدت زیادی را صرف جلب رضایت از نزدیک‌ترین شخص به متوفی می‌کردند و گرفتن آن رضایت تنگنای واقعی در این فرایند بود. پس اکنون تیم سومان سرگرم کار روی مجموعه متفاوتی از تلنجرها از قبیل ارسال پستی «کارت‌های گفتگو» به اهداکنندگان تازه ثبت‌نام کرده است تا به آنها کمک کند خواسته‌ها و آرزوهای خویش را با اعضای خانواده درمیان بگذارند.

بریگیت مادریان<sup>۲</sup> اقتصاددان رفتاری در هاروارد می‌گوید به محض اینکه طراحان تلنجر موفق به هدف‌گذاری رفتاری شدند که واقعاً می‌خواهند تغییر کند، باید به سراغ گام بعدی بروند؛ یعنی شناسایی موانعی که اجازه تغییر این رفتار را نمی‌دهد. چرا مردم موفق به عمل مطابق با خواسته‌های خویش (از قبیل خوردن غذاهای سالم‌تر) نمی‌شوند؟ آیا به این دلایل نیست: آنها فراموش می‌کنند در زمان مناسب اقدام کنند، نمی‌دانند چه قدم‌هایی باید بردارند، یا فاقد قدرت اراده برای پیروی از آن رفتار خاص هستند. هر کدام از این موارد به تکنیک تلنجرزنی متفاوتی نیاز خواهد داشت. در این مثال، آنها به ترتیب به هشداردهنده، دریافت اطلاعات و تعهدیافتن به یک برنامه اقدام، نیاز دارند. از طرف دیگر، اگر تغییر رفتار مستلزم غلبه کردن بر ترجیحات لحظه‌ای باشد (از قبیل پس‌انداز کردن برای بازنشستگی یا زدن آمپول آنفولانزا که هیچ‌کدام از اینها در کوتاه مدت مطلوبیت ندارد)، محتمل‌ترین تلنجرها شاید مستلزم ارائه اطلاعات بیشتر درباره مزایای این کارها یا افزودن فشار اجتماعی برای وادار ساختن فرد به همراهی با آن برنامه باشد.

اهل فن براساس تحلیلی که از آن مورد خاص دارند باید چندین تلنجر بالقوه را به نحو ایده‌آل انتخاب و سپس آنها را آزمون کنند تا بهترین نمونه‌ای که خیلی خوب کار می‌کند، شناسایی شود. آن تلنجر که سرانجام برای به‌کارگیری انتخاب می‌شود شاید ساده و حتی بدیهی به نظر رسد؛ اما هانسن به این نکته

<sup>۱</sup> Dilip Soman

<sup>۲</sup> Brigitte Madrian

اشاره می‌کند که سادگی سطحی و ظاهری، مقدار زیادی از کارهای انجام شده در پشت صحنه را پنهان می‌کند.

## موضوعات اخلاقی

تلنگرزدن حتی هنگامی که خیلی خوب انجام می‌شود رنگ و بویی قوی از قیّم‌مآبی با خود دارد خصوصاً هنگامی که دولت‌ها از آن برای غلبه بر رفتار عادی مردم و هدایت آنها به سمت نقطه مطلوب استفاده می‌کنند. البته دلالت‌های چنین مسئله‌ای هنوز به‌طور کامل بررسی نشده است. کرایگ فاکس از دانشگاه لوس‌آنجلس می‌گوید «پرسش‌های معقول و منطقی درباره اخلاقیات تلنگرزدن مطرح می‌شود که ما تازه داریم روی آن‌ها تمرکز می‌کنیم.»

برای مثال تلنگرزدن برای تشویق به افزایش حق بیمه برای پس‌انداز بازنشستگی را در نظر بگیرید. بیشتر مردم از پس‌اندازهای بالاتر منتفع می‌شوند اما تعداد اندکی - از قبیل آنهایی که انتظار ندارند خیلی طولانی در دوره بازنشستگی زنده بمانند - شاید برای‌شان بهتر باشد که حق بیمه کمتری بپردازند. آیا در مواردی که می‌دانیم با تلنگرزدن باعث وارد کردن زیان به برخی افراد خواهیم شد، چنین تلنگرزدنی قابل قبول است؟

به منظور پژوهش پیرامون این مسئله اخلاقی، تعدادی دانشمند رفتاری، شروع به بسط روش‌هایی کردند تا تلنگرها با توجه به شرایط فردی شخصی‌سازی شوند. برای مثال کارگران آمریکایی اگر در سن ۷۰ سالگی شروع به گرفتن مستمری بکنند حداکثر مستمری دولتی را دریافت می‌کنند؛ اما به جای آن می‌توانند دریافت مبلغ ماهانه کمتری را از پایین‌ترین سن که ۶۲ سال است انتخاب کنند. اریک جانسون<sup>۱</sup> روان‌شناس در دانشگاه کلمبیا می‌گوید وضع رفاهی بیشتر کارگران در بلند مدت بهتر می‌شود به شرطی که برای بازنشسته‌شدن تعجیل نکنند و مدت بیشتری در بازار کار منتظر بازنشسته‌شدن بمانند، اما تقریباً نیمی از کسانی که نزدیک سن بازنشستگی هستند دریافت مبالغ کمتر و زودتر را انتخاب می‌کنند. چنین وضعیتی به نظر می‌رسد مستعد یک تلنگر باشد - برای مثال با اشاره به این واقعیت که یک بازنشسته در صورت درخواست زودتر بازنشستگی چقدر پول از دست خواهد داد؛ اما تشویق کردن همه مردم به اینکه بیشتر منتظر بمانید به آن اقلیتی که بعید است آنقدر عمر کنند که بتوانند از مزایای بازنشستگی بهره‌مند گردند زیان خواهد رساند. جانسون می‌گوید «اینجا اگر بخواهیم یک تلنگر یکسان برای همه را طراحی و اجرا کنیم، واقعاً زیان بالقوه‌ای وجود خواهد داشت.»

<sup>1</sup> Eric Johnson

بنابراین جانسون و همکارانش در حال تکمیل سامانه‌ای از تلنگرهای سفارشی و شخصی شده هستند که هر فرد را راهنمایی می‌کند تا تصمیم بهتری برای زمان بازنشستگی خود بگیرد. هر فردی که از تازنمای آزمایشگاهی جانسون بازدید کند فقط با پاسخ دادن به چند پرسش ساده درباره جنسیت، سلامت و طول عمر والدین خود، اطلاعات کافی درباره امید به زندگی خویش ارایه خواهد داد تا در عوض توصیه‌های عالمانه (و تلنگرهای مناسب) دریافت کند. در سایر آزمایش‌هایی که تیم جانسون انجام می‌دهند پرسشنامه‌ها کمک خواهد کرد تا مردم را به سمت انتخاب‌های مناسب از برنامه‌های بیمه سلامت و سایر تصمیمات مالی تلنگر بزند.

نیاز به تلنگرهایی که برای شرایط خاص سفارش شده باشد احیاناً در سطحی گسترده احساس می‌شود. جانسون می‌گوید سالمندان باتجربه هستند اما توان ذهنی‌شان که یک زمانی بالا بود به تدریج رو به تحلیل می‌رود. پس اگر آنها را با گزینه‌های خیلی زیادی رودررو نکنیم، انتخاب‌های بهتری می‌کنند. برعکس، کسانی که جوان‌تر هستند تجربه کمتری در زندگی دارند تا به آن تکیه کنند پس می‌توان آنها را با توضیح‌های مفصل‌تر و انتخاب‌های بیشتر مواجه کرد.

دانشمندان رفتاری همچونین یاد می‌گیرند تا نقاط اتکای بهتری برای تلنگرهای خویش پیدا کنند. به عنوان مثال تلنگرزن‌ها درمی‌یابند برای اینکه افراد بیشتری را به سمت مصرف داروهای عام (ژنریک) (در مقایسه با داروهای برند شناخته‌شده اما گرانتر) هدایت کنند آسانتر است که به جای تلاش برای اعمال نفوذ بر بیماران (از طریق مثلاً تبلیغات اطلاعاتی) روی عادات تجویز نسخه پزشکان تمرکز شود. فاکس می‌گوید «پزشکان به تصمیمی واحد درباره شیوه درمان در محیط کلینیکی کنترل شده می‌رسند که با سیستم‌های الکترونیکی ثبت سوابق تکمیل می‌شود. این محیطی مناسب برای تلنگرزدن است.» دقیقاً همانگونه که انتظار می‌رفت، در یک بررسی که پیش‌فرض در نسخه‌های پزشکان بر تجویز داروهای ژنریک گذاشته شده بود، مگر اینکه آنها غیر آن را تصریح می‌کردند، مصرف داروهای ژنریک از ۴۰ درصد به ۹۶ درصد افزایش یافت.

### تلنگرزدن به تلنگرزن‌ها

در سال‌های اخیر، جستجو برای نقاط اتکای بهتر باعث شده است تا بسیاری از پژوهشگران تلنگر، نگاهی گسترده‌تر به چشم‌انداز سیاست‌گذاری داشته باشند. تلنگرزن‌ها همانگونه که از ابتدا تصور می‌شد، از بینش‌های رفتاری برای اجرای بهتر سیاست‌های موجود استفاده کردند تا به مردم کمک کند انتخاب‌های بهتری داشته باشند؛ اما در همان حال که تلنگرزدن به بلوغ می‌رسد، پژوهشگران شروع به استفاده از همان اصول رفتاری کردند تا توسعه سیاست‌های متعلق به خود را هدایت کنند. مادرین می‌گوید «ما هنوز

چیزهای زیادی در آن ندیده‌ایم، اما فکر می‌کنم این همان جایی است که توان بالقوه برای ایجاد بیش‌ترین تأثیر را دارد.»

برای مثال اقتصاددانان رفتاری می‌دانند اگر گزینه‌های خیلی زیادی در برابر مردم بگذارید که مجبور به انتخاب از بین آنها باشند، با احتمال بیشتری گزینه‌های ضعیفی انتخاب می‌کنند چون اطلاعات خیلی زیادی دریافت کرده‌اند؛ بنابراین پیشنهادشان این است که انواع اطلاعات ریز و درشت درباره وام‌های رهنی، سرمایه‌گذاری، خدمات مخابراتی و اینترنتی و سایر پیشنهادات پیچیده به شکل قالب‌های استاندارد در آورده شود که ثابت شده است درک و مقایسه آنها برای مشتریان ساده است و توانایی آنها را در گرفتن تصمیمات مناسب بهبود می‌بخشد. برای مثال کشور کلمبیا، مقررات شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات مخابراتی را اصلاح کرد تا خواندن قراردادهای تلفن همراه که پیش از آن چندین ساعت زمان می‌برد فقط به چند دقیقه وقت نیاز داشته باشد. قراردادهای جدید همچنین توضیحات و اشاره‌های روشنی درباره هزینه‌های انواع خدمات به متقاضی ارائه می‌دهد.

بینش‌های رفتاری حتی می‌تواند فرایند سیاسی را جرح و تعدیل کند. ساکنان یکی از شهرهای انگلستان اکنون نظرات خود درباره موضوعات مهم محلی از قبیل مالیات‌ستانی و مسائل زیست محیطی را از طریق یک چت بوت<sup>۱</sup> خودکار در فیس‌بوک که با توجه به اصول رفتاری طراحی شده است، به دولت منتقل می‌کنند. سیمون دی<sup>۲</sup> از بنیانگذاران شرکت آپ‌تیویسم<sup>۳</sup> که استارت‌آپ طراحی‌کننده این چت بوت است می‌گوید «هر کسی می‌تواند این نظرخواهی را در هر شرایطی که باشد (در اتوبوس، در خانه، در آخر هفته) انجام دهد.» هر نشست چت خیلی کوتاه و متمرکز شده است که بازخوردهای سفارشی و شخصی‌شده نیز به کاربر ارائه می‌شود و به آسانی امکان اشتراک‌گذاری آنلاین را دارد- همه ویژگی‌های آن به نحوی تعریف شده است که کاربر را برای مشارکت بیشتر در امور شهری تلنگر می‌زند. دی می‌گوید این رویکرد نسبت به روش‌های متعارف گردآوری افکار عمومی، میزان مشارکت را سه تا چهار برابر افزایش داده است. این شرکت دارای طرح‌های پایلوت مشابه در حال انجام با یک سازمان اسکاتلندی تنظیم مقررات، یک حزب سیاسی بریتانیا و چندین سازمان غیرانتفاعی است.

جدای از دغدغه‌های اخلاقی درباره دستکاری تصمیمات مردم، تلنگرزدن خرده‌گیرهای اندکی دارد. از اینها گذشته، تلنگرها پیش از آنکه در هر جامعه بزرگتری به کار گرفته شوند معمولاً باید خودشان را در فرایند

<sup>1</sup> Chatbot

<sup>2</sup> Simon Day

<sup>3</sup> Apptivism



آزمون‌ها اثبات کنند، پس هر نوع شکست و تلنگر اشتباه- که هنوز حدود ۱۰ تا ۳۰ درصد تلاش‌ها را تشکیل می‌دهد- خیلی راحت کنار گذاشته می‌شود. بزرگ‌ترین ریسک، به گفته چندین دانشمند رفتاری سرشناس، این است که محبوبیت روزافزون تلنگرزدن باعث جذب کسانی شود که اصلاً آموزشی برای اجرای مناسب این کار ندیده‌اند. لون هشدار می‌دهد که اینترنت پر از مشاوران تلنگر بدون هیچ پیش‌زمینه‌ای در علوم رفتاری است. او می‌گوید «من فکر می‌کنم مثل هر چیز دیگری که با محبوبیت یافتن در بین مردم، امکان فروش نسخه‌های جعلی و ناقص از آن وجود دارد، این مسئله هم چالشی بوجود آورد.»

سایر منتقدین اغلب خود تلنگرزدن را نشانه می‌گیرند- انتقادی که دست کم برخی کارشناسان از جمله لون با آن موافق هستند- بدین صورت که یک تلنگر ملایم شاید آنقدر قدرتمند نباشد که موضوعات اساسی جامعه از قبیل فقر، چاقی و انشقاق سیاسی را دربرگیرد؛ اما سایرین می‌گویند حتی یک تلنگر ملایم اگر به حد کافی استمرار داشته باشد تفاوت زیادی بوجود می‌آورد. پیوش تانتیا<sup>۱</sup> مدیر اجرایی آزمایشگاه غیرانتفاعی طراحی رفتاری به نام ایده‌های ۲۴ که در نیویورک واقع است می‌گوید «اشتباهی که ما مرتکب شدیم این است که مساله‌ای به بزرگی فقر یا نژادگرایی را انتخاب کردیم و فکر می‌کردیم یک راهکار بزرگ برای آنها وجود دارد. اینطور نیست. فقر به صدها مسئله کوچک تقسیم می‌شود که باید با حمله به هر کدام به صورت مجزا حل شوند. به محض اینکه فقر را به مسایل کوچکتر تجزیه کنید، بسیاری از آنها با یک تلنگر حل می‌شوند.»

پژوهشگران در «آزمایشگاه اقدام فقر عبدالجمیل لطیف» که در ام‌آی‌تی واقع است تقریباً هزار آزمون کنترل شده از راهبردهایی انجام داده‌اند (بیشتر آنها تلنگر هستند) که می‌تواند به خروج مردم از فقر کمک کند. پژوهشگران دریافتند کشاورزان فقیر در کنیا اغلب فاقد پول نقد برای خرید کود شیمیایی در فصل کشت هستند به طوری که کمتر از یک چهارم آنها از کود استفاده می‌کنند؛ اما اگر به کشاورزان شانس پیش‌خرید کود در فصل درو، یعنی زمانی که آنها پول نقد دارند، داده شود، مصرف کود شیمیایی ۳۸ درصد افزایش می‌یابد. یک بررسی پیشین نشان داد با مصرف کود شیمیایی، درآمد کشاورزان بیش از ۱۰ درصد افزایش پیدا می‌کند. در یک بررسی جداگانه مشخص شد گذاشتن دستگاه کلردار کردن آب در چاه‌های آب روستا، نسبت به حالتی که مقداری کلر به مردم بدهیم تا خودشان داخل منزل استفاده کنند، فشار اجتماعی برای کلرزدن را افزایش می‌دهد. نتیجه این شد که نرخ کلردار کردن آب بالا رفت و بنابراین بیماری‌هایی که از راه آب منتقل می‌شود، کمتر شد.

<sup>۱</sup> Piyush Tantia

در انتها این گونه به نظر می‌رسد که بزرگ‌ترین پیشبرد تلنگرزدن به جهان حکمرانی، نه از خود تلنگرها بلکه از تسریع بخشیدن به تغییر در کل دستگاه ذهنی دولت به دست آمده باشد. درحالی‌که دولت‌ها و اقتصاددانان آنها در گذشته سیاست‌ها را براساس ایدئولوژی سیاسی طراحی و اجرا می‌کردند- فقط کافی است به تقریباً هر مباحثه‌سیاستی در مجالس نمایندگان گوش دهید- محبوبیت تلنگرزدن این فشار را به حکومت‌ها وارد می‌کند تا به سمت رویکرد تجربی‌تر حرکت کنند. فیصل نارو<sup>۱</sup> مشاور سیاست‌گذاری عمومی سازمان همکاری اقتصادی و توسعه در پاریس و یکی از رهبران در جهان تلنگرزدن می‌گوید «تلنگرزدن کمک کرده است تا فرهنگ آزمایش کردن، درون سیاست‌گذاری جا بیفتد و این چنین کاری قطعاً جدید است.»

برای مثال کلمبیا مقررات‌گذاری‌های خود در صنعت مخابرات را کاملاً بازطراحی کرد تا به صنعت مشتری‌مدارتری تبدیل شود. در آفریقای جنوبی، ایالت کیپ غربی واحد تلنگر- و بنابراین فرهنگ آزمایش کردن دولت را- در مرکز دولت و دفتر نخست‌وزیری جای داد و در فنلاند، نخست‌وزیر جوها سیپیل<sup>۲</sup> تلاش‌هایی برای ترویج آزمون کردن در هر چیزی، از طرح‌های ابتکاری بازیافت گرفته تا درآمدهای اساسی تضمینی را شروع کرده است. از پیشنهادات شهروندان و آزمون‌های سرمایه‌گذاری جمعی استقبال می‌شود و انتظار شکست‌ها هم می‌رود. در اکتبر گذشته دولت حتی «روز بین‌المللی شکست خوردن» را برای طبیعی جلوه دادن این امکان جشن گرفت. نتیجه هم در فنلاند و سرانجام در جاهای دیگر، شاید این باشد که سیاست‌های اثربخش‌تر و کمتر محکوم شده به ایدئولوژی‌زدگی داشته باشیم.

به عبارت دیگر، تلنگرزدن می‌تواند تلنگرزدن دولت‌ها به سمت یک سبک علمی شواهد-محورتر برای حکومت کردن باشد. در این زمانه پرتنش و پرمناقشه، این شاید تنها کار خوبی باشد که دولت‌ها انجام دهند.

#### فهرستی از تلنگرها

دانشمندان رفتاری یک جعبه ابزار گسترده از تلنگرها بسط و گسترش داده‌اند. منظور از تلنگر یعنی روش‌هایی برای تاثیرگذاری بر رفتار مردم به طوری که آنها با احتمال بیشتری در جهت بیش‌ترین منافع خویش اقدام کنند درحالی‌که آزادی انتخاب هم از آنها گرفته نشده باشد. در اینجا، بر اساس پژوهش‌های پیش‌تازانه کاس سانسستین درباره تلنگر، برخی از موثرترین تلنگرها به شرح زیر هستند:

- پیش‌فرض‌ها از قبیل ثبت‌نام خودکار در طرح‌های مستمری بگیری یا برنامه‌های اهدای عضو را تعیین

<sup>1</sup> Faisal Naru

<sup>2</sup> Juha Sipilä

- کنید، اما به مردم این اجازه را بدهید که اگر مایل بودند از این طرح‌ها خارج شوند.
- ساده کردن یا روشن ساختن مندرجات فرم‌ها و رویه‌ها به طوری که مردم با دردسر کمتری مواجه شوند و با احتمال کمتری خسته شده و فرم‌ها و رویه‌ها را نیمه تمام رها کنند.
  - طراحی اختارها و یادآوری کننده‌ها که زمان یک اقدام رسیده است به طوری که مردم آن را نادیده نگیرند.
  - قرار دادن گزینه‌های بهینه در ابتدای فهرست انتخاب‌ها. در شرایط برابر، احتمال بیشتری می‌رود که مردم نخستین قلم در فهرست را انتخاب کنند.
  - قرار دادن انتخاب‌های بهینه در جایی که بیش از همه دیده می‌شود از قبیل عرضه و نمایش غذاهای سالم در جلوی چشم در کافه تریاها.
  - افزودن اطلاعات اضافی، از قبیل محاسبه کالری در رستوران‌های فست فودی.
  - توسل به زیان‌گریزی مردم، بابت از دست دادن چیزی که آنها قبلاً داشتند (از قبیل استفاده از این پیام که «اگر در مصرف انرژی صرفه‌جویی نکنید این مبلغ زیان خواهید کرد»).
  - خواهش کردن از مردم که خود را به مشخصات یک برنامه اقدام، متعهد سازند از قبیل اینکه چه وقت و در کجا برای رای دادن برنامه‌ریزی کردند.
  - آماده و توجیه کردن مردم تا یک دستگاه ذهنی مطلوب داشته باشند از قبیل یادآوری به آنها درباره ضرورت صداقت داشتن، قبل از اینکه آنها یک فرم را تکمیل کنند، یا تشویق آنها به دقیق فکر کردن درباره بازنشستگی‌شان قبل از اینکه خود را به یک برنامه پس‌انداز متعهد کنند.
  - پیشنهاد دادن یک مبلغ برای اهدا کمک یا پرداخت حق بیمه («آیا مایلید ۱۰۰ دلار به این خیریه بدهید؟»). چنین «لنگرسازی» این تأثیر را دارد که انتخاب‌های مردم را در جایی نزدیک مقدار پیشنهادی متمرکز می‌سازد.
  - به مردم بگویید دیگران چه کار می‌کنند (برای مثال، «بیشتر مردم مالیات‌های خود را به موقع می‌پردازند»). این اطلاعات، فشار اجتماعی بر آنها وارد میکند تا به نوع دیگری عمل کنند.

## ۵- آیا توصیه بهتر از ممنوعیت عمل نمی‌کند؟<sup>۱</sup>

### نوشته واحد تلنگر دانمارک

تلنگر زدن، معمولاً روشی مؤثرتر و کم‌هزینه‌تر برای اصلاح رفتار مردم در مقایسه با ممنوع کردن از طریق وضع قانون و صدور بخشنامه است. به همین دلیل ضرورت دارد که با نمونه‌های مختلف تلنگر آشنا بشویم و بررسی کنیم که کدام تلنگرها به نحو بهتری در جامعه‌ای که زندگی می‌کنیم قابل استفاده است. در این مطلب که خلاصه نتایج به دست آمده از یک پژوهش است در ابتدا می‌بینیم که چگونه با ممنوع کردن کشیدن سیگار در سالن سرپوشیده فرودگاه کپنهاگ، مسافران سیگاری در بیرون سالن فرودگاه و کنار در ورودی و پنجره‌های تهویه هوا تجمع کردند و مشکلی دیگر بوجود آوردند. سپس تیم پژوهش وارد عمل می‌شود و با استفاده از روش اقتصاد رفتاری و تلنگرزدن سرانجام پیشنهاد می‌دهد به جای قانون ممنوعیت سیگار کشیدن در همه جا و رعایت نکردن این ممنوعیت از سوی سیگاری‌ها، با سه گام می‌توان افراد سیگاری را هدایت کرد تا در مکانی دیگر و فضای کاملاً باز سیگار بکشند. از این روش می‌توان برای سایر مکان‌های عمومی به غیر از فرودگاه نیز استفاده کرد.

### چالش

دانمارک در سال ۲۰۰۷ مانند بسیاری از کشورهای دنیا سیگار کشیدن را در محل کار، رستوران‌ها و سایر مکان‌هایی که سایر افراد را در معرض دود سیگار قرار می‌داد ممنوع کرد. هرچند که این قانون به موفقیت بزرگی در تغییر رفتار افراد سیگاری دست یافت، اما سبب ایجاد پدیده‌ای شد و آن تجمع افراد سیگاری در خارج از مکان‌های عمومی، ساختمان‌ها، فروشگاه‌ها و ادارات بود. گرچه این کار خیلی بهتر از سیگار کشیدن در داخل محیط‌های عمومی بود، اما این الگوی رفتاری ریسک را برای افراد مشغول به کار در کنار درهای ورودی و نزدیک به پنجره‌ها یا تهویه‌های مطبوعی که هوا را از این مکان‌ها می‌گرفتند، افزایش داد.

فرودگاه کپنهاگ با بیش از ۲۳ میلیون مسافر در سال که ۲۵ درصد آن‌ها سیگاری هستند، نشانه‌های بروز مشکل را مشاهده کرد. فرودگاه برای حل مشکل در ابتدا مکان‌های سیگار کشیدن/اکیدا ممنوع، دقیقاً در بیرون از در خروجی ساختمان فرودگاه و سایر مکان‌های منتخب ایجاد کرد؛ اما مسافران و کارکنان سیگاری فرودگاه به‌نظر نمی‌آمد که توجهی به ممنوعیت روشن کردن سیگار در این مکان‌ها داشته باشند. چون که فرودگاه نمی‌خواست اقدام به جریمه کردن مسافران کند، از گروهی کارشناس اقتصاد رفتاری خواست تا با

<sup>1</sup> Katrine (2016) "Do prescriptions work better than proscriptions?" Feb, iNudgeyou.  
<http://inudgeyou.com/archives/6744>

روش «تلنگر زدن» رفتار افراد سیگاری را برای کاهش عوامل ریسک تغییر دهند.

### زیرنظر گرفتن سیگاری ها در فرودگاه

برای مقابله با این چالش، اعضای گروه لباس های عادی مسافران را پوشیدند و وارد محیط فرودگاه شدند تا رفتار ۱,۳۲۳ فرد سیگاری در بیرون از ساختمان فرودگاه را مشاهده کرده و ترسیم کنند. آن ها این کار را با فرایندی انجام دادند که با حرکت بدون ساختار آغاز می شد و به سمت مجموعه مشاهدات نیمه ساختاری و کاملاً ساختاری حرکت می کرد. این بخش از علم رفتاری کاربردی به عنوان ساده سازی رفتاری شناخته می شود و تشخیص آن، پیش نیاز هر مداخله رفتاری موفق است، اما افراد اندکی به این ایده می پردازند که تلنگر چگونه می تواند به ذهن نفوذ کند. در یک روز معمولی در فرودگاه کپنهاگ اعضای گروه پژوهش الگوهای رفتاری متفاوتی را مشاهده کردند و طی فرایند جمع آوری داده ها این الگوها شناسایی و مشاهده شد و همبستگی و آزمون فرضیه انجام گرفت.

### یک روز معمولی برای تیم پژوهش تلنگر در فرودگاه کپنهاگ

اطلاعات به دست آمده از این پژوهش برخی از فرضیه های ابتدایی را تأیید کرد:

۱. فرض شد بیشتر سیگاری ها از داخل ساختمان فرودگاه می آیند، زیرا ریسک گریزی فرد را مجبور می کرد پس از کشیدن آخرین سیگار اقدام به دریافت کارت پرواز کند. در نتیجه ی مشاهدات مشخص شد ۸۵ درصد افراد سیگاری از داخل ساختمان فرودگاه به بیرون آمده و نیمی از این افراد دوباره به داخل بازگشتند.

۲. تعداد کیف ها و چمدان ها تأثیر چندانی بر عدم رعایت این قانون نداشت.

۳. جای تعجب داشت که در برخی زمان ها بیش از ۱۰۰ فرد سیگاری حدود یک ساعت در مکان هایی که سیگار کشیدن ممنوع بود سیگار می کشیدند. در کل، ۵۸ درصد کل افراد سیگاری در منطقه سیگار کشیدن ممنوع سیگار می کشیدند.

### راه حل اصلی و کلی: توصیه بهتر از ممنوعیت است.

طراحی راه حل های ممکن، گروه پژوهشی را به این نتیجه رساند تا با تغییر مقررات مرسوم بر اساس کاملاً برعکس کردن ممنوعیت یک فعالیت، به افراد سیگاری تلنگر بزنند.

برای اینکه بفهمیم چرا، نخست باید اشاره کنیم که ممنوعیت در منطقه سیگار کشیدن ممنوع، صرفاً نقطه مقابل توصیه به سیگار کشیدن در جای دیگر است؛ یعنی، این دو مورد، چارچوب های یکسانی دارند و

بنابراین نباید هیچ تفاوتی برای یک فرد فرامنطقی داشته باشد.

**از نظر روانشناختی، ممنوعیت یا «این کار را انجام نده» یکسان با توصیه «چه کاری انجام بده» نیست.**

اما از منظر روان‌شناسی که به مسئله نگاه می‌کنیم، توصیه یعنی «هدایت رفتار» (این کار را انجام بده)، با ممنوعیت به معنی «این کار را انجام نده» یکسان نیست. در مورد تلنگر زدن به رفتار سیگار کشیدن در فرودگاه، فرض می‌شود که توصیه مؤثرتر است، زیرا از رفتار اصلی (متفاوت از رفتارهای پیرامونی) افراد سیگاری حمایت می‌کند.

### سه لایه مداخله

مداخله دارای سه لایه یا سه تلنگر برای افراد سیگاری است که از داخل ساختمان بیرون می‌آیند و عبارتند از:

**علامت‌گذاری شهودی:** برای اینکه افراد سیگاری را آماده کنیم تا به دنبال مکانی برای سیگار کشیدن به محض خروج از ساختمان باشند، برچسب‌هایی با علامت سیگار روشن به‌علاوه مترایز باقی‌مانده بر روی کف زمین فرودگاه در محیط‌هایی که دیده شده بود افراد سیگاری رفتار سیگار کشیدن خود را با حرکت به سمت در و دست کردن در جیب خود برای برداشتن سیگار شروع می‌کنند، چسبانده شد.



برچسب‌های چسبانده شده بر روی زمین یکی از عناصر تلنگر زدن در فرودگاه کپنهاگ است.

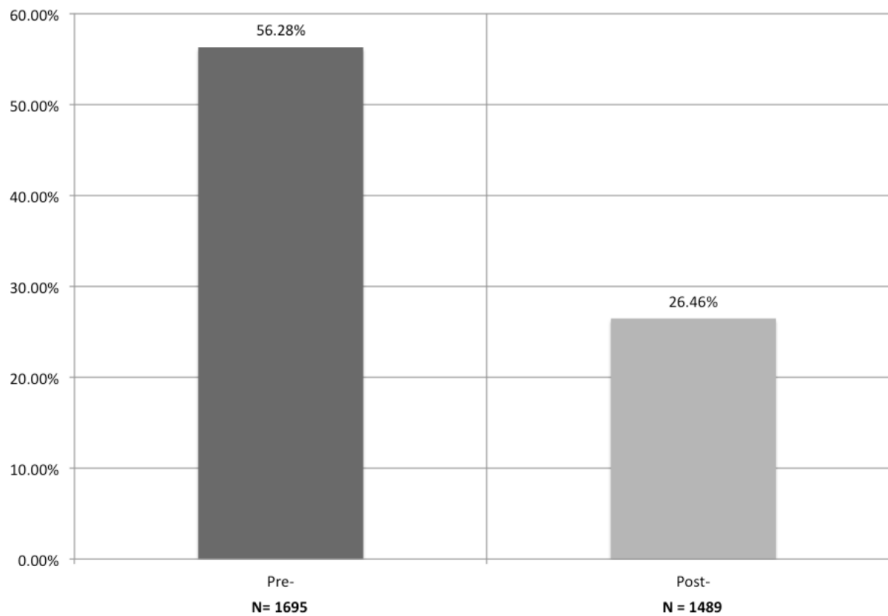
اصلاح مجدد علائم محیطی: علامت محیطی به افراد نشان می‌دهد تا عمل خاصی را انجام دهند (مثلاً، صندلی نشانه نشستن و قوری نشانه «ریختن» است). مجموعه‌ای از علائم محیطی مشاهده شده بر رفتار فرد سیگاری تأثیر می‌گذارد که می‌توان این علائم را مجدداً اصلاح کرد. نیمکت‌ها و سطوح‌های آشغال به جایی دورتر از مناطق سیگار کشیدن ممنوع منتقل شد.

توصیه‌های عمومی برجسته (اثر کانون توجه): در نهایت، کارشناسان توصیه‌های عمومی برجسته را با ایجاد مناطق سیگار کشیدن که در فاصله امنی از مناطق باز و پنجره‌های تهویه‌های هوا قرار دارد معرفی کردند. این مناطق شامل مناطق مربعی است که با نوار زردرنگ و نشان سیگار مشخص شده‌اند. پیش‌از این، از ویژگی‌های برجسته شبیه این موارد در مکان‌های عمومی استفاده شده بود تا اثر به اصطلاح کانون توجه به کار برده شود و در عوض انتظارات و قواعد اجتماعی موجود تقویت گردد.



## نتایج

بعد از سه ماه مشاهده، تحلیل، تشخیص و آماده‌سازی، سه لایه‌ی مداخله تلنگر در محیط‌های انتخابی فرودگاه کپنهاگ به کار گرفته شد. نتایج، رفتار پایه ۱,۶۹۵ فرد سیگاری را با نتایج رفتار مداخله‌ای ۱,۴۸۹ فرد سیگاری مقایسه کرد. سیگار کشیدن در محیط‌های سیگار کشیدن ممنوع از ۵۶,۲۸ درصد به ۲۶,۴۶ درصد پس از مداخله یا تلنگر کاهش یافت. این یعنی سیگار کشیدن بی‌ملاحظه بیش از ۵۰ درصد کاهش یافت.



با در نظر گرفتن طراحی سازوکار و نتیجه به دست آمده هیچ دلیلی وجود ندارد که نتوان این نوع مداخله را در سایر مکان‌های عمومی نظیر بیمارستان‌ها، مراکز خرید و ایستگاه‌های قطار که این مشکل در آنجا نیز وجود دارد انجام داد.

### نحوه برخورد سیگاری‌ها با تلنگر و حل مشکل ته سیگار

نتیجه دیگر به دست آمده نحوه برخورد مسافرانی که در محیط فرودگاه سیگار می‌کشیدند با تلنگر است. بر اساس گزارش‌های منتشر شده در رسانه‌ها، افراد سیگاری از این مداخله و تلنگر بسیار راضی هستند. علاوه بر تأثیر و نحوه برخورد مثبت افراد سیگاری در فرودگاه کپنهاگ، تلنگر اثرات جانبی غیرمنتظره‌ای نیز دارد. این آثار هنگام جمع‌آوری داده‌ها و زمانی به دست آمد که افراد سیگاری باقی مانده در منطقه سیگار کشیدن ممنوع، ۱۰ متر حرکت کرده و ته سیگار خود را در جاسیگاری زردرنگ در منطقه سیگار کشیدن آزاد انداختند.

در نخستین ماه پس از اجرا بیش از ۲۳۰ هزار ته سیگار در منطقه در نظر گرفته شده جمع‌آوری شد. حدود ۲,۷۶۰,۰۰۰ ته سیگار در طی یک سال در ورودی‌های اصلی فرودگاه جمع‌آوری شد. این مقدار فراتر از تصور، اثر جانبی بسیار مهمی است زیرا جاسیگاری‌ها به‌طور خودکار ته سیگارها را دسته‌بندی کرده و می‌توانند آن‌ها را به پلاستیک تبدیل کنند. اگر مداخله «سیگار کشیدن آزاد» انجام نمی‌گرفت، فکر می‌کنیم که این مقدار زیاد ته سیگار با سایر زباله‌ها مخلوط می‌شد و امکان تفکیک آنها وجود نداشت.



## ۶- معرفی بهترین کتاب‌ها در حوزه اقتصاد رفتاری<sup>۱</sup>

### توصیه شده از سوی دن آریلی

دن آریلی استاد روان‌شناسی و اقتصاد رفتاری و نویسنده کتاب‌های پرفروش و محبوبی مانند «نابخردی‌های پیش‌بینی پذیر» یا «جنبه مثبت غیرعقلانی بودن»<sup>۲</sup> می‌گوید همه ما می‌توانیم از محیط پیرامونی خود و فرایند تصمیم‌گیری خودمان آگاه‌تر باشیم. او پنج کتاب زیر را توصیه و معرفی می‌کند تا به ما کمک کند ثروت و بهروزی خود را بیشینه سازیم.<sup>۳</sup>

۱- گوریل نامریی؛ نوشته کریستوفر گابریس و دانیل سیمونز

۲- نفوذ؛ نوشته رابرت چالدینی

۳- تلنگر؛ نوشته ریچارد تیلر و کاس سانستین

۴- خوردن بدون فکر؛ نوشته برایان وانسینک

۵- شخص و موقعیت؛ نوشته لی راس و ریچارد نیسبت

**مصاحبه‌گر:** من برخی کتاب‌هایی را که شما انتخاب کرده‌اید همین تازگی خوانده‌ام و متوجه شدم زمین گذاشتن و نخواندن تمام آنها تقریباً برایم ناممکن است. واقعاً خیلی جالب است که بفهمیم مردم در شرایط آزمایشی چه رفتاری می‌کنند- حال چه قرار باشد مقدار زیادی سوپ بخورند بدون اینکه تشخیص دهند دارند چکار می‌کنند یا متوجه رد شدن گوریل از وسط زمین ورزشی نشوند. این پرسش کلی برای من پیش آمد که با انتخاب این کتاب‌ها می‌خواستید چه چیزی را به ما نشان دهید؟

**آریلی:** برای شخص من هم خیلی جالب است که سعی کنم سر در بیاورم ما در کجاها اشتباه می‌کنیم. من در رویکرد کلی که به زندگی دارم خودم را یک هکر اجتماعی می‌بینم. زندگی که پیرامون ما طراحی شده است به شیوه‌ای نیست که لزوماً بهترین روش بیشینه‌سازی سلامتی ما، بهروزی ما یا ثروتمند شدن ما باشد.

<sup>1</sup> The best books on Behavioural Economics, recommended by Dan Ariely, Interview by Sophie Roell. <https://fivebooks.com/best-books/dan-ariely-on-behavioural-economics/>

<sup>2</sup> Predictably Irrational

<sup>3</sup> The Upside of Irrationality

<sup>4</sup> (1) Chabris, Christopher, and Daniel Simons. The invisible gorilla: And other ways our intuitions deceive us. Harmony, 2010.

(2) Cialdini, Robert B. Influence: The psychology of persuasion. Collins, 2007.

(3) Richard H. Thaler, Cass R. Sunstein, Nudge. Improving decisions about health, wealth, and happiness. Penguin Books 2008.

(4) Wansink, Brian. Mindless eating: Why we eat more than we think. Bantam, 2007.

(5) Ross, Lee, and Richard E. Nisbett. The person and the situation: Perspectives of social psychology. Pinter & Martin Publishers, 2011.

اگر ما درک کنیم کجا اوضاع در حال خراب شدن است، همچنین می‌توانیم تشخیص دهیم چگونه می‌توان آنها را درست کرد. این نخستین دغدغه من است.

علوم اجتماعی بی‌نهایت جالب است چون که این علم درباره هر چیزی است که ما انجام می‌دهیم. ما زمانی تصور می‌کردیم رازهای بزرگ را باید در کیهان و ستاره‌های آسمان یا شاید زیست‌شناسی مولکولی جستجو کرد (چیزهایی که از دسترس ما خارج هستند)؛ اما هر چه بیشتر به چیزهای پیرامون خود توجه کردیم، تازه تشخیص دادیم که چقدر کم درباره آنها می‌دانیم که می‌تواند چیزی مثل خوردن یک کاسه سوپ باشد یا اتفاقاتی که در محل کار برای ما می‌افتد. پس یک عنصر شکوفایی شخصی در این کتابها وجود دارد، اما اینکه بدانیم در اطراف ما چه می‌گذرد به خودی خود هم جذابیت دارد. هر کدام از ما با اندکی آگاهی‌تر بودن و اندکی فکورت‌تر بودن، می‌تواند به یک دانشمند علوم اجتماعی تبدیل شود.

**مصاحبه‌گر:** می‌خواهم مستقیماً به سراغ کتاب‌های پیشنهادی شما بروم و از شما بخواهم درباره اهمیت آنها برای خودتان و اینکه چرا آنها را دوست دارید بگویید. نخستین کتاب در فهرست انتخابی، «گوریل نامریی: چگونه شهردمان ما را فریب می‌دهند» نوشته کریستوفر چابریس و دنیل سایمنز است.

**آریلی:** این دو نفر رفقای هستند که با نشان دادن اینکه شناخت ما درباره جهان اطراف چقدر اندک است یکی از مهم‌ترین نمونه‌های پژوهشی در علوم اجتماعی را انجام دادند. اثبات کاملاً جدی این نکته را در فیلمی می‌بینیم که دو گروه بازیکن در حال بازی بسکتبال هستند. یک گروه پیراهن سفید و گروه دیگر پیراهن سیاه پوشیده‌اند. آنها در حال پاس دادن توپ هستند و از بیننده خواسته می‌شود تا حساب کند بازیکنان پیراهن سفید چند دفعه توپ را به همدیگر پاس می‌دهند. آنچه در پس‌زمینه زمین بازی اتفاق می‌افتد رد شدن یک گوریل از زمین است. او دقیقاً در وسط زمین توقف می‌کند و ضرباتی به سینه‌اش می‌زند. هنگامی که کلیپ تمام می‌شود از بیننده پرسیده می‌شود «چند بار شما دیدید بازیکنان با پیراهن سفید توپ را پاس بدهند؟» برخی اوقات آنها پاسخ درست و برخی اوقات پاسخ نادرست می‌دهند؛ اما وقتی از آنها پرسیده می‌شود «چه تعداد از شما رد شدن گوریل را دیدند؟» مشخص می‌شود که تعداد بسیار اندکی گوریل را دیدند.

**مصاحبه‌گر:** جالبه که من هم گوریل را ندیدم.

**آریلی:** مورد اثبات‌شده دیگری نیز در کتاب وجود دارد که من واقعاً دوست دارم. در این آزمایش، با نقشه‌ای در دست به سراغ یک نفر در محوطه دانشگاه می‌روید و می‌گویید «ببخشید، ممکنه یک کمکی به من بکنید و مرکز دانشجویی را نشان دهید؟» او نقشه را از دست شما می‌گیرد و شروع به توضیح دادن آن به شما می‌کند.

کند. در حالیکه او سرگرم توضیح دادن است دو نفر با لباس کار و درحالی که یک در را حمل می کنند بین شما و او قرار می گیرند. برای لحظه ای کارگران جلوی دید طرفین را می گیرند. آن شخصی که شما آدرس را از او سؤال کردید نمی داند که شما همراه با کارگران دور می شوید. شما همراه با درب می روید و شخص جدیدی در جلوی او می ایستد. پرسش این است که آیا مردم متوجه این تغییر می شوند؟ و دوباره پاسخ این است که خیر.

اینها یافته هایی فوق العاده قدرتمند و مهمی هستند. ما تصور می کنیم که با چشم های مان می بینیم، اما واقعیت این است که ما عمدتاً با مغزمان می بینیم. مغز ما استادی است که آنچه را انتظار داریم ببینیم به ما نشان می دهد. اصل قضیه به انتظارات مربوط می شود و وقتی چیزهایی انتظارات ما را نقض می کند خیلی راحت نسبت به آنها ناآگاه می شویم. ما به دوروبر خودمان و جهان با این احساس و تصور نگاه می کنیم که گویی به چیزهای زیادی توجه داریم. واقعیت این است که ما بسیار کمتر از آنچه فکر می کنیم متوجه چیزی می شویم. اگر ما بسیار کمتر از آنی که فکر می کنیم متوجه چیزهای پیرامونی خود می شویم، چه پیام و معنایی می تواند درباره توانایی ما برای درک و فهم چیزهای اطراف خودمان، یاد گرفتن و بهتر کردن اوضاع زندگی مان داشته باشد؟ منظور این است که ما مشکل جدی در تصمیم گیری داریم. به نظر من این کتاب کاری عظیم انجام داده است تا به ما نشان دهد چگونه حتی از نظر قوه بینایی، یعنی آن سیستمی هم که بسیار خوب کار می کند، چقدر در گرفتن تصمیمات خوب ضعف داریم.

**مصاحبه گر:** یک مثال می زنید که فکر می کنید در کجا این نقیصه به خصوص خیلی مهم بوده است؟

**آریلی:** اگر به بحران مالی سال ۲۰۰۸ نگاه کنید تا حد زیادی ناشی از تعارض منافع بود. به گروهی از مردم پول های زیادی داده شد تا واقعیت را به شکلی مخدوش شده ببینند و عجیب اما واقعی این بود که آنها چقدر خوب این کار را انجام دادند. اینک شاید با خود فکر کنید آدم هایی که مثلاً برای شرکت لمان برادرز کار می کردند لابد این شرکت از آنها می خواست تا واقعیت را به درستی ببینند. خیر به آنها پول داده شد تا واقعیت را به شکل نادرستی ببینند. آنچه در پایان واقعاً اتفاق افتاد این بود که مردم واقعیت را آنگونه که دوست داشتند دیدند، نه آنگونه که واقعاً بود. این مثالی بود از وجود چنین نقیصه ای که به شیوه ای عظیم، مهم و کاملاً مخرب عمل کرد.

**مصاحبه گر:** من آن فصل را نیز دوست دارم که می گوید اعتماد به نفس زیاد داشتن اغلب نشانه مهارت آن شخص نیست.

**آریلی:** بله و این دوباره تا حدی ناشی از این است که ما خیلی سخت چیزی را یاد می‌گیریم. چون ما به دشواری می‌توانیم اوضاع را بسنجیم و از تجربه درس بگیریم، رابطه بین واقعیت و یادگیری خوب نیست. ما نگاهی سریع به واقعیت می‌اندازیم، اما هیچ‌چیز را ثبت نمی‌کنیم و بنابراین هرگز نمی‌دانیم که اشتباه کردیم. من اینجا اغراق کردم اما ایده اساسی همین است.

**مصاحبه‌گر:** انتخاب بعدی شما کتاب نفوذ نوشته رابرت چالدینی است که به تشریح تکنیک‌های اقناع و مجاب کردن اختصاص یافته است. من از اینکه او چگونه موفق شد با کمک اصول خود رسوایی واترگیت را تبیین کند لذت بردم. چند نفر را قانع می‌کنند تا راه بیفتند و با یک برنامه واقعاً احمقانه و بی‌معنا به دفاتر مرکزی کمیته ملی دموکرات‌ها نفوذ کنند، دقیقاً به این علت که برنامه را به این شیوه به آنها عرضه کرده بودند.

**آریلی:** کتاب چالدینی خیلی مهم است چون طیفی از روش‌هایی را نشان می‌دهد که برای انجام کارها استفاده می‌کنیم و اینکه چگونه خودمان تشخیص نمی‌دهیم چرا داریم این کارها را انجام می‌دهیم. این کتاب همچنین نشان می‌دهد سایر مردم چه میزان روی اقدامات ما کنترل دارند. هر دوی این عناصر بسیار بااهمیت هستند. این کتاب حتی این روزها مهمتر هم شده است. نخست اینکه چون ارتباطات الکترونیکی اکنون این توانایی را به ما می‌دهد تا پیام‌ها را تعدیل و سفارشی کنیم. ما روش‌های بیشتری برای دسترسی به افراد در اختیار داریم. دوم اینکه چون نیاز داریم که مردم را ترغیب کنیم تا به نحو متفاوتی رفتار کنند (برای مثال در مصرف انرژی صرفه‌جویی کنند). یک شرکت خیلی جالب به نام آپاور وجود دارد که اطلاعات مربوط به قبض انرژی را منتشر می‌کند. آنها سعی می‌کنند با استفاده از اصول چالدینی مردم را وادار کنند تا اندکی بهتر رفتار کنند.

**مصاحبه‌گر:** آیا چنین رویکردی موثر است؟ به گمانم در شهر نیویورک بود که شروع به چاپ کردن میزان کالری در منوهای رستوران‌ها کردند تا که مردم غذاهای سالم‌تری بخورند، اما مردم در نهایت آن اطلاعات را نادیده گرفتند و به سفارش دادن غذاهای پرکالری به همان اندازه قبل ادامه دادند.

**آریلی:** این نکته خیلی مهم است. برنامه مداخله که در نیویورک اجرا شد براساس این تصور بود که آنچه مردم نیاز دارند اطلاعات بیشتر است. آدم‌ها نمی‌دانند این غذا چقدر کالری دارد پس کافی است این را به آنها بگوییم و هر چیزی درست خواهد شد. این یک نظریه بود. رویکرد چالدینی درباره اطلاعات نیست. این رویکرد نمی‌گوید که مردم نمی‌دانند مقدار زیادی کالری در این غذا است و اگر این اطلاعات را به آنها بدهید آنها کمتر خواهند خورد. ما آموخته‌ایم موارد بسیار اندکی وجود دارد که صرفاً با دادن اطلاعات بیشتر، می

توان کاری کرد تا مردم بهتر رفتار کنند. آنچه رویکرد چالدینی می گوید این است که مردم را باید به سمت رفتار بهتر هل داد. به خصوص آنها باید شواهد و مدارکی از رفتار کل جامعه داشته باشند (یعنی اینکه بدانند بقیه مردم در این موضوع خاص چگونه رفتار می کنند). باید چیزی مثل این به آنها گفته شود «آدم های باهوش و فهمیده این را انتخاب می کنند.»

**مصاحبه گر:** آیا همین کار را برنامه انرژی آپاور انجام می دهد؟

**آریلی:** بله. مردم پیش از این هم قبض برق خود را دریافت می کردند. آنها می دانستند که این قبض چیست. آنچه آپاور انجام می دهد این است که توضیح کوچکی به مردم می دهد که بدانند و آگاه باشند که «آنها در مقایسه با همسایه شان چقدر انرژی مصرف کردند.» او همچنین علامت صورتک با لبخند یا صورتک با اخم می گذارد که نشانه میزان عملکرد آنها است. در عمل ثابت شد که چنین کاری تفاوتی زیاد در مصرف انرژی ایجاد می کند.

اینها تکنیک های قدیمی هستند اما کارکنان چنین شرکت هایی، روش های جدیدی برای بکار بردن آنها پیدا می کنند. در گذشته چاپ کردن قبض برق جداگانه سفارشی شده برای هر مشترک کار مشکلی بود. اینک خیلی راحت می توانیم این کار را انجام دهیم. بتازگی آزمایشی را نوا گلدشتاین شاگرد سابق چالدینی انجام داد. او به سراغ هتل هایی رفت که همیشه از مهمانان خود می خواهند از حوله های خود در اتاق چندبار استفاده کنند. او سعی کرد برآورد کند چه پیامی بیشترین قدرت تحریک و اقناع شدن را دارد. او با خود فکر کرد اگر بخواهد اصول چالدینی را بکار ببرد به پیامی نیاز است که برای مردم جذابیت داشته باشد و به آنها بگوید آدم هایی مثل شما به این شیوه رفتار می کنند. آنها در نهایت به این پیام رسیدند که «۷۶ درصد اشخاصی که پیش از شما در این اتاق بودند از حوله های خود چندبار استفاده کردند.» و مشخص شد که این موفق ترین نوع مداخله بوده است.

**مصاحبه گر:** اگر به جای پیام بالا بگویید چند بار مصرف کردن از حوله ها به محیط زیست کمک می کند چی؟

**آریلی:** این پیام درجه موفقیت بسیار کمتری دارد. البته تأثیر این پیام صفر نیست؛ اما اگر چیزی که جذابیت زیست محیطی دارد با چیزی که جذابیت اجتماعی دارد مقایسه کنید. جذابیت اجتماعی کاملاً برنده می شود.

**مصاحبه گر:** می رسمیم به کتاب بعدی انتخابی شما که تلنگر باشد لطفاً درباره آن بگویید.

**آریلی:** تلنگر نیز کتاب خیلی مهمی است. یکی از دلایلی که تلنگر این قدر مهم است این است که ایده‌ها را می‌گیرد و آنها را در قلمرو سیاست‌گذاری بکار می‌برد. این همان قلمرویی است که ما اشتباهات زیادی مرتکب می‌شویم. اینجا جایی است که بازاریاب‌ها با روش‌های خاصی سعی می‌کنند بر رفتار ما تأثیر بگذارند. در اینجا ما شاید قادر به پیشرفت و مقابله با ترفندها باشیم. اگر سیاست‌گذاران این اصول را درک کنند آنها چه کارهایی می‌توانند بکنند؟ نکته مهم دیگر درباره این کتاب این است که مداخلات کوچک را به تفصیل توضیح می‌دهد. کتاب تلنگر در اصل کتابی درباره ترغیب و اقناع کردن کم هزینه است.

**مصاحبه‌گر:** یک نکته جالب که در این کتاب دیدید چیست؟

**آریلی:** نکته جالب درباره کتاب تلنگر این است که کاربردهایی فراتر از سیاست‌گذاری دارد یعنی مباحث پیرامون مشکل فلسفی اقتصاد رفتاری را به بحث می‌گذارد: شما واقعاً چقدر می‌خواهید به مردم فشار وارد کنید؟ چه سطحی از فشار دادن مطلوب است و چه سطحی از فشار دادن مطلوب نیست؟ این بحث خیلی دشواری است. تصور کنید که من به شما چند حقه یاد دادم که این قدرت را پیدا می‌کنید تا مردم را به انجام دادن آنچه که شما می‌خواهید ترغیب بکنند. این کار تا چه سطحی قابل قبول است و از کجا به بعد قابل قبول نیست؟ سانسیتین و تالر یک موضع‌گیری خیلی قوی درباره آن دارند. آنها نام این موضع‌گیری را «قیم‌مآبی آزادخواهانه» (تلنگرزدن رفتار بدون حذف انتخاب آزاد) می‌گذارند. با ملاحظه همه جوانب قضیه، من واقعاً با موضع آنها موافق نیستم؛ اما نباید فراموش کنیم که آنها نخستین کسانی بودند که این بحث را وارد عرصه عمومی کردند.

**مصاحبه‌گر:** به نظر شما روش بهتری برای انجام آن وجود دارد؟

**آریلی:** من موضع فلسفی کاملی درباره آن ندارم و واقعاً فکر هم نمی‌کنم پاسخ روشنی برای آن وجود داشته باشد چون همه این مباحث به هزینه بستگی دارد و اینکه مردم خودشان چقدر می‌توانند خطر را کنترل کنند. برای مثال من فکر نمی‌کنم که تلنگرها به قلمرو مشروب خوردن یا پیام‌زدن هنگام رانندگی ربط داشته باشد. سانسیتین و تالر فکر می‌کنند با تلنگرها (و بدون چیزی دیگر) می‌توان مردم را به پس‌انداز کردن برای بازنشستگی وادار کرد؛ اما من این‌گونه فکر نمی‌کنم. در مفهوم تلنگر اساساً می‌خواهید بگویید «مردم می‌دانند چه چیزی درست است که انجام دهند و قابل قبول خواهد بود که آنها را اندکی به آن سمت هل بدهیم.» این یک موضع‌گیری فلسفی مناسب است. چون برای سیاست‌گذار کار سختی است که بگوید «آدم‌ها واقعاً احمق هستند ما باید از آنها حمایت کنیم تا خودشان را نکشند و صدمه به خود نزنند.» اما اغلب اوقات تلنگرزدن شاید کافی نباشد. این موضوع با تجربه کردن مشخص می‌شود. برخی موارد هست که تلنگر زدن

شاید کافی باشد. متأسفانه، در سایر موارد که تلنگر کافی نیست اساساً نیاز به اندیشیدن درباره راه‌هایی است که مردم را مجبور به انجام دادن کار درست کنیم.

**مصاحبه‌گر:** پس نیاز به قیم‌مآبی کامل خواهد بود به جای نوع آزادخواهانه آن.

**آریلی:** بله همین‌طور است و اگر من سیاستمدار باشم تبلیغ آن کار سختی خواهد بود. سیاستمدار نمی‌خواهد به مردم حوزه انتخابیه خود بگوید «خوب گوش کنیم رفقا. به نظرم شما خنگ هستید. شما صلاحیت گرفتن تصمیمات درست را ندارید، پس من می‌خواهم به جای شما تصمیم بگیرم.» اما من فکر می‌کنم در موارد بسیاری انجام چنین کاری درست است. شاید بتوانیم مردم را مجبور کنیم اما اجازه دهیم آنها خودشان پا پیش بگذارند، به‌طوری‌که هیچ‌کسی ۱۰۰ درصد مجبور نشود.

**مصاحبه‌گر:** حال به سراغ کتاب «خوردن بی ملاحظه» از برایان وانسینک برویم.

**آریلی:** این یکی از محبوب‌ترین کتاب‌های من است. این کتاب با انتخاب بسیاری از یافته‌ها درباره تصمیم‌گیری، نشان می‌دهد چگونه در حوزه خوراک نتیجه می‌دهند. غذا کالای کاملاً قابل مشاهده است به‌طوری‌که به ما کمک می‌کند تا اصول را درک کنیم. غذا همه اشتباهاتی را که ما مرتکب می‌شویم نشان می‌دهد به عنوان مثال آزمایش سوپ، مورد واقعاً جالبی است. در این آزمایش یک ظرف سوپ به شکلی طراحی شده است که در زیر آن یک حفره قرار دارد که بدون جلب توجه خورنده سوپ از آنجا پر می‌شود و فرد به سوپ خوردن خود ادامه می‌دهد بدون اینکه احساس سیری کند). تصور این اتفاق آسان است و ما می‌توانیم ببینیم که چگونه در سایر بخش‌های زندگی ما نیز همین اتفاق می‌افتد. این کتاب درحالی که چاقی به مسئله بزرگتری تبدیل می‌شود، چیزهای عملی بیشتری دارد تا درباره اپیدمی چاقی بگوید و در همین زمینه پر از درس‌های خیلی ساده است.

**مصاحبه‌گر:** و در حالی که او نشان می‌دهد چگونه ما بی‌محابا وزن زیاد می‌کنیم همزمان به ما یاد می‌دهد که می‌توانیم بی‌محابا وزن کم کنیم. پس در انتهای این کتاب یک پیام مثبت وجود دارد.

**آریلی:** همین‌طور است. به محض اینکه اشتباه خود را درک کنید همچنین می‌توانید درباره چگونه تصحیح آنها نیز فکر کنید. این خیلی مفید است.

**مصاحبه‌گر:** بنابراین آیا مشکل این است که ما کارها را بدون فکر کردن انجام می‌دهیم؟ آیا این آن چیزی است که همه این کتاب‌ها می‌گویند؟

**آریلی:** بسیاری از مواقع این گونه است. من پرهیز دارم که بگویم همیشه، چون بسیاری چیزها هست که ما درباره آنها زیادی فکر می‌کنیم؛ اما اقدامات ما تا حد زیادی، حاصل تفکر عمیق و حساب شده نیستند. این اقدامات برخی اوقات مستلزم برخی فکر کردن‌ها و برخی اوقات هم مستلزم هیچ فکر کردنی نیستند. این اقدامات اغلب ناشی از تصمیمات طبق عادت هستند و به این دلیل احتمال بالایی می‌رود که اوضاع را بدتر کنیم.

**مصاحبه‌گر:** آنچه که با خواندن این کتاب‌ها مرا خیلی تکان داد این بود که کتاب‌ها نقاط ضعفی را در ما توصیف می‌کنند که شرکت‌ها و بازاریاب‌های بیمه، فروشندگان پاپ کورن یا خودرو دست دوم برای مدت‌های طولانی از آن سوءاستفاده می‌کردند. کل بازار به یک شیوه‌ای علیه ما کار می‌کند پس چه کسی به ما کمک می‌کند تا تصمیمات درست بگیریم؟

**آریلی:** شما می‌توانید اقتصاد بازار را به این شیوه ببینید که تقریباً هیچ کس نمی‌خواهد شما کاری انجام دهید که در بلندمدت به نفعتان باشد. انگیزه هر شخص دیگری این است تا کاری انجام دهد که برای او در کوتاه مدت خوب باشد. این مهم است که ما به عنوان افراد این مسئله را درک کنیم و اینکه چیزهای بهتری را تقاضا کنیم. من همچنین فکر می‌کنم مهم است تنظیم‌گرانی داشته باشیم که این مسایل را درک کنند و بتوانند به ما کمک کنند.

**مصاحبه‌گر:** درنهایت، آیا چیزی که درباره‌اش صحبت می‌کنیم تنظیم‌گری دولت است؟

**آریلی:** بله همین طور است؛ اما به خاطر آوری که برخی اوقات آدم‌های خوبی هم هستند که سعی دارند بر ما نفوذ بگذارند. برای مثال شرکتی که حساب‌های پس‌انداز بلندمدت را تشویق می‌کند. آنچه در گفته شما مستتر است این است که این بازار با بازی‌های حاصل جمع صفر است. این در همه شرایط صادق نیست. برای مثال در حوزه مراقبت از سلامتی، هر کسی می‌خواهد شما سالم باشید. خانواده شما، خودتان، نظام مراقبت سلامتی. مواردی وجود دارد که انگیزه‌ها همسو و همراستا هستند. البته اغلب این گونه نیست و این همان جایی است که به تنظیم‌گری نیاز داریم.

**مصاحبه‌گر:** نظر شما درباره آخرین کتاب پیشنهادی‌تان چیست، «شخص و وضعیت» نوشته لی راس و ریچارد نییست؟

**آریلی:** این کتابی قدیمی اما باب میل است. این کتاب نشان می‌دهد چگونه وقتی تصمیم می‌گیریم، با خود فکر می‌کنیم شخصیت نقش مهمی بازی می‌کند. «من از آن دسته آدم‌هایی هستم که این کار را می‌کنم، یا



من آن نوع آدمی هستم که آن کار را می‌کند.» واقعیت این است که محیطی که ما در آن تصمیم می‌گیریم بیشتر آنچه را که انجام می‌دهیم تعیین می‌کند. کتاب «خوردن بدون فکر» نیز درباره همین موضوع است - چگونه محیط غذاخوری بر ما تأثیر می‌گذارد. تلنگر نیز درباره آن است - چگونه ما می‌توانیم واقعاً محیطی را طراحی کنیم یا بر عوامل بیرونی تأثیر بگذاریم تا تصمیمات بهتری بگیریم؛ اما کتاب «شخص و موقعیت» نخستین کتابی بوده است که روشن می‌سازد چگونه درحالی که ما خیال می‌کنیم خودمان داریم تصمیم می‌گیریم اما در واقعیت امر محیط پیرامونی ما نقش زیادی در تصمیم‌گیری ما دارد.

**مصاحبه‌گر:** دوباره لطفاً یک مثال هم در این مورد بزنید.

**آریلی:** مثال دلخواه من یک بررسی است که دن گلدستین و اریک جانسون انجام دادند. در این بررسی پژوهشگران روی این مسئله دقیق شدند که آیا مردم حاضرند اعضای بدن خود را پس از مردن اهدا کنند یا خیر. در عمل معلوم شد چنین تصمیمی عمدتاً بستگی به این دارد که آیا فرم‌های مربوط در اداره راهنمایی رانندگی به شکل مشارکت یا عدم مشارکت در طرح تهیه شدند (یعنی اینکه آیا شما برای اینکه اعضای بدن خود را اهدا کنید باید در خانه مربوط یک تیک بزنید، یا برای اینکه اعضای بدن خود را اهدا نکنید لازم است یک تیک بزنید). هنگامی که مردم از اداره راهنمایی و رانندگی بیرون می‌آیند و شما از آنها می‌پرسید «چرا حاضر شدید اعضای بدنتان را اهدا کنید؟» هر کدام نظرهایی درباره اینکه چرا این کار را کردند بیان خواهند کرد؛ اما واقعیت این است که علت واقعی ارتباط اندکی با ترجیحات درونی شخص و ارتباط بیشتری با اینکه فرم به چه شکل تهیه شده است دارد.

**مصاحبه‌گر:** جایزه نوبل اقتصاد در سال ۲۰۰۲ به یک روان‌شناس، دانیل کانمن، داده شد. اهدای این جایزه، نشانه قدرشناسی و تقدیر از روان‌شناسی در عرصه اقتصاد است؛ اما آیا فکر نمی‌کنید که حرفه اقتصاد به اندازه کافی بینش‌های اقتصاد رفتاری را اخذ کرده است؟ آیا حوزه خاصی از علم اقتصاد وجود دارد که فکر می‌کنید هنوز هم به نحو مفیدتری می‌تواند اقتصاد رفتاری را به کار بگیرد؟

**آریلی:** من فکر نمی‌کنم علم اقتصاد، اقتصاد رفتاری را خیلی جدی گرفته باشد. از یک جهت گمان می‌کنم چنین کاری پسندیده باشد از جهت دیگر تصور می‌کنم وحشتناک است. اینکه علم اقتصاد به عنوان یک رشته دانشگاهی علاقه‌مند است تا توصیفی ساده و مختصر از جهان ارایه دهد کار پسندیده و قابل قبولی است. رشته‌های مختلف (جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، فلسفه، روان‌شناسی و اقتصاد) با رویکردهای متفاوت درباره رفتار انسانی فکر می‌کنند. هر کدام از آنها حق نگرستن به رفتار انسانی از منظر خود را دارند. ما به جامعه‌شناسان نمی‌گوییم آنها باید از مطالعه جامعه‌شناسی دست بکشند صرفاً به این علت که جامعه‌شناسی

۱۰۰ درصد متغیرهای دخیل در رفتار انسانی را توصیف نمی‌کند. همین استدلال را میتوان درباره علم اقتصاد آورد. اقتصاد علمی است که رفتار انسانی را از دیدگاه معینی توصیف می‌کند (یک رویکرد اساسی کاملاً عقلانی) و این نگاه برخی بینش‌ها و مفاهیم ارزشمند به ما می‌دهد. به این دلیل اقتصاددانان باید به کاری که انجام می‌دهند ادامه دهند.

آنجایی که علم اقتصاد باید اقتصاد رفتاری را مورد توجه قرار دهد جایی است که به دلالت‌ها و کاربردهای آن در دنیای واقع می‌رسیم. برخلاف سایر رشته‌های علمی، علم اقتصاد صرفاً یک مطالعه توصیفی نیست، این علم به تجویز نیز می‌پردازد. علم اقتصاد به سیاستگذاران، بنگاه‌های اقتصادی و افراد می‌گوید چکار کنند. این از آن گام‌های خطیر و دشوار است. به محض اینکه یک رشته دانشگاهی را انتخاب می‌کنید و می‌گویید «این صرفاً توصیفی از یک بخش از انگیزش انسانی نیست، این رشته می‌خواهد بگوید واقعاً چگونه باید کارها را انجام دهید» این چیز خطرناکی می‌شود. اینکه بگویید من مدلی دارم که ۲۵ درصد رفتار انسانی را توصیف می‌کند یک چیز است و اینکه بگویید هنگام معرفی سیاست‌ها تنها باید آن مدل را در نظر بگیرید چیز دیگری است. در قضیه تجویز و توصیه سیاستی خیلی مهم است که به یک جامعیت نسبی رسیده باشید و ۱۰۰ درصد درست عمل کنید.

در رابطه با بخش توصیفی علم اقتصاد من ایرادی نمی‌بینم که همانگونه که هست باقی بماند؛ اما درباره بخش تجویزی و دستوری اقتصاد، هنگامی که می‌خواهیم به مردم بگوییم چکار بکنند و چکار نکنند، باید نگاه کاملاً گسترده و جامعی داشته باشیم. در واقع، باید استفاده تنها و انحصاری از علم اقتصاد را متوقف کنیم و همه نوع ایده‌ها از روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی، فلسفه و اقتصاد را به خدمت بگیریم و آزمون کنیم که کدامیک نتیجه می‌دهد و مفید است و کدامیک نتیجه نمی‌دهد و تحت چه شرایطی نتیجه می‌دهد. در این باره که بررسی رفتار هدف‌گایی است هیچ تردیدی نیست یعنی باید تلاش کنیم تا رفتار را درک کرده و اینکه چگونه رفتارها را تغییر دهیم یا تعدیل کنیم. امیدوارم بتوانیم رشته علمی جدیدی ایجاد کنیم که کاملاً تجربی-محور و داده-محور باشد. شاید بتوانیم نامش را «علوم اجتماعی کاربردی» بگذاریم. این رشته به همه علوم اجتماعی به یکسان متکی خواهد بود به نحوی که بتوانیم به مسایل جهان واقعی نزدیکتر شویم و سعی کنیم راهکارهایی بهتر برای آنها پیدا کنیم.

1. Katherine Milkman (2017) How Richard Thaler's 'Simple Insights' Led to a Nobel Prize, Knowledge@Wharton, October 10.  
<http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/how-richard-h-thalers-clear-thinking-led-to-a-nobel-prize-in-economics/>
2. Katrine (2016) "Do prescriptions work better than proscriptions?" Feb, iNudgeyou.  
<http://inudgeyou.com/archives/6744>
3. Special Report: Persuasion, Nudging grows up (and now has a government job), Knowable Magazine, Bob Holmes, 02.01.2018.  
<https://www.knowablemagazine.org/article/society/2018/nudging-grows-and-now-has-government-job>
4. Sunstein, R. Cass (2017) "Thaler Changed My Life (and Everybody Else's)," Bloomberg, 2017-10-09. <https://www.bloomberg.com/view/articles/2017-10-09/thaler-changed-my-life-and-everybody-else-s>
5. Thaler, Richard(2016) 'Misbehaving: When Psychology Meets Economics, Knowledge @ Wharton, January 13  
<http://knowledge.wharton.upenn.edu/article/misbehaving-psychology-meets-economics>
6. The best books on Behavioural Economics, recommended by Dan Ariely, Interview by Sophie Roell.  
<https://fivebooks.com/best-books/dan-ariely-on-behavioural-economics/>