

Psykologi med



Nudge-psykologin har äntligen tagit sig in i politiken och näringslivet i Sverige. **Men beteendeforskarna är redan redo för nästa steg in i maktens korridorer.**

TEXT SARA HAMMARKRANTZ

knu fff



Pa

Knuff!

ICA-BUTIKER I MÅLARDALSREGIONEN STÖRT-skyltar man för första gången med morötter. Den stora tunnan brukar vara fylld med godis, chips eller andra onyttigheter, stå nära kassorna och locka till impuls-köp. Men i dag är tunnan fullproppad med ekologiska morötter och står placerad bredvid kyldisken med kött-färs. En skylt informerar om att det är bra för både hälsan och miljön att äta mindre kött. Några gröna fotspår på golvet leder bort till quornfärsen i frysdisken, och i tacohyllan har burkar med ekologiska bönor flyttat in.

Man skulle kunna tro att detta är ett kommersiellt vinstdrivet marknadsföringsknep. Men icke. Det är en experimentell fältstudie.

– Vi testar om vi kan få människor att dryga ut nötfärsen med bönor och morötter, samtidigt som vi erbjuder ett helvegetariskt alternativ med quorn, säger Therese Lindahl, doktor i nationalekonomi med inriktning på miljö- och beteendekonomi vid Beijerinstitutet för ekologisk ekonomi vid Kungliga vetenskapsakademien i Stockholm.

Studien är knappt sammanställd men hon kan ändå berätta att försäljningen av bönor ökade med tolv procent och quorn med åtta procent. Men det gick inte att se någon signifikant ökning av morötter.

Det Therese Lindahl forskar om är nudging, ett beteendepsykologiskt begrepp som lanserades av forskarna Cass R. Sunstein och Richard H. Thaler med boken *Nudge: Improving decisions about health, wealth and happiness* (Yale university press 2008).

Ett av de mer omskrivna exemplen på nudging är hur den nederländska flygplatsen Schiphol lät etsa in en bild av en fluga på insidan av pissoarerna så att män-

nen prickade flugan och kisset utanför minskade med 80 procent. Ett annat är hur gröna fotsteg på marken till papperskorgarna i Danmark nästan halverade nedskräpningen. Och på hotell Clarion Sign i Stockholm minskade matsvinnet med 20 procent efter att Gunhild Stordalens organisation Greenudge minskat tallriksstorleken.

Vad färre hört talas om är hur en ändrad grundinställning på ett elerbjudande till 40 000 hushåll i Tyskland ökade köpet av grön el från 7 till 70 procent och hur man med smart formulerad information minskade läkarnas antibiotikaförskrivning i Boston och Los Angeles med 20 procent.

Nudging är på mångas läppar, inte minst makthavares inom både politik och näringsliv. Eller ska vi kanske säga armbågar? För en nudge är en knuff i rätt riktning, mot ett mer hälsosamt, välmående och hållbart liv. Det bygger på forskning om mänskligt beteende och hur vår hjärna fungerar.

Vi människor vet oftast vad som är rätt att göra och vad som vore bäst för oss. Men vi fattar inte alltid rationella och genomtänkta beslut. Mycket går på rutin och av gammal vana. Vi har problem med självkontroll, faller ofta för frestelser, prokrastinerar eller gör som alla andra.

Richard H. Thaler säger över telefon från Kalifornien att det egentligen inte finns något generellt svar på vad en nudge är.

– En framgångsrik nudge är oftast något som antingen drar till sig uppmärksamhet eller eliminerar ett hinder, som har fått oss att avstå från att göra något vi skulle vilja göra men som vi inte har kommit oss för att göra.

INTRESSET FÖR NUDGING har exploderat i Sverige det senaste året. Naturvårdsverket släppte en rapport i november 2014 där Oksana Mont, professor i hållbar konsumtion, svarade ja på titelfrågan: *Nudging: Ett verktyg för hållbara beteenden?* Therese Lindahl och hennes kollega Britt Stikvoort skrev sedan på uppdrag av tankesmedjan Fores ytterligare en rapport: *Nudging – det nya svarta inom miljöpolicy?* Två ideella nätverk har startats, *The Swedish nudging network* och *Nudging Sweden*. Flera privata bolag

som Beteendelabbet och A win win world har börjat kommersialisera och sälja beteendevetenskapliga knuffar. Forskningspengar strömmar till.

JUST KLIMATPOLITIKERNA HAR stora förhoppningar om vad nudging kan betyda för miljön. Naturvårdsverket har precis gett en rejäl slant till Kristina Gravert på Göteborgs universitet för att jobba med grön nudging. Världsnaturfonden, WWF, har anslagit 200 000 kronor till A win win world för att utbilda svenska kommuner i hur man kan använda beteendevetenskap och nudging för att få kommuninvånarna att göra hållbara val.

Under året startar en tredje utredning, denna gång på högsta politiska nivå. Finansdepartementets expertgrupp för studier i offentlig ekonomi sjösätter projektet *Förutsättningarna för nudging*, i syfte att analysera hur man kan använda sig av nudging i Sverige ”som ett sätt att förbättra medborgarnas beslutfattande”.

Och detta har blivit karaktäristiskt för nudging – att man från politiskt håll är nyfiken på dessa psykologiska metoder.

– Om vi har ett beslut fattat av våra folkvalda regeringsrepresentanter kan nudging vara med och verkställa det beslutet, säger Therese Lindahl.

Den miljöpartistiske finansmarknads- och konsumentministern Per Bolund sa på en debatt under Almedalsveckan på Gotland:

”En framgångsrik nudge är oftast något som drar till sig uppmärksamhet”

– Här får vi möjlighet att göra medvetna val till skillnad från alla omedvetna val som vi väldigt ofta gör.

MEN SVENSKA POLITIKER är relativt sena på bollen.

En studie från 2014 visar att 136 länder runt om i världen har använt sig av beteendevetenskap på något sätt inom den offentliga politiken och 51 länder har utvecklat centralt ledda, politiska initiativ påverkat av beteendevetenskap. Det skriver Richard H. Thaler i sin nya bok *Den ologiska människan* (Volante 2016).

När *Nudge* gavs ut 2008 kom den snabbt i händerna på David Cameron, ledare för det konservativa partiet, strax innan han blev premiärminister i Storbritannien, vilket ledde till att Richard H. Thaler ombads hjälpa den nya koalitionsregeringen att göra den statliga förvaltningen mer effektiv. *The behavioral insights team* (BIT) föddes. Ett av deras första projekt blev att försöka driva in skattepengar utan att behöva koppla in dyrbara inkassobyråer och ta till rättsliga åtgärder. De använde sig av psykologen Robert Cialdinis tes:

NUDGE

”Ett försök till att påverka individernas val på ett sätt som kommer att försätta dem i ett bättre läge som de själva uppfattar det”, enligt Cass R. Sunstein och Richard H. Thaler som myntade begreppet. Här är tre vägledande principer: 1) Alla nudgar ska vara transparenta och aldrig vilseledande. 2) Det ska vara lätt att ändra det förvalda alternativet, allra helst med bara ett klick. 3) Det ska finnas goda skäl till att tro att det beteende som uppmuntras kommer att förbättra välfärden för dem som blir nudgade.



”De som kritiserar nudging har aldrig erkänt att det är omöjligt att inte knuffas”

Om du vill att människor ska uppfylla vissa regler är det en bra taktik att informera dem om att de flesta andra människor följer dessa regler (förutsatt att det är sant). BIT testade tre alternativa formuleringar på brevet som skickades ut till de skattskyldiga. Det mest effektiva var en formulering som kombinerade två känslor: De flesta människor betalar och du är en av dem som inte gjort det. Brevet ökade antalet skattebetalningar med fem procent. Richard H. Thaler konstaterar att det handlade om totalt 9 miljoner pund och att lärdomarna från det här experimentet skulle räcka för att betala för den nya avdelningen under många år framöver.

BIT har under 2014 delvis privatiserats och hjälper nu en rad offentliga organ men även andra länders regeringar.

Även i USA lyckades nudge-boken knuffa sig in i maktens boning. Dess andra medförfattare, Cass R. Sunstein, råkade vara mångårig vän och tidigare kollega till Barack Obama. Cass R. Sunstein blev administrativ chef för kontoret för informations- och lagstiftningsfrågor på Vita husets lednings- och budgetkontor, och fungerade som ett emans-BIT-team under Barack Obamas första presidentperiod. När han sedan återgick till att undervisa på Harvard law school, tog kognitionshjärnforskaren Maya Shankar över och startade det som kom att bli Vita husets sociala och beteendevetenskapliga team (SBST). Under sitt första år, 2014, lyckades de göra drygt ett tiotal studier som bland annat fick fler studenter från låginkomstfamiljer att börja studera på universitet och fler människor att pensionsspara.

MEN ALLA VILL inte falla in i hyllningssången. Många oroar sig över att vi ska fråntas vår egen beslutsförmåga. Andra oroar sig för att våra politiker helt plötsligt ska skriva oss på näsan om vad som är rätt sätt att leva på. Allra högst hörs rösterna om att det är manipulation.

Jag anar en viss trötthet i Richard H. Thalers röst när jag tar upp kritiken.

– När man säger att nudging kan vara farligt, vad menar man då? Farligare än vad då? Än att göra ingenting? Då måste man återvända till det ursprungliga problemet, att de som kritiserar nudging aldrig har erkänt att det är omöjligt att inte knuffas. Det var ju inte jag och Cass som uppfann nudging, utan vi gav det bara ett namn. Nudging startade med Adam och Eva. Vi är människor, vi är lätta att influera. Det är också därför

som jag skriver ”Nudge for good” när jag signerar böcker. Det är en förhoppning, för den privata sektorn har börjat med nudging och en del av det som görs är av ondska! Det är helt enkelt inte möjligt att värdera medlen utan att se målet.

Richard H. Thaler har satt upp ett antal kriterier för en nudge, bland annat att den måste vara transparent och att den inte får vara vilseledande.

– Nudges som riktar sig mot vårt automatiska system i hjärnan kan så klart vara mycket kraftfulla, men manipulation är ändå ett för starkt ord, säger han.

TILL NUDGE-KRITIKERNA SÄLLAR sig även de som menar att det kan bli helt fel om man inte noggrant testat vad som fungerar. För det är inte alltid som knuffarna ger det resultat man avsett. I en nationalpark i Arizona sätte man upp skyltar där man berättade hur parken vandaliserades genom att 14 ton förstenat trä stals från parken i småbitar varje år. Det ökade stölderna från fem till åtta procent.

Richard H. Thaler menar att alla åtgärder måste testas med randomiserade kontrollförsök (RCT). Den brittiska regeringen inrättade nätverket *What works* för att uppmuntra till test av olika sätt att förbättra statsapparatusens effektivitet. I Sverige aktualiserades frågan då ett nätverk för evidensbaserad policy, bestående av ett flertal forskare och andra aktörer inom beteendevetenskap och nudging startades i somras.

Samtidigt säger beteendekonomen Ida Lemoine på Beteendelabbet:

– Vi är inspirerade av *What works* och hur man kan arbeta med RCT, men vi måste inte alltid ha statistisk signifikans i våra studier. Vi designar experimenten noggrant och testar lösningarna i småskaliga pilotprojekt innan vi kör ut det i större skala.

Ida Lemoine utsågs nyligen till en av Sveriges 101 supertalanger i kategorin Hållbarhetsivrare, av tidningen *Veckans Affärer*. Hon driver Beteendelabbet tillsammans med psykologen Marie Björnstjerna, miljöekonomen Linda Lindström och designern Kajsa Lindström. Med hjälp av nudging försöker de minska energianvändningen i hushållen, få folk att åka lokalbuss, tanka förnyelsebar energi och dela på köksresurser. ●

NUDGE PÅ SVENSKA

I sin utredning *Nudging – det nya svarta inom miljöpolitik?* presenterade Therese Lindahl och Britt Stikvoort tre saker som karakteriserar en nudge:

- 1) Den ska innehålla någon form av beslutsarkitektur och handla om att förändra människors beteende, inte deras attityder.
- 2) Den ska respektera människors fria vilja.
- 3) Nudgen ska inte ha något med förbud att göra.



- Bara det senaste halvåret har vi varit med i en rad upphandlingar från olika kommuner. Vi jobbar just nu med Linköping, Gävle och Sollentuna kommun.

I en förstudie i Sollentuna, gjord tillsammans med WSP Group (ett konsultbolag som arbetar med effektiviseringar och förbättringar som gynnar miljö och ekonomi), finns ett bra exempel på att nudging handlar om att knuffa i rätt riktning. Där hade man problem med för mycket bilar vid skolorna. I en undersökning uppgav 95 procent av Sollentunaborna att de vill värna miljön, men det visade sig att hälften av dem ändå valde att skjutsa barnen i bil till den närliggande skolan.

- Det finns alltså en ambition att göra "rätt" men man gör det inte i praktiken. När vi kartlade barriärerna handlade det om tidsbrist och stress. Vi har tagit fram ett förslag på en samåknings-app, så att man i stället för att skjutsa sitt eget barn fem gånger i veckan kan köra en gång i veckan med flera barn. Forskningen har också visat att om man skriver upp sig och är med och planerar sina resor, tenderar man att använda sig av tjänsten mer frekvent, säger Ida Lemoine.

Etikdiskussionerna kring nudging kommer att fortsätta, men det lutar åt att även de svenska politikererna kommer att landa i att det är ett bra redskap för att genomföra sina beslut.

5 X KNUFFAR

1) Information. Till exempel miljömärkning. 2) Förval. Exempelvis att miljöl och dubbelsidig utskrift är standard. 3) Feedback och sociala normer. Den lyckade skattenudden i Storbritannien byggde på att många andra människor betalat sin skatt, en social norm. 4) Förändring av fysisk miljö. Såsom minskning av tallriksstorlek, eller att placera frukt i stället för godis i ögonhöjd. 5) Assymetrisk dominans/decoy-effekten. I marknadsföringssammanhang, där konsumenter tenderar att ändra sitt val mellan två alternativ när de presenteras för ett tredje.

- Vi lever i en demokrati och har gemensamt kommit överens om att få ner vår klimatpåverkan. Hur kan vi göra det till så liten kostnad som möjligt? Hur får vi så mycket beteende för så liten peng som möjligt? Där är nudging ett komplement till andra styrmedel. Men vi behöver även tänka om när det gäller de andra styrmedlen och lära oss mer om hur människor betar sig, säger Therese Lindahl.

Både hon och Ida Lemoine är överens om att nudging som begrepp är för snävt och kommer att dö ut.

NÄR EUROPAKOMMISSIONENS EGEN forskningsavdelning släppte sin rapport *Behavioral insights applied to policy* i februari i år hade man också lyft blicken från enbart nudges till beteendevetenskapliga insikter från ekonomi, psykologi och neurovetenskap. Där nudges har fokus på beslutsarkitekturen består *behaviorial insights* av en bredare repertoar av styrmedel.

Men den nyinstiftade *Foresight and behavioural insights unit*, på Europakommissionens Joint research centre tvekar inte om att *behavioral insights* bidrar till träffsäkrare och effektivare politiska lösningar.

Richard H. Thaler är inne på samma linje.

- Nudging är bara ett redskap, förvisso oftast ett mycket kostnadseffektivt sådant. Men det finns mycket psykologi där ute och vi har bara skrapat på ytan. Nudge-enheter poppar upp överallt i världen och alla pratar med varandra. Jag tror att vi kommer att befinna oss på en väldigt brant inlärningskurva under de närmaste tio åren.

I Modern Psykologi 2/2016 skrev Sara Hammarkrantz om psykologen Barbara Fredricksons positiva beteendespiral. Fältstudien på ICA i början av artikeln inleddes som ett masterarbete på Stockholm resilience centre av Linda Lindström (nu på Beteendelabbet), med Therese Lindahl (Beijerinstitutet) som handledare. De har nu utökat studien med en längre tidsserie och flera produkter.