

DANUTA MIŁASZEWICZ

NUDGES

jako narzędzia behawioralnej polityki publicznej
i ich akceptowanie w Polsce



Nudges jako narzędzia
behawioralnej polityki publicznej
i ich akceptowanie w Polsce

UNIwersytet Szczeciński
ROZPRAWY I STUDIA T. (MCCCLXIX) 1295

Danuta Miłaszewicz

Nudges jako narzędzia
behawioralnej polityki publicznej
i ich akceptowanie w Polsce

Szczecin 2023

Rada Wydawnicza

Barbara Braid, Anna Cedro, Urszula Chęcińska, Rafał Klóska,
Maciej Kowalewski, Ewa Mazur-Wierzbicka, Jarosław Nadobnik,
Grzegorz Wejman, Renata Ziemińska, Magdalena Ziolo,
Andrzej Skrendo – przewodniczący Rady Wydawniczej,
Elżbieta Zarzycka – dyrektor Wydawnictwa Naukowego

Recenzent

dr hab. Grażyna Wolska, prof. UMK Toruń

Redakcja językowa

Wojciech Markowski

Skład komputerowy

Iga Bańkowska

Korekta

Paulina Kaczyńska-Domagalska

Projekt okładki

Raraku.pl

Danuta Miłaszewicz ORCID 0000-0001-6429-7331



Wersja elektroniczna publikacji dostępna na licencji CC BY-SA 4.0
po 12 miesiącach od daty wprowadzenia do obrotu

© Copyright by Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2023

DOI 10.18276/978-83-7972-667-7

ISBN 978-83-7972-667-7 (online)

ISBN 978-83-7972-666-0 (print)

ISSN 0860-2751

WYDAWNICTWO NAUKOWE UNIWERSYTETU SZCZECIŃSKIEGO

Wydanie I | Ark. wyd. 11,5 | Ark. druk. 12,2 | Format B5

Spis treści

Wprowadzenie	7
--------------------	---

Część I

1. Ekonomia behawioralna i jej podstawy	17
2. Podstawowe ustalenia ekonomii behawioralnej	31
3. Spostrzeżenia behawioralne a polityka publiczna	47
4. Zasady i strategie stosowania spostrzeżeń behawioralnych w polityce publicznej	61

Część II

5. <i>Nudge</i> – narzędzie behawioralnej polityki publicznej	83
6. Typy i rodzaje <i>nudges</i>	99
7. Zasadność i charakterystyka metod badań oraz próby badawczej	115
8. Wyniki badań postaw Polaków wobec <i>nudges</i> i ich analiza	129

Uwagi końcowe	151
---------------------	-----

Bibliografia	157
--------------------	-----

Spis tabel	187
------------------	-----

Spis rysunków	189
---------------------	-----

Abstrakt	191
----------------	-----

Abstract	193
----------------	-----

Wprowadzenie

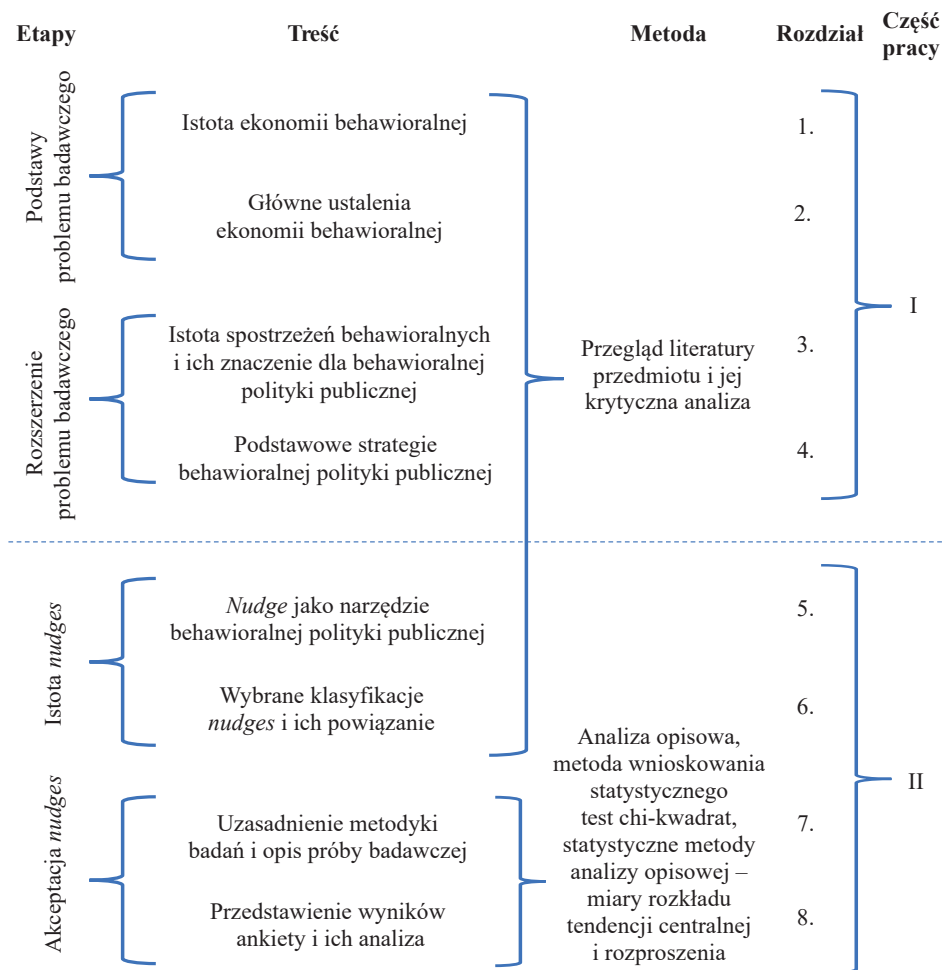
W ostatnich latach wyniki badań nauk behawioralnych, w tym ekonomii behawioralnej, wpłynęły na tradycyjne rozumienie procesów i wzorców podejmowania decyzji, funkcjonowanie rynków i prowadzenia polityki publicznej. Naukowcy i instytucje publiczne na całym świecie uznają, że lepsze zrozumienie ludzkich zachowań może poprawić politykę publiczną. Na podstawie badań z zakresu nauk behawioralnych starają się zrozumieć, dlaczego ludzie zachowują się w określony sposób, i wykorzystują te spostrzeżenia behawioralne (SB) do opracowywania, testowania i wdrażania rozwiązań behawioralnych w kwestiach politycznych.

Monografia, którą czytelnik ma przed sobą, poświęcona jest głównie jednemu wycinkowi tego szerokiego problemu badawczego. W części teoretycznej opisuje zagadnienia przedstawiające *nudge*¹ jako jedną z możliwości, którą polityka publiczna, patrząca na ludzi przez tzw. soczewkę behawioralną, pryzmat behawioralny (Ewart, 2020), może zastosować do zwiększenia swojego oddziaływania. Ponieważ w każdym przypadku o skuteczności polityki publicznej decydują odzew i reakcje ludzi, w części empirycznej pracy przedstawiono i przeanalizowano wyniki badań własnych

¹ Słowo *nudge* w języku angielskim oznacza „szturchanie, trącanie łokciem, kuksanie (czyli popychanie, potrącanie, poszturchiwanie)”. W języku polskim w kontekście interwencji behawioralnych tłumaczone jest jako: „impuls” (tak przetłumaczono tytuł książki R. Thaler i C. Sunsteina, 2017 i być może z tego powodu zmieniono jej okładkę w stosunku do oryginału), „bodziec” (Jedynak, 2019), „naprowadzanie” (Olejniczak i in., 2019), „sugestia, popychanie” (w tłumaczeniu na język polski finałowej wersji książki R. Thaler i C. Sunsteina, 2023). Każde z tych słów ma swój odpowiednik w języku angielskim, który nie jest słowem *nudge*. W opinii piszącej ten tekst z obu okładek wydań (i okładek jej tłumaczeń na inne języki niż polski, na których umieszczane były dwa słonie – duży popychający małego) oraz treści oryginalnych wydań książki *Nudge* (z 2008 i 2021 roku) wynika, że najlepszym odpowiednikiem w języku polskim byłoby słowo „popychanie”. Pomimo tego w tej monografii zrezygnowano z zastosowania polskich odpowiedników i używane jest oryginalne angielskie słowo *nudge* (l. pojedyncza i *nudges* – l. mnoga). Takie rozwiązanie zastosowane zostało także w raporcie Polskiego Instytutu Ekonomicznego (Sliwowski i Wincewicz-Price, 2019).

przeprowadzonych w Polsce, które dotyczą poparcia dla tych instrumentów behawioralnej polityki publicznej (BPP).

Podstawowe elementy procedury badawczej zastosowanej w pracy oraz jej podział na części i rozdziały przedstawiono na rysunku 0.1. Dalsza część wprowadzenia poświęcona została uzasadnieniu i opisowi zastosowanej procedury badawczej oraz przedstawieniu struktury pracy.



Rysunek 0.1. Procedura badawcza zastosowana w pracy

Źródło: opracowanie własne.

Każdy rząd na dowolnym szczeblu porządku publicznego musi określić, czy i jak należy interweniować, aby rozwiązać konkretne problemy społeczne, zapewnić bezpieczeństwo oraz dobrobyt obywateli, teraz i w przyszłości. Rozważając dostępne opcje polityczne, czyli warianty polityki publicznej, rządy mogą decydować się na interwencję bezpośrednio przez wydatki publiczne (w tym świadczenie usług publicznych) lub pośrednio, wpływając na zachowanie obywateli za pomocą regulacji, informacji, podatków, a także innych instrumentów polityki publicznej (np. zmiany i reformy instytucjonalne oraz organizacyjne, miękkie instrumenty polityki, jak zalecenia, standardy techniczne czy instrumenty oparte na spostrzeżeniach behawioralnych).

Tradycyjnie prowadzona polityka publiczna, wykorzystująca ustalenia ekonomii neoklasycznej i teorii zachowań ekonomicznych, zakłada model ludzkiej racjonalności dążącej do maksymalizacji użyteczności. Przyjmuje zatem także założenie, że racjonalnie działające podmioty będą odpowiednio (modelowo) reagować na podstawowe grupy wykorzystywanych w jej ramach instrumentów, czyli na zachęty finansowe (tzw. marchewki), zakazy i nakazy (tzw. kije) oraz kampanie informacyjne (tzw. kazania) (Howlett, 2018a, s. 105–106; Tummers, 2019, s. 925).

Model racjonalnego działania podmiotów nie znajduje jednak odzwierciedlenia w rzeczywistości empirycznej, a wykorzystujący go twórcy polityki (decydenci polityczni) mogą ulegać iluzji racjonalności, zwłaszcza w reakcjach ludzi na interwencje publiczne. W efekcie często okazują się one nieskuteczne w motywowaniu ludzi albo mogą działać zbyt wolno, aby osiągnąć kluczowe cele. Model racjonalnego działania krytykowany był od dawna, początkowo przez psychologów i ekonomistów, którzy dostarczali coraz więcej teorii i dowodów empirycznych na znaczenie nieświadomych czynników kierujących zachowaniem ludzi. Kwestionowały one wyjaśnienia, które podkreślały rolę świadomych postaw, motywacji i intencji w determinowaniu działań ludzkich. Jednym z rezultatów tego nowego spojrzenia na ograniczoną racjonalność ludzi było utworzenie dziedziny ekonomii behawioralnej, która rozwinęła nowe wyjaśnienia, dlaczego obserwowane zachowania odbiegają od istniejących modeli ekonomicznych (rozdział 1).

Ekonomia behawioralna (EB), łącząc dokonania psychologów i ekonomistów, dostarczyła nowych wyjaśnień i dowodów popartych badaniami eksperymentalnymi na to, że jednostki wykazują systematyczne i przewidywalne wzorce podejmowania decyzji ekonomicznych, które odbiegają od założeń teorii racjonalnego wyboru. Zgodnie z jej teoriami rzeczywiste ludzkie zachowanie jest mniej racjonalne, stabilne i samolubne, niż sugeruje to tradycyjna teoria normatywna, ze względu na ograniczoną racjonalność, ograniczoną samokontrolę, a także preferencje społeczne, którymi kierują się ludzie. Ekonomia behawioralna pokazuje także, że działania ludzi, przekonania i preferencje są często niespójne i wpływają na nie heurystyki poznawcze

i mechanizmy motywacyjne, które z racjonalnego punktu widzenia powinny być nieistotne (rozdział 2).

Rozdziały 1 i 2 zostały opracowane na podstawie autorskiego artykułu *Zmiana paradygmatu i metody współczesnej ekonomii – rola ekonomii behawioralnej* opublikowanego w 2017 roku w „Studia i Prace WNEIZ US” nr 47/3. Tekst znacznie przeredagowano, zmieniono i uzupełniono.

W ostatnich latach nastąpił gwałtowny wzrost wykorzystania nauk behawioralnych do realizacji priorytetów podmiotów sektora publicznego, a polityka publiczna była świadkiem tzw. zwrotu behawioralnego. Dzięki rosnącej liczbie badań prowadzonych pod szyldem nauk behawioralnych wiemy coraz więcej o cechach behawioralnych ludzi i wzorcach ich zachowania oraz popełnianych błędach behawioralnych. Spostrzeżenia behawioralne powinny być uwzględniane na wszystkich etapach procesu stanowienia polityki publicznej, ponieważ im lepiej zrozumiemy niuanse ludzkiego procesu decyzyjnego (także samych twórców polityki), tym lepiej i skuteczniej behawioralna polityka publiczna będzie mogła rozwiązywać różnorodne problemy społeczne, środowiskowe, a ostatnio także gospodarcze i strukturalne. Naukowcy i specjaliści behawioralni próbują wzmacniać, wspierać oraz w stosownych przypadkach krytykować tradycyjne opcje kształtowania polityki. Wykorzystanie SB w polityce publicznej przyczynia się zatem także do ulepszenia tradycyjnie wykorzystywanych przez nią instrumentów oraz pozwala na opracowanie nowych narzędzi i strategii behawioralnych interwencji (rozdział 3).

Przyjęcie z entuzjazmem SB przez rządzących oraz praktyków polityki publicznej doprowadziło do powstania różnych inicjatyw politycznych, utworzenia wielu publicznych jednostek (tzw. *behavioural* lub *nudging units*) na szczeblach centralnych i lokalnych, a także mniej sformalizowanych zespołów, powoływanych *ad hoc* do zastosowania SB w celu rozwiązywania konkretnych problemów. Wykorzystanie wiedzy behawioralnej w polityce publicznej za pośrednictwem jednostek zaangażowanych w stosowanie SB w kwestiach politycznych zmienia sposób, w jaki rządy opracowują politykę, a także działają i dostarczają usług. Jednostki te są modelami przedsiębiorczości społecznej i partnerstwa w kształtowaniu polityki ze środowiskiem akademickim i podmiotami działającymi na rzecz celów społecznych. Prowadzą one eksperymenty polityczne i wykorzystują narzędzia oparte na dowodach, takie jak randomizowane badania kontrolne (Makki, 2017). Dzięki zdobytej wiedzy i doświadczeniu jednostki te opracowały i upowszechniły różne ramy opisujące integrację spostrzeżeń behawioralnych z (etyczną) polityką publiczną (rozdział 4).

Na całym świecie obserwuje się zainteresowanie uczonych i instytucji publicznych wykorzystaniem wiedzy behawioralnej w celu udoskonalania polityki publicznej. Powód tego rosnącego zainteresowania jest jasny – jest nim chęć czynienia postępów w rozwiązywaniu palących problemów społeczno-ekonomiczno-środowiskowych

za pomocą narzędzi, które faktycznie działają (skuteczność), a nie są kosztowne (efektywność). Ponadto, jeśli rządy mogą osiągnąć te cele za pomocą instrumentów, które nakładają minimalne obciążenia na podmioty i zachowują wolność wyboru, to powinny poważnie rozpatrzyć te narzędzia. Wymogi te spełniają *nudges* — celowe zmiany w architekturze wyborów ludzi, które mają przewidywalny wpływ na ich zachowanie bez narzucania kosztów materialnych lub zmuszania ich. Chociaż scenariusz decyzyjny został zmieniony z myślą o określonych wynikach, pierwotna decyzja pozostaje nienaruszona, ponieważ żadna opcja nie została aktywnie zabroniona, anulowana ani w inny sposób wyeliminowana. W związku z tym *nudges* przedstawia się jako trzeci sposób kształtowania polityki, ponieważ – zdaniem jego zwolenników – nie uwzględnia wyłącznie zasad paternalistycznych czy wolnorynkowych (libertariańskich). Dzięki tworzeniu optymalnego środowiska podejmowania decyzji, które zmienia zachowanie ludzi w przewidywalny sposób, *nudges* mają pomagać ludziom działać, skłaniając ich do zachowań pożądaných osobiście i społecznie, prowadząc do wzrostu dobrobytu (rozdział 5).

Nudges to podpowiedzi, które pomagają ludziom przyjąć pożądanę zachowanie. To subtelne drogowskazy lub niewielkie zmiany w otoczeniu ludzi, które mogą mieć duży wpływ na ich wybory i zachowania. Nigdy nie zmuszają one ludzi do podejmowania decyzji, nigdy nie ograniczają ani nie eliminują innych opcji. Wybór ostatecznie zawsze należy do jednostki. *Nudges* tworzą całą gamę innowacyjnych narzędzi polityki publicznej opartych na libertariańskim paternalizmie i dowodach dostarczanych przez nauki behawioralne, których stosowanie w polityce publicznej zostało uzasadnione przez R. Thaler i C. Sunsteina. Ich różnorodność odzwierciedlają liczne w literaturze klasyfikacje dokonane z wykorzystaniem różnych kryteriów. Uporządkowanie wielu typów *nudges* jest możliwe dzięki zidentyfikowaniu wymiarów, według których można je opisać i sensownie sklasyfikować. Ale nawet wówczas mamy do czynienia z ich wieloma kategoriami, co oznacza, że nawet przy uproszczeniu przedstawienie tej wielowymiarowości w pojedynczej macyry staje się trudne, jeśli nie niemożliwe. Dodatkowo większość zidentyfikowanych kategorii *nudges* nie jest katalogiem zamkniętym ani wyłącznym, co powoduje, że kilka *nudges* może pasować do wielu ich typów. Możliwość, a nawet konieczność (Lowenstein i Chater, 2017) ich hybrydowego łączenia z innymi instrumentami polityki publicznej sugeruje, że problemy ekonomiczne mogą mieć rozwiązania behawioralne, a problemy behawioralne mogą mieć rozwiązania ekonomiczne (rozdział 6).

W literaturze znaleźć można wiele studiów przypadków będących przykładami tego, jak *nudges* wykorzystywane są jako narzędzia wpływania na zmianę zachowań bez ograniczania wolności. Przeprowadzona w ostatnim czasie metaanaliza literatury poświęconej *nudges* wskazuje, że zostały one zastosowane w wielu różnych obszarach i skutecznie promują zmianę zachowań w kluczowych domenach

behawioralnych, populacjach i lokalizacjach (Martens i in., 2022). Oczywiście *nudges* mogą mieć różny wpływ na różne osoby, a o tym, jak różne grupy reagują na różne ich typy i rodzaje, wiemy znacznie mniej niż moglibyśmy. Wiele *nudges* ma na celu uczynienie życia prostszym, bezpieczniejszym lub łatwiejszym, ale ciągle pozostaje pytanie: co naprawdę członkowie społeczeństwa myślą o tych instrumentach? Odpowiedź na to pytanie jest jednym z istotnych kryteriów oceny polityki publicznej i jej instrumentów. Instrumenty interwencji behawioralnych w postaci *nudges* mogą nie być wspierane przez obywateli, co może stanowić przeszkodę w ich wdrażaniu lub przynieść skutek odwrotny od zamierzonego (John 2018, s. 22; Reynolds i in., 2020).

Poparcie, licencja społeczna lub szersza legitymacja takich działań publicznych jak architektura wyboru i *nudging* ostatecznie zależą od wyborców. To oni decydują, czy zaakceptują *nudges*, a jeśli tak, to w jakich obszarach. Od około 15 lat na całym świecie dochodzi do *nudgingu* ze strony państwa, ale wciąż stosunkowo niewiele jest badań dotyczących społecznego poparcia dla niego (Almqvist, 2020, s. 2). Badania akceptowania przez obywateli behawioralnych instrumentów polityki publicznej w postaci *nudges* przeprowadzono do tej pory w 17 krajach², ale nie obejmowały one Polski (Sunstein i Reisch, 2016, Sunstein i in., 2018; Khadzhryadieva i in., 2019; Sunstein, 2019; Sunstein i Reisch, 2019; Almqvist i Andersson, 2021). Korzystając z tej samej metodologii badawczej i ankiety, którą zastosowano w wymienionych krajach, autorka przeprowadziła takie badanie w Polsce w październiku 2020 roku, wypełniając w ten sposób istniejącą lukę badawczą (rozdział 7).

Przeprowadzone na potrzeby pracy badania są jednymi z nielicznych, które mają na celu poznanie roli cech indywidualnych, gospodarstw domowych, geograficznych oraz norm i wartości w akceptowaniu narzędzi BPP. Ponieważ pojawiło się jeszcze niewiele dowodów na temat tego, które grupy populacji popierają *nudges* i jakie czynniki kształtują te postawy, literatura przedmiotu wskazuje na potrzebę badań nad związkiem między czynnikami socjodemograficznymi a różnicami w poparci dla *nudges* w obrębie krajów (Sunstein i in., 2018). Podkreśla się w także, że wolność wyboru, będąca jedną z cech *nudges*, może mieć znaczenie polityczne, ponieważ instrumenty te mogą ominąć niektóre partyjne i ideologiczne nieporozumienia, które tak często nękają politykę (Ewert i Loer, 2021).

Głównym celem badań przeprowadzonych w Polsce było uzyskanie wyników pozwalających na stwierdzenie, czy Polacy akceptują te instrumenty interwencji behawioralnych, a także które z nich znajdują najwyższe poparcie, czyli uzyskanie odpowiedzi na pytania odnoszące się do jednego z wymiarów etycznych projektów BPP:

² Australia, Brazylia, Chiny, Dania, Francja, Japonia, Kanada, Niemcy, Południowa Afryka, Południowa Korea, Rosja, Szwecja, Ukraina, USA, Węgry, Włochy, Wielka Brytania.

jak opinia publiczna postrzega cele interwencji behawioralnej oraz jak opinia publiczna postrzega środki stosowane przez interwencję behawioralną? Kolejnym celem badawczym było określenie, czy cechy indywidualne respondentów (socjodemograficzne oraz sympatie i poglądy polityczne) i ich gospodarstw domowych są związane z zatwierdzeniem analizowanych instrumentów BPP, czyli uzyskanie odpowiedzi na pytania odnoszące się do istotności zależności różnych charakterystyk grupy badawczej i akceptowania każdego z *nudges* oraz ich wyróżnionych typów i grup (rozdział 8).

Teoria ekonomii była do niedawna dominującą perspektywą stosowaną w polityce publicznej. Rozwój ekonomii behawioralnej, a w szczególności popularność rozwiązań politycznych opartych na *nudges*, zapewnił bardzo skuteczną i pożądaną przeciwwagę, przedstawiając problemy i ich rozwiązania w kategoriach behawioralnych. W społeczeństwach demokratycznych (i prawdopodobnie także niedemokratycznych) dowody dotyczące poglądów ludzi na temat *nudges*, jako jednej z części szerszego repertuaru instrumentów BPP, nieuchronnie wpłyną na to, co rządy będą skłonne robić. Nie mogą jednak rozwiązać kwestii etycznych zarówno *nudgingu*, jak i całej polityki publicznej. Kwestie te i możliwość ich rozwiązania, obok podsumowania wyników badań i dyskusji, przedstawiono w Uwagach końcowych.

Część I

1. Ekonomia behawioralna i jej podstawy

Ekonomia behawioralna jako odrębny nurt, w którym akcentuje się psychologiczne uwarunkowania ekonomii i uproszczenia teorii neoklasycznej, zaczęła się rozwijać w latach 50. i 60. XX wieku na dwóch amerykańskich uniwersytetach – Carnegie Institute of Technology oraz University of Michigan (Hosseini i Katona, 2011). Początkowo nie używano odrębnej nazwy albo określano to nowe podejście jako ekonomię psychologiczną czy psychologię ekonomiczną. Terminu „ekonomia behawioralna” użył po raz pierwszy K. Boulding, który w 1958 roku pisał o potrzebie zwrotu w kierunku dyscypliny, która „obejmuje badaniem te aspekty ludzkich wyobrażeń czy struktur poznawczych i emocjonalnych, które mają wpływ na decyzje ekonomiczne” (Angner i Loewenstein, 2012, s. 658).

Nie sposób nie zacząć od krótkiego przypomnienia istoty i założeń teorii neoklasycznej (inaczej ekonomii głównego nurtu), ponieważ to one stały się przedmiotem krytyki, ale także podstawą ekonomii behawioralnej. Jak to dobitnie ujął E. Angner (2019), „można argumentować, że ekonomia behawioralna nawet by nie istniała – na pewno nie w jej obecnej formie – gdyby nie fakt, że teoria neoklasyczna była składnikiem [jej] przepisu”.

Ekonomia to jedna z nauk społecznych, która wyjaśnia funkcjonowanie rzeczywistego świata oraz występujących w nim zjawisk i kategorii ekonomicznych. Obowiązująca obecnie i najczęściej przytaczana definicja ekonomii sformułowana przez L. Robbinsa, który w eseju poświęconym metodologii tej nauki, uważanym za jedno z najważniejszych dzieł XX wieku (Scarantino, 2009), napisał, że „ekonomia jest nauką badającą ludzkie zachowanie jako relacje pomiędzy celami a ograniczonymi środkami o alternatywnych zastosowaniach” (Robbins, 1932, s. 16). Definicja ta, w swoim charakterze „analityczna”¹, wskazuje jednostki jako podmiot i przedmiot

¹ Definicja wskazywała sposoby analizy, a nie zakres przedmiotowy, jak czyniono to dotychczas. Drugi z wymienionych sposobów definiowania ekonomii R. Backhouse i S. Medema (2009) określili jako „klasyfikacyjny”.

badan ekonomii oraz podkreśla konieczność rozpatrywania zachowań ludzkich jako wspólnej podstawy wszystkich rozważań tej nauki. Od tego czasu ekonomia stała się nauką, która bada, w jaki sposób jednostki decydują o tym, jak wykorzystywać zasoby będące w ich dyspozycji do zaspokojenia różnorodnych potrzeb. Punktem wyjścia teorii odnoszących się do tak rozumianego procesu wyboru stało się jednak założenie *homo oeconomicus*, zgodnie z którym każde zachowanie ludzkie w sferze gospodarowania można wyjaśnić w kategoriach idealistycznego modelu ściśle racjonalnych wyborów².

Proces dokonywania wyborów jednostkowych, będący głównym elementem analizy ekonomicznej, oparty był na nierealistycznych założeniach, że jednostka działa zgodnie z własną funkcją użyteczności, podejmuje decyzje ekonomiczne na podstawie pełnej informacji (założenie o wiedzy doskonałej³), ma nieograniczone możliwości jej przetwarzania, kieruje się preferencjami, które spełniają określone warunki (aksjomaty⁴), oraz działa we własnym interesie, w taki sposób, aby maksymalizować oczekiwaną użyteczność. L. Robbins, pisząc o metodzie ekonomii, argumentował, że:

1. Podstawowe tezy teorii ekonomicznej powinny być dedukowane z przyjętego założenia o racjonalnie działających jednostkach, które postępują według zasady zgodności preferencji. Ekonomia powinna wyjaśniać, w jaki sposób w rzeczywistości ludzie dokonują wyborów, bez odwoływania się do wyników badań psychologicznych (Sugden, 2009).
2. Zjawiska ekonomiczne mają charakter bardzo złożony i determinowane są wieloma różnymi czynnikami, których nie da się wyizolować ani zmierzyć. Wiedza na temat preferencji jednostek jest intuicyjno-doświadczalna i intersubiektywna, nie pochodzi z obiektywnych obserwacji naukowych dokonywanych na podstawie kontrolowanych eksperymentów dostępnych w naukach przyrodniczych,

² Według jednych badaczy *homo oeconomicus* jest hipotetycznym uproszczeniem wyizolowanego i wyselekcjonowanego zbioru motywów, które kierują działaniem ekonomicznym człowieka, według drugich – stanowi abstrakcję człowieka realnego, a nie fikcyjnego (Blaug, 1995, s. 127).

³ Zgodnie z założeniem o wiedzy doskonałej badacz przyjmuje, że ludzie podejmują decyzje ekonomiczne w taki sposób, jak gdyby znali wszystkie fakty, które mogłyby mieć wpływ na ich decyzje.

⁴ Do podstawowych aksjomatów standaryzujących racjonalność działania jednostek zalicza się: zupełność, zwrotność, przechodniość oraz monotoniczność preferencji (Varian, 1997, s. 66–78). Twórcy teorii oczekiwanej racjonalności, matematyk John von Neumann i ekonomista Oskar Morgenstern, sformułowali natomiast aksjomaty, które muszą spełniać preferencje jednostki, aby mogły zostać uznane za porównywalne i możliwe do opisanego za pomocą krzywych obojętności. Aksjomaty te to porównywalność (zupełność), przechodniość, stałość i ciągłość. Ostatni aksjomat – niezależność – nie został bezpośrednio sformułowany w pracy J. von Neumanna i O. Morgensterna (von Neumann i Morgenstern, 1944).

dlatego obserwacja i eksperymenty nie mogą być źródłem wiedzy ekonomicznej. Ich stosowanie w ekonomii jest nie tylko niemożliwe, ale nawet zbędne (Robbins, 1932, s. 74–79).

Pozwalało to traktować ekonomię jako dyscyplinę formalną (aprioryczno-dedukcyjną), opartą na bezstronnej, obiektywnej wiedzy, w której drogą poznania naukowego i sposobem na rozwój nauki jest dedukcja, a propozycje teorii ekonomicznych powinny być wyprowadzane dedukcyjnie z szeregu przyjmowanych założeń. W opinii R. Lipseya (2009) ekonomia postrzegana była jako nauka o realnym świecie i dokonywanych w nim wyborach, która jednocześnie jest oparta na intuicyjnie oczywistych założeniach⁵. Podejście indywidualizmu metodologicznego⁶, uzupełnione instrumentalizmem metodologicznym i położeniem nacisku na analizę zachowań w warunkach równowagi, chociaż od początku krytykowane przez nurty poboczne, stanowiły „metaaksjomaty” będące podstawą ekonomii neoklasycznej i wszystkich podejść ekonomii ortodoksyjnej (Arnsperger i Varoufakis, 2006, s. 19). Ekonomia stopniowo stawała się dominującą dyscypliną w naukach społecznych, a ekonomiści nurtu ortodoksyjnego zaczęli wprowadzać swoje pojęcia, modele oraz metody badawcze także do innych nauk i wyjaśniać za ich pomocą problemy uznawane dotąd za pozaekonomiczne (Backhouse i Medema, 2009). Ten tzw. imperializm ekonomiczny⁷ stał się dodatkowym powodem ostrej krytyki ekonomii głównego nurtu.

⁵ Liczba tych założeń w ekonomii głównego nurtu jest różnie przedstawiana. Przykładowo wybitny współczesny epistemolog M. Bunge (1998, s. 83–84) uważa, że ekonomia neoklasyczna zakłada przede wszystkim racjonalność, indywidualizm ontologiczny i metodologiczny, doskonałą wiedzę, wzajemną niezależność i addytywność, wolność, zamknięcie gospodarki w stosunku do systemu politycznego, kulturowego czy świata fizycznego, ukrytą rękę skutkującą samoregulacją gospodarki, maksymalizację indywidualnych użyteczności oraz harmonię społeczną, równowagę i cenę równowagi. Natomiast D. Orrell (2010, s. 24–25), nazywając ekonomię głównego nurtu „ekonomią bogów”, identyfikuje dziesięć założeń, które przyjmowane są przez większość ekonomistów: gospodarkę da się opisać przy pomocy praw ekonomicznych, składa się ona z niezależnych podmiotów, jest stabilna, racjonalna i efektywna, nie faworyzuje żadnej płci, ryzykiem gospodarczym można zarządzać dzięki statystyce, wzrost gospodarczy może trwać w nieskończoność, jest zawsze dobry i da nam szczęście.

⁶ Indywidualizm metodologiczny w ekonomii jest zwykle rozumiany jako twierdzenie, że zjawiska na poziomie „makro” muszą ostatecznie zostać wyjaśnione na poziomie „mikro” w kategoriach cech i wyborów poszczególnych zaangażowanych podmiotów, czyli należy zapewnić mikroekonomiczne podstawy dla zjawisk makroekonomicznych (Arrow, 1994; Neck, 2021). Oznacza to także, że zjawiska społeczne można wyjaśnić wyłącznie w kategoriach cech racjonalnych, egoistycznych podmiotów, dostępnych im działań i ograniczeń, z jakimi się borykają (Dold, 2022, s. 2).

⁷ Fiński filozof U. Mäki, ujednociając pod względem pojęciowym i metodologicznym dyskusję toczącą się na temat imperializmu ekonomicznego, zdefiniował ten termin jako proces permanentnego dążenia do wzrostu stopnia unifikacji dostarczanej przez teorię ekonomii w wyniku stosowania jej do zjawisk nowego typu (Mäki, 2013, s. 327–328).

Teoria oczekiwanej użyteczności początkowo traktowana była jako normatywna, czyli opisująca, jak powinna zachowywać się racjonalna jednostka podejmująca decyzje. Sformułowanie neoklasycznych aksjomatów, które spełniać muszą preferencje racjonalnej jednostki, umożliwiło określenie funkcji użyteczności i zobiektywizowanie oceny decyzji jednostki jako racjonalnej bądź nieracjonalnej. Każdy wybór spełniający określone w teorii aksjomaty był racjonalny i chociaż mógł być wątpliwy z moralnego punktu widzenia, nie podlegał moralnej ocenie. W konsekwencji model *homo oeconomicus* okazał się wolny od uwarunkowań psychologicznych, społecznych, kulturowych i historycznych.

Standaryzacja racjonalności działania w postaci aksjomatów, pozwalających na formalizację rozważań ekonomicznych, była także podstawą konstruowania na drodze dedukcji spójnych logicznie, imponujących i technicznie wyrafinowanych modeli, zatracających jednak z pola widzenia faktyczne motywy dokonywanych wyborów i podejmowanych decyzji. Czynniki pozaekonomiczne, które nie wpisują się w racjonalne zachowanie ściśle kalkulujących jednostek, uznano za nieistotne. Także czas, przestrzeń oraz kontekst instytucjonalno-kulturowy nie miały znaczenia i nie były uwzględniane w zmatematyzowanych modelach i analizie ekonomicznej. To odewnanie od rzeczywistości aksjomatycznych założeń teorii i modeli ekonomicznych spowodowało, że ekonomia ortodoksyjna – skupiona na wyjaśnieniu tylko jednego typu zachowań ludzkich (racjonalnych, egoistycznych, kierowanych motywami ekonomicznymi) – doznała „odspołecznienia” oraz „odhistorycznienia” (Milonakis i Fine, 2009; Jackson, 2013). Ekonomiści zgubili w ten sposób z pola widzenia rzeczywistego człowieka i podejmowane przez niego decyzje, a teorie ekonomiczne i sama ekonomia zatraciły możliwość właściwej realizacji funkcji przypisywanych każdej nauce, szczególnie funkcji predykcyjnej.

Teoria oczekiwanej użyteczności spotykała się wielokrotnie z tego powodu z krytyką, która wykazywała, że w rzeczywistości jednostki nie podejmują decyzji we wskazany w niej sposób. Potrzeba modyfikacji pojawiła się przede wszystkim wówczas, gdy zaczęto traktować ją także jako teorię deskryptywną, czyli opisującą, jak zachowuje się racjonalna jednostka, a także wykorzystywać ją w tej roli w innych modelach ekonomicznych.

W tym samym czasie, gdy ukazał się esej L. Robbinsa, obok ekonomii ortodoksyjnej zaczął rozwijać się nurt heterodoksyjny, zapoczątkowany jeszcze przez A. Smitha oraz szkołę historyczną, kierujący się holizmem metodologicznym i pozytywnym podejściem do badań. Obejmuje on szkoły krytycznie nastawione względem ekonomii ortodoksyjnej (Wrenn, 2006), które mają z reguły nieneoklasyczne korzenie. Niektóre z nich uzyskują wyraźnie nieneoklasyczne wyniki (Mearman, 2007, s. 4), często wyjaśniające to, co ekonomiści ortodoksyjni przyjmują za dane (Landreth i Colander, 2005, s. 27).

W konsekwencji nurt heterodoksyjny poddaje krytyce wiele założeń ekonomii ortodoksyjnej (Włodarczyk, 2012, s. 140). Jego reprezentanci podkreślają, że ekonomia dotyczy również procesów społecznych zapewniających zaspokojenie potrzeb ludzi, a nie tylko ograniczoności zasobów, niedoborów i konieczności dokonywania wyborów. Przedmiotem krytyki rozrastającej się ekonomii heterodoksyjnej stały się neoklasyczne teorie i zmatematyzowane modele, tworzone na podstawie aksjomatycznych założeń dotyczących optymalizacji decyzji ekonomicznych. Głównym zarzutem było nie tylko zbyt zmatematyzowanie modeli, ale przede wszystkim odejście od rozpatrywania rzeczywistych motywów dokonywanych wyborów, które w praktyce opierają się także na innych przesłankach niż zakładane w koncepcji *homo oeconomicus*. Ekonomisci heterodoksyjni uznali, że tradycyjny model jednostki decyzyjnej, dążącej do maksymalizacji oczekiwanej użyteczności, mającej dobrze określone, przechodnie i stabilne preferencje oraz nieograniczone zasoby intelektualne, które umożliwiają analizowanie wszystkich istotnych czynników, nie jest właściwy dla jednostki ludzkiej jako decydenta, gdyż daleko odbiega od rzeczywistości. W drugiej połowie XX wieku coraz częściej nawoływali do przedstawienia trafniejszych modeli indywidualnego wyboru wykorzystujących spostrzeżenia psychologii poznawczej (Sent, 2004).

Nurt heterodoksyjny charakteryzuje się znaczną różnorodnością, a w jego ramach rozwija się kilkadziesiąt tradycyjnych i nowych szkół, podejść czy programów badawczych (Wrenn, 2006). Z pewnością zalicza się do niego szkołę austriacką, ekonomię marksistowską, veblenowski i postveblenowski instytucjonalizm, postkeynesizm, ekonomię złożoności, ekonomię społeczną, ekonomię feministyczną, ekonomię ekologiczną, ekonomię behawioralną, a także powiązane z nią ekonomię eksperymentalną i neuroekonomię.

Mimo że ekonomisci ortodoksyjni mocno bronili swojej metody badawczej, to rozwój ekonomii heterodoksyjnej stopniowo przyczyniał się nie tylko do poszerzenia zakresu badań ekonomicznych, ale też zmiany stosowanej metody i do wykorzystywania eksperymentów jako narzędzia zgłębiania wiedzy ekonomicznej. Pozwoliło to na przekształcenie ekonomii w dyscyplinę, której największe odkrycia i rozwój opierają się na danych pozyskiwanych w ramach eksperymentów, co F. Guala (2008, s. 598) uznał za „najbardziej zdumiewającą rewolucję metodologiczną w historii ekonomii”.

Na podstawie wielokrotnie przeprowadzanych eksperymentów naukowcy formułowali reguły, jakimi rządzi się teoria oczekiwanej użyteczności⁸. Ich celem było także badanie indywidualnych preferencji i wyborów oraz ukazanie zachodzących w rzeczywistości procesów podejmowania decyzji przez jednostki. Uzyskane wyniki

⁸ Początkowo M. Allais i D. Ellsberg, którzy według Gigerenzera (2021a) krytykowali racjonalność teorii racjonalnego wyboru, a nie racjonalność ludzi.

pozwołyły na formułowanie wniosków, które nie potwierdzały postulatów oczekiwanej użyteczności (tzw. paradoksów racjonalności, czyli niezgodności między teorią a rzeczywistością), wskazywały na szereg niespójności rzeczywistych zachowań badanych jednostek z teoretycznymi wzorcami zachowań optymalnych (aksjomatami), a także stały się podstawą tworzenia alternatywnych teorii racjonalności i wyboru.

Doniosłość zastosowania eksperymentów w badaniach ekonomicznych doceniono, przyznając w 2002 roku Nagrodę Banku Szwecji im. Alfreda Nobla w dziedzinie nauk ekonomicznych V. Smithowi wraz z D. Kahnemanem. Pierwszy z nich został nagrodzony za ustanowienie eksperymentów laboratoryjnych narzędziem empirycznej analizy ekonomicznej, szczególnie do badania alternatywnych mechanizmów rynkowych (*The Sveriges...*, 2002a). Drugi za zintegrowanie wniosków z badań psychologicznych z naukami ekonomicznymi, szczególnie dotyczącymi ludzkich osądów i podejmowania decyzji w warunkach niepewności (*The Sveriges...*, 2002a). Ugruntowało to rolę eksperymentów w badaniach ekonomicznych, ponieważ pierwszy z laureatów został doceniony za eksperymentalne podważenie paradygmatu racjonalności, a drugi za jego eksperymentalne wsparcie. Jednak obaj nobliści „inaczej próbują poradzić sobie z modelowaniem zachowań ekonomicznych: D. Kahneman koncentrując się na analizie zachowań indywidualnych, V. Smith więcej uwagi poświęcając aspektom interakcji między jednostkami, tworzeniu instytucji społecznych i myśleniu kolektywnemu” (Kopaczewski, 2013). Bez wątpienia właśnie te nagrody umocniły pozycję takich subdziedzin jak ekonomia eksperymentalna, a także ekonomia behawioralna, za której proroka uznaje się H. Simona (Barros, 2010).

Autor ten już w 1955 roku, świadom występowania pewnej luki między modelem człowieka w obowiązującej wówczas teorii ekonomii a innymi naukami społecznymi, jako jeden z pierwszych krytykował i negował paradygmat przyjmowany w naukach ekonomicznych, a w szczególności założenie o idealnej racjonalności, demonstrujące „olimpijski model” racjonalności i optymalizacji (Simon, 1990a, s. 3, 23). Według H. Simona (1972; 2000) jest to założenie nierealistyczne z uwagi na ograniczone możliwości poznawcze jednostki, która zmierza raczej do wyboru zadowalającego, tj. satysfakcjonującego pewne przyjmowane przez nią wymagania, czyli kieruje się racjonalnością ograniczoną. Zdaniem badacza człowiek nie ma pełnej wiedzy o wszystkich okolicznościach danego problemu, nie zna wszystkich możliwych rozwiązań, a także nie jest w stanie przewidzieć wszystkich możliwych konsekwencji (Simon, 2007, s. 119). Mimo że stara się być racjonalny, to jego racjonalność ma wyraźne granice, mające dwójaki charakter – wewnętrzny (umysłowy) i zewnętrzny (środowiskowy). Racjonalność ograniczona uwzględnia zatem, że decydent jest ograniczony przez wyznawane wartości, swoje odruchy, umiejętności, normy społeczne

i zwyczajnie, niepełną informację na temat alternatyw wyboru, a także możliwości obliczeniowe. Teoria racjonalności ograniczonej zakłada, że człowiek zdając sobie sprawę ze swoich ograniczonych możliwości, świadomie pomija informacje lub wiedzę, których zdobycie byłoby zbyt kosztowne w stosunku do korzyści, jakie mogłoby to przynieść (Simon, 1990b).

W celu ulepszenia obowiązującej teorii i stworzenia bardziej realistycznego modelu dokonywanego wyboru H. Simon postulował odwołanie się do literatury z dziedziny psychologii i tzw. proceduralnej racjonalności, nazywanej przez niego psychologiczną teorią racjonalności. Według tego autora przejście od racjonalności, która zdominowała klasyczną ekonomię (racjonalności instrumentalnej, idealnej), do racjonalności proceduralnej wymaga jednak zmiany stylu uprawiania nauki, czyli przejścia „od nacisku na dedukcyjne rozumowanie wyprowadzane z systemu aksjomatów do nacisku na szczegółową empiryczną eksplorację złożonych algorytmów myślowych” (Simon, 1976, s. 147). Ten drugi styl uprawiania nauki zaczęły stosować ekonomia eksperymentalna, neuroekonomia oraz ekonomia behawioralna.

H. Simon twierdził także, że przydatne w studiach nad teorią racjonalnego wyboru byłoby stworzenie uproszczonej laboratoryjnej symulacji w celu obserwowania zachowań ludzi. Opowiadał się więc za prowadzeniem eksperymentów, których tradycyjna ekonomia nie uznawała wówczas za właściwą metodę badawczą (Miłaszewicz, 2016, s. 16–17). Przyznanie H. Simonowi w 1978 roku Nagrody Banku Szwecji im. Alfreda Nobla w dziedzinie ekonomii za pionierskie badania nad procesem podejmowania decyzji wewnątrz organizacji gospodarczych oraz teorię ich podejmowania (*The Sveriges...*, 1978) było potwierdzeniem konieczności uwzględniania wielu czynników w ramach analizy ekonomicznej, czyli interdyscyplinarności tej dziedziny nauki.

Odmienne niż w ekonomii ortodoksyjnej spojrzenie na racjonalność miał także V. Smith, które zaprezentował w ramach koncepcji racjonalności ekologicznej występującej obok racjonalności konstruktywistycznej. Badacz ten wskazywał, że o ile racjonalność konstruktywistyczna „odnosi się do jednostek lub organizacji i wiąże się z celowym wykorzystaniem rozumu do analizowania i zalecania działań ocenianych jako lepsze niż alternatywne i możliwe do zrealizowania” (Smith, 2013, s. XXXIV), o tyle racjonalność ekologiczna „odnosi się do emergentnego ładu w formie praktyk, norm i ewoluujących reguł instytucjonalnych rządzących działaniami jednostek, które są częścią naszego kulturowego i biologicznego dziedzictwa i które tworzyły się w trakcie interakcji między ludźmi, nie były zaś wynikiem świadomego projektowania przez człowieka” (Smith, 2013, s. XXXIV–XXXV). Zdaniem tego autora w tradycyjnej teorii ekonomii przez długi czas ulegano fikcji, według której celowe ludzkie działanie wymaga przemyślanej kalkulacji opartej na racjonalności konstruktywistycznej, a przecież „wszyscy ludzie we wszystkich sytuacjach

są kierującymi się intuicją, wrażliwymi, dociekliwymi i działającymi organizmami, które w naturalny sposób nie szufladkują wiedzy (...) kiedy staje przed nimi zadanie w postaci podjęcia decyzji i wyboru” (Smith, 2013, s. XLII). Jednostki nie potrzebują pełnej informacji i mogą funkcjonować w codziennym życiu bez ciągłego monitorowania i świadomej kontroli dzięki mózgowi, który „wykształcił wewnętrzną umiejętność równoległego przetwarzania danych off-line” (Smith, 2013, s. XLIV). V. Smith uważa także, że oba rodzaje racjonalności wpłynęły na projektowanie i interpretację eksperymentów w ekonomii. Racjonalność ekologiczną oraz to, jak uzupełnia się ona z racjonalnością konstruktywistyczną, można badać i coraz lepiej rozumieć dzięki ekonomii eksperymentalnej. Podkreślił także, że uznanie i badanie działania niewidzialnych procesów jest niezbędne do rozwoju naszego zrozumienia zjawisk społecznych (Smith, 2002, s. 510).

Podejście V. Smitha zostało rozwinięte przez A. Kruglanskiego i G. Gigerenzer (2011). Prezentowana przez nich tzw. racjonalność adaptacyjna jest zbieżna z poglądami V. Smitha, ponieważ oba stanowiska łączy nie tylko krytyczny pogląd na realizm założeń ekonomii neoklasycznej, ale także negowanie instrumentalnej racjonalności jako koncepcji normatywnej. Według G. Gigerenzer (2021a) badanie racjonalności ekologicznej nie dotyczy pytania, czy zachowanie odbiega od logicznych systemów racjonalności, gdyż ściśle przestrzeganie logicznego wnioskowania może w rzeczywistości nawet utrudniać rozwiązywanie problemów adaptacyjnych.

Twórcy racjonalności adaptacyjnej wskazują na rolę otoczenia decyzyjnego, w którym podejmowana jest decyzja, bo to ono wpływa na lepszą bądź gorszą skuteczność decyzji. Istotne są także predyspozycje i osobowość decydenta, które wpływają na podejmowane przez niego decyzje. Dobitniej wyraża to sam G. Gigerenzer (2015a, s. vii), wskazujący za podstawę swojego programu badawczego twierdzenie, że „zachowanie jest funkcją umysłu i środowiska”. Takie stanowisko zbliża twórców racjonalności adaptacyjnej do poglądów H. Simona, który stwierdził, że „zachowanie racjonalnego decydenta jest kształtowane przez nożyce, których dwoma ostrzami są: struktura otoczenia, w którym podejmowana jest decyzja, oraz predyspozycje poznawcze decydenta” (Simon, 1990a, s. 7). Wprowadzone przez niego pojęcie ograniczonej racjonalności zaczęło odnosić się „do szerokiego zakresu deskryptywnych, normatywnych i preskryptywnych opisów skutecznego zachowania, które odbiega od założeń doskonałej racjonalności” (Wheeler, 2020).

To właśnie prace H. Simona, w których opowiadał się za uwzględnianiem czynników psychologicznych w badaniach procesów decyzyjnych, były ważnym krokiem w kierunku rozwoju psychologicznego nurtu ekonomii oraz podstawą „starej” ekonomii behawioralnej, do której przedstawiciele zaliczani są także J. March i G. Katona, H. Leibenstein (twórca racjonalności selektywnej), T. Scitovsky, R. Nelson i S. Winter, a także V. Smith (Sent, 2005, s. 230; Altman, 2006, s. XVII; Frantz, 2013, s. 13–14).

Natomiast dokonania dwóch uznanych psychologów, D. Kahnemana oraz A. Tversky'ego, o których H. Simon wspomina już w swoim odczycie noblowskim (Simon, 1978, s. 361), bezpośrednio kojarzone są z „nową” ekonomią behawioralną⁹. Przedstawicielem tego nurtu jest także R. Thaler, któremu w 2017 roku przyznano Nagrodę Banku Szwecji im. Alfreda Nobla w dziedzinie ekonomii za wkład do ekonomii behawioralnej i uwzględnienie realistycznych założeń psychologicznych w analizach dotyczących podejmowania decyzji ekonomicznych. W uzasadnieniu wskazano, że badając konsekwencje ograniczonej racjonalności, preferencji społecznych i braku samokontroli, R. Thaler wykazał, jak te cechy ludzkie systematycznie wpływają na indywidualne decyzje, a także na wyniki rynkowe (*The Prize...*, 2017).

„Stara” ekonomia behawioralna bazuje na nauce o zachowaniu człowieka i łączeniu wiedzy z zakresu psychologii oraz teorii ekonomii. Jest to podejście uwzględniające najważniejsze aspekty obu wymienionych dziedzin, które dąży do wprowadzenia większego realizmu do analizy procesów decyzyjnych i jest bardzo krytyczne wobec ekonomii neoklasycznej, uznając jej założenia, w tym racjonalność instrumentalną, za nierealistyczne. „Nowa” ekonomia behawioralna wyrosła natomiast z prac D. Kahnemana oraz A. Tversky'ego (Earl, 2016, s. 5) i zajmuje się analizą oraz badaniem wszelkich odstępstw od racjonalnego postępowania. Dobrą jej charakterystykę przedstawił sam D. Kahneman (2003a), wskazując, że jej teorie „zasadniczo zachowały podstawową architekturę modelu racjonalnego, dodając założenia (hipotezy) o ograniczeniach poznawczych mających na celu uwzględnienie określonych anomalii”.

Powodem wyróżnienia „starej” i „nowej” ekonomii behawioralnej¹⁰ jest więc zróżnicowanie wyobrażeń o sposobie funkcjonowania ludzkiego umysłu i normatywnych sugestii dotyczących racjonalności. Z tej perspektywy dorobek H. Simona miał ograniczony wpływ na rozwój „nowej” ekonomii behawioralnej (Angner i Loewenstein, 2012, s. 659), ponieważ prace D. Kahnemana i A. Tversky'ego, skupiające się początkowo na mechanizmach podejmowania decyzji w warunkach ryzyka, opierały się na założeniu racjonalności charakterystycznej dla głównego nurtu

⁹ Zakres ekonomii behawioralnej, będącej zbiorem różnych teorii, które nie tworzą jednolitego nurtu, może być różnie określany. Według J. Tomera zalicza się do niej szkołę Michigan (G. Katona), ekonomię psychologiczną (C. Cermerer, R. Thaler, E. Fehr), makroekonomię behawioralną (G. Akerlof), ekonomię ewolucyjną (R. Nelson, S. Winter), finanse behawioralne (R. Schiller) czy ekonomię eksperymentalną (V. Smith) (Tomer, 2007, s. 463–479).

¹⁰ Rozróżnienia między „starą” a „nową” ekonomią behawioralną dokonała E. Sent (2004). Odpowiednikiem tego podziału jest wyraźne rozróżnienie między klasyczną a współczesną ekonomią behawioralną zaproponowane przez Y. Kao i K. Velupillai (2015). Autorzy ci podkreślają, że wyróżniają się one metodologicznym, epistemologicznym i filozoficznym podejściem, normami i ideałami.

ekonomii, a następnie analizowały odstępstwa od tego kryterium, zamiast rozwijać alternatywne podejście (Sent, 2005, s. 230). Inaczej mówiąc, opisywały skrzywienia poznawcze w ramach maksymalizacji użyteczności (Bossaerts i Murawski, 2015). Opierając się na wynikach badań D. Kahnemana i A. Tversky’ego, R. Thaler opublikował w 1980 roku pracę *Toward a positive theory of consumer choice*, którą uważa się za sztandarową dla wyjaśnienia założeń i metody „nowej” ekonomii behawioralnej.

Podstawowym wyróżnikiem „nowej” ekonomii behawioralnej jest wprawdzie dążenie do wprowadzenia większego realizmu do analizy procesów podejmowania decyzji, ale jednocześnie jest ona mniej krytyczna wobec ekonomii neoklasycznej, uznając racjonalność instrumentalną za wzór i śledząc z tego punktu widzenia rzeczywiste mechanizmy ludzkich zachowań jako obarczone błędami (zniekształceniami kognitywnymi). „Nowa” ekonomia behawioralna przyjmuje więc normatywną koncepcję racjonalności bliską ekonomii neoklasycznej, ale wskazuje na kontekstowy charakter ludzkiego poznania i działania oraz istnienie wyraźnych granic możliwości jednostek.

W porównaniu ze „starą” ekonomią behawioralną zwolennicy „nowej” odnieśli znacznie większy sukces w ugruntowaniu pozycji swojej dziedziny¹¹. Według M. Dolda (2022, s. 6) jedną z ważnych przyczyn ciągłego sukcesu „nowej” ekonomii behawioralnej jest właśnie to, że jej zwolennicy nie próbują fundamentalnie kwestionować ani zmieniać metodologicznych ram ekonomii, w tym jej przywiązania do indywidualizmu metodologicznego. Pojęcie ograniczonej racjonalności w „nowej” ekonomii behawioralnej podtrzymuje nacisk na indywidualny wybór, zachowania maksymalizujące i ideę, że ludzie próbują optymalizować, czyli starają się wybrać najlepszą możliwą opcję, ale nie udaje im się osiągnąć zamierzonych celów z powodu systematycznych i przewidywalnych błędów poznawczych. Bardzo zwięźle ujmuje to G. Whitman (2022, s. 456), wskazując, że „ekonomia behawioralna [...] wyraźnie działa w ramach tradycji indywidualistycznej”.

W opinii M. Dolda (2022, s. 7) innym ważnym czynnikiem, który przyczynił się do sukcesu „nowej” ekonomii behawioralnej, jest poleganie jej zwolenników na laboratoryjnych i terenowych dowodach eksperymentalnych koncentrujących się na indywidualnym wyborze, które wspierają ich twierdzenia teoretyczne. To właśnie te eksperymenty ilustrują zaangażowanie „nowej” ekonomii behawioralnej w metodologiczny indywidualizm nie tylko na poziomie konceptualno-teoretycznym, ale także empiryczno-praktycznym. Kontrolowane warunki laboratoryjne umożliwiają ekonomistom badanie indywidualnych zachowań w sytuacjach, które w uproszczonej i czystej formie naśladują te spotykane na rynkach i innych formach interakcji gospodarczych.

¹¹ Wielorakie przyczyny sukcesu „nowej” ekonomii behawioralnej opisuje np. F. Heukelom (2014).

A to oznacza, że „nowa” ekonomia behawioralna, dzięki zrozumieniu i modelowaniu indywidualnych wyborów oraz skutków tych wyborów dla wyników społecznych na poszczególnych rynkach, ma także na celu wyjaśnienie zjawisk społecznych. Dąży zatem do wyjaśnienia wydarzeń społecznych w kategoriach preferencji, przekonań i ograniczeń jednostek.

Spostrzeżenia E. Angnera (2019) idą jeszcze dalej. Podkreśla on, że obecnie ekonomiści behawioralni wykorzystują teorię ortodoksyjną (neoklasyczną) na wiele sposobów:

- do opisu i klasyfikacji zachowań – wzorce zachowań są określane jako „racjonalne”, jeśli są zgodne z teorią, a jako „irracjonalne” – jeśli nie są,
- do ustalenia warunków, w których obserwowane zachowanie ludzi odbiega od przewidywań teorii ortodoksyjnej – gdy zachowanie można podzielić na racjonalne i irracjonalne, możliwe jest naukowe badanie, w jakich warunkach obserwuje się jedną kategorię, a w jakich drugą,
- do oceny stopnia, w jakim obserwowane zachowanie odbiega od racjonalnego – dzięki wykorzystaniu przewidywań teorii standardowej jako punktu odniesienia możliwe jest liczbowe oszacowanie wielkości dowolnego odchylenia,
- jako podstawę teoretycznego rozwoju ekonomii behawioralnej – teoria ortodoksyjna jest wykorzystywana do formułowania hipotez przyczynowych, m.in. o tym, jakie czynniki przyczynowe były odpowiedzialne za generowanie odchyłeń,
- jako źródło hipotez zerowych – takie hipotezy są wymagane do klasycznych testów statystycznych zarówno w badaniach laboratoryjnych, jak i terenowych,
- jako pomoc w zdefiniowaniu języka używanego przez ekonomistów behawioralnych do opisywania ich przedmiotu – terminy takie jak „anomalie” i „efekty” mają sens wtedy, gdy istnieją pewne przewidywania teoretyczne dotyczące tego, które anomalie i skutki są odchyleniami,
- gdy pozostaje ona normatywnym ideałem i standardem oceny w wielu kontekstach.

S. Bickley i B. Torgler (2021, s. 2) podkreślają, że „nowa” szkoła jest dominującą (i trwałą) formą ekonomii behawioralnej, widoczną w dzisiejszej literaturze, a okres przejściowy zakończył się na rzecz wysiłków zmierzających do wzmocnienia głównego nurtu przez przyjęcie racjonalności jako miary, w przeciwieństwie do wypracowania alternatywy opartej na ograniczonej racjonalności.

Dotychczasowe rozważania na temat „starej” i „nowej” szkoły prowadzą do wniosku, że w literaturze przedmiotu występują różne definicje ekonomii behawioralnej. S. Rawat (2016, s. 5–6) dzieli je na trzy grupy. Do pierwszej zalicza definicje, które wskazują, że ekonomia behawioralna koncentruje się na naruszeniach neoklasycznych założeń racjonalności. Druga grupa skupia się na wyraźnym włączeniu zjawisk psychologicznych do ekonomii, a trzecia na stosowanych metodach.

Żeby ukazać tę różnorodność, poniżej przedstawiono kilka subiektywnie wybranych definicji.

Według H.A. Simona ekonomia behawioralna „zajmuje się empiryczną słuszością neoklasycznych założeń dotyczących ludzkich zachowań, a tam, gdzie okazują się one nieważne, odkryciem empirycznych praw, które opisują zachowanie tak poprawnie i adekwatnie, jak to tylko możliwe” (Simon, 1987, s. 221). Natomiast zdaniem D. Kahnemana (2011, s. 339) ekonomia behawioralna odrzuca skrajny model racjonalnych uczestników rynku. Jednak, jak zauważają D. Laibson i J. List (2015, s. 385), obecnie „ekonomia behawioralna to seria poprawek, a nie odrzucenie tradycyjnej ekonomii”. Z kolei R. Thaler postrzega ją jako „ekonomię, która opiera się na realistycznych założeniach i opisach zachowań człowieka”, opartą na dowodach i mającą większą moc wyjaśniającą, ponieważ jej modele są lepiej dopasowane do danych (Samson, 2016, s. 23). Zastępuje ona *econa* (*homo oeconomicus*) z tradycyjnej ekonomii rzeczywistymi ludźmi (*homo sapiens*) (Thaler, 2016). Ma ona trzy zasadnicze elementy, które R. Thaler (2015a, s. 258) nazywa „trzema ograniczeniami”:

- ograniczoną racjonalność (*bounded rationality*) – upraszczające heurystyki i błędy w szacowaniu prawdopodobieństwa oraz ocenianiu wartości,
- ograniczoną siłę woli (*bounded willpower*) – ludzie często podejmują działania, które w dłuższej perspektywie są dla nich niekorzystne,
- ograniczony własny interes (*bounded self-interest*) – ludzie w niektórych sytuacjach będą podejmować decyzje, nie kierując się maksymalizacją własnego interesu, ale poczuciem sprawiedliwości czy normy kulturowej.

M. Rabin (2002, s. 658–659) wskazuje, że ekonomia behawioralna nie rezygnuje z prawidłowych spostrzeżeń teorii neoklasycznej, ale uzupełnia je innymi, które można uzyskać dzięki realistycznym nowym założeniom. Zdaniem C. Camerera i G. Loewensteina (2004, s. 3) podważalną ekonomii behawioralnej jest przekonanie, że zwiększenie realizmu psychologicznych podstaw analizy ekonomicznej poprawi dziedzinę ekonomii na jej własnych warunkach – generując spostrzeżenia teoretyczne, dokonując lepszych przewidywań zjawisk terenowych i sugerując lepszą politykę. Według P. Diacon i in. (2013) ekonomia behawioralna „próbuje wyjaśnić (i ostatecznie zastosować to w praktyce), dlaczego jednostki często dokonują irracjonalnych wyborów oraz dlaczego i w jaki sposób ich zachowanie nie odpowiada wzorcom przewidywanym przez modele neoklasyczne”.

Według E. Angnera (2019) ekonomia behawioralna od dawna definiuje się, przynajmniej częściowo, w opozycji do standardowej (neoklasycznej), ale to spostrzeżenie odnosi się zarówno do „starej” ekonomii behawioralnej, jak i początków „nowej”. Kontrast widoczny jest w definicjach, które podkreślają sposób, w jaki ekonomia behawioralna jest bardziej „realistyczna” lub „wiarygodna” z psychologicznego punktu widzenia (Angner i Loewenstein, 2012, s. 641). Zdaniem E. Angnera (2019)

obecnie wydaje się jednak, że zarówno ekonomiści neoklasycyści, jak i behawioralni często robią wszystko, co w ich mocy, aby bagatelizować różnice pomiędzy nimi. Ekonomia neoklasycyści przyswoiła lub przyswoi wszystkie ważne spostrzeżenia ekonomii behawioralnej, ponieważ jej samodzielny program badawczy dobiegł końca. Próby pogodzenia ekonomii behawioralnej i neoklasycyści Angner określa jako nową syntezę, która ma charakter wyraźnie behawioralny – nie neoklasycyści, dlatego nazwa ją syntezą behawioralną. Nie oznacza to wyeliminowania ekonomii behawioralnej jako samodzielnego programu badawczego, ale raczej całkowitą konwersję ekonomistów neoklasycyści na behawioralnych. Według niego w zakresie, w jakim popieramy tę syntezę, wszyscy jesteśmy teraz ekonomistami behawioralnymi (Angner, 2019).

Według J. Grayota (2020) ekonomia behawioralna zyskała reputację psychologicznie realistycznej i dostarcza nowych wglądów w ukryte procesy rządzące podejmowaniem decyzji. Jest to dziedzina szybko się rozwijająca. Dzięki zastosowaniu metody eksperymentalnej wysunięto w jej ramach liczne spostrzeżenia dotyczące ludzkich zachowań, różniących się od standardowego modelu, oraz pokazano, jakie znaczenie ekonomiczne mają takie zachowania. Literatura przedmiotu opisująca interesujące przykłady takich badań i ich wyniki jest bardzo obszerna. W następnym rozdziale przedstawiono główne ustalenia ekonomii behawioralnej.

2. Podstawowe ustalenia ekonomii behawioralnej

Do zasług „starej” ekonomii behawioralnej należy zaliczyć kwestionowanie założeń paradygmatu neoklasycznego oraz wskazanie innych ujęć racjonalności (ograniczonej, adaptacyjnej, ekologicznej). Nie przedstawiła ona jednak powszechnie uznanych zwartych teorii ani programów badawczych w przeciwieństwie do „nowej” ekonomii behawioralnej, której główny dorobek opiera się na powiązanych ze sobą ustaleniach, zawartych w koncepcji dwóch systemów myślenia – programie heurystyk i skrzywień (błędów) poznawczych, a także w teorii perspektywy.

Heurystyki to proste i praktyczne zasady wydawania osądów lub podejmowania decyzji. To wprowadzone przez psychologów pojęcie było stosowane już w ramach „starej” ekonomii behawioralnej, ale postrzegano je inaczej niż w nurcie badań psychologicznych heurystyk i skrzywień (zniekształceń, ograniczeń, uprzedzeń) poznawczych zapoczątkowanym przez D. Kahnemana i A. Tversky’ego. Podejście to wyróżnia stosunek do samych heurystyk.

Już H.A. Simon w swoich rozważaniach na temat ograniczonej racjonalności wprowadził koncepcję heurystyki satysfakcji (zadowolenia), polegającej na rozpatrzeniu dostępnych opcji do momentu znalezienia takiej, która spełnia lub przekracza predefiniowany próg (poziom aspiracji), w celu uzyskania minimalnie akceptowalnego wyniku (Wheeler, 2020). Badacz ten sugerował także, że istnieją ograniczenia (środowiskowe, czasowe i poznawcze ludzkiego mózgu) w podejmowaniu racjonalnych decyzji, a w wielu rzeczywistych sytuacjach optymalne strategie są nieznane lub niepoznawalne. Kluczowe znaczenie ma zatem struktura środowiskowa, ponieważ może ona wyjaśnić, kiedy i dlaczego proste heurystyki działają dobrze (Simon, 1987). Analizę dopasowania (lub niedopasowania) między heurystykami a środowiskami decyzyjnymi rozumiał on jako badanie ograniczonej racjonalności. Podejście to zostało później rozszerzone w ramach racjonalności ekologicznej.

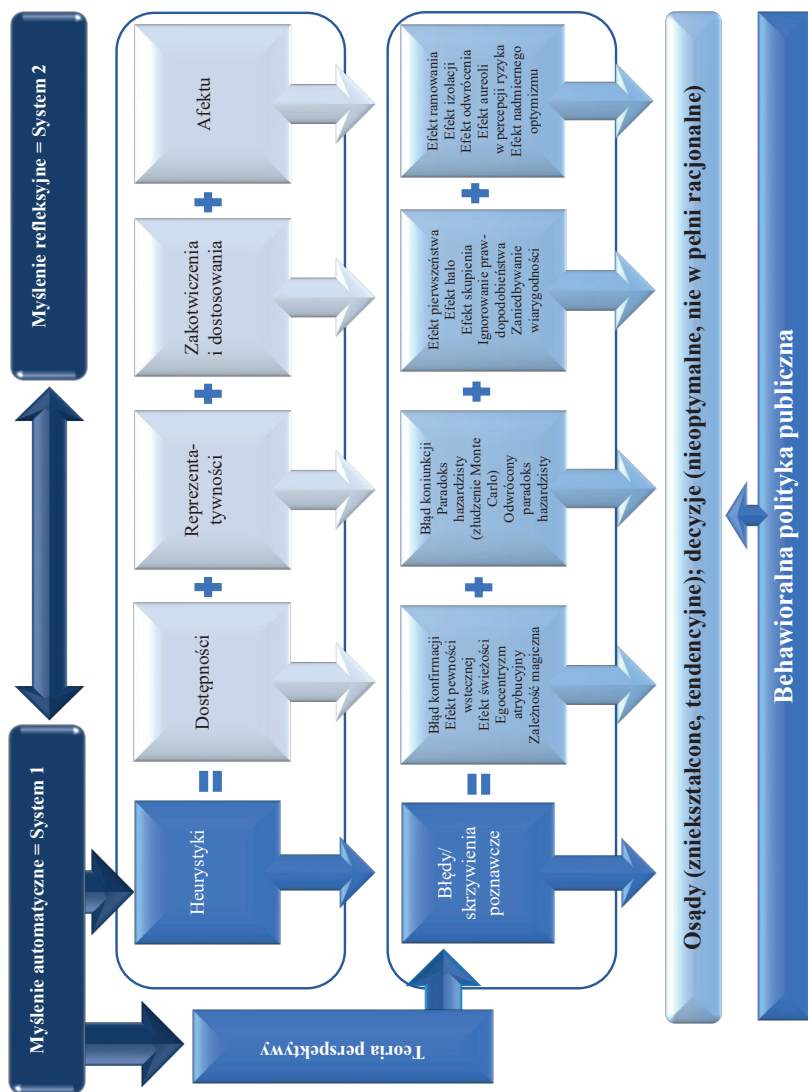
Według G. Gigerenzera i in. (1999, s. 5–6, 13) ludzkie rozumowanie i podejmowanie decyzji można modelować za pomocą szybkich i oszczędnych heurystyk, które pozwalają wyciągać wnioski przy ograniczonym czasie i wiedzy.

Heurystyki odnoszą się do ekonomicznych skrótów przetwarzania informacji lub prostych reguł, które ignorują informacje (Marewski i in., 2010). Są one strategiami decyzyjnymi, regułami stosowanymi do rozwiązania danego problemu, które ewoluowały równoległe z podstawowymi mechanizmami psychologicznymi (Gigerenzer i Brighton, 2009). Postrzegać je należy jako narzędzia adaptacyjne, stosowane rutynowo, które pozwalają podejmować trafne, wydajne i solidne decyzje w warunkach niepewności (Neth i Gigerenzer, 2015, s. 6). Nie wymagają dużej liczby obliczeń ani ustalania prawdopodobieństw czy użyteczności, a pozwalają na szybkie i oszczędne podejmowania decyzji przez jednostki. Są modelami ograniczonej racjonalności, a z opisowego punktu widzenia mają na celu uchwycenie, w jaki sposób prawdziwe umysły podejmują decyzje w warunkach ograniczonego czasu i wiedzy. W świecie niepewności *Homo sapiens* można określać mianem *Homo heuristicus*. Heurystyka zapewnia realistyczną alternatywę dla ideału optymalizacji i jest ekologicznie racjonalna w stopniu, w jakim jest dostosowywana do struktury środowiska (Gigerenzer i in., 1999, s. 13; Neth i Gigerenzer, 2015, s. 3).

Podobnie uważa V. Smith, który utrzymuje, że heurystyki są immanentną cechą umysłu ludzkiego, szczególnie w obliczu jego ograniczonych zasobów obliczeniowych (Smith, 2005). Heurystyki mają charakter normatywny i deskryptywny, oparte są na kompromisie między dokładnością prognozy a wysiłkiem potrzebnym do jej oszacowania. Decydent adaptacyjny stosuje heurystyki świadomie oraz strategicznie modyfikuje je do zmieniającego się otoczenia (Frederick, 2002, s. 555; Sloman, 2002, s. 382).

Z perspektywy racjonalności ekologicznej ograniczona racjonalność opisuje, w jaki sposób ludzie (i zwierzęta) polegają na heurystyce, aby osiągnąć swoje cele. Żadnej reguły nie należy uważać za racjonalną samą w sobie; liczy się zrozumienie, kiedy dana heurystyka działa lepiej. G. Gigerenzer (2021b) twierdzi, że ekologiczna racjonalność heurystyki jest mierzona stopniem, w jakim może ona osiągnąć cel. W warunkach niepewności przy użyciu szybkich i oszczędnych heurystyk można faktycznie podejmować lepsze decyzje (Luan i in., 2019), szczególnie gdy decydent stosuje ucieleśnioną heurystykę, czyli praktyczne reguły, które wykorzystują określone zdolności sensoryczne i motoryczne jednostki, aby ułatwić podejmowanie wysokiej jakości decyzji w niepewnym świecie (Gigerenzer, 2021b).

Z punktu widzenia tej tradycji badawczej istnieją dowody wskazujące na to, że niektóre uprzedzenia w ludzkiej psychologii są adaptacyjne. Jak zauważają S. Luan i in. (2019), heurystyki są często postrzegane jako gorsze od „racjonalnych” strategii, które wyczerpująco przeszukują i przetwarzają informacje. Zdaniem G. Gigerenzer właśnie tak traktuje je program badawczy D. Kahnemana i A. Tversky’ego, którzy niewłaściwie klasyfikują wszystkie skrzywienia jako błędy, odstępstwa od pełnej

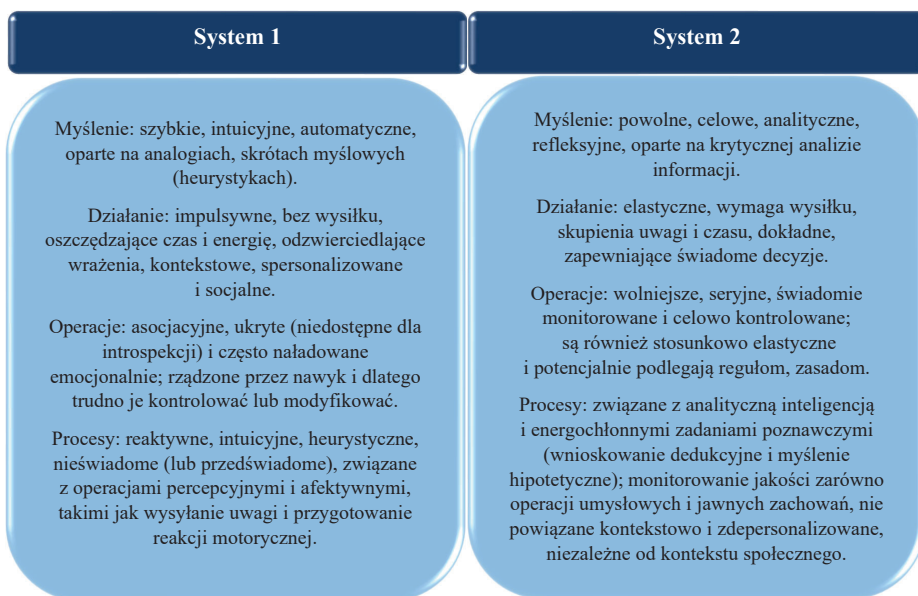


Rysunek 2.1. Podstawowe ustalenia nowej ekonomii behawioralnej i ich powiązania

Źródło: opracowanie własne na podstawie Tversky i Kahneman (1973; 1974); Tversky i in. (1982); Kahneman (2011); Zielonka (2011); Peón i Antelo (2021).

aksjomatycznej racjonalności (Gigerenzer i Brighton, 2009) i „obwiniają śmiertelników za to, że nie żyją zgodnie z tym ideałem” (Gigerenzer, 2015a, s. 365). Twórcy tego programu badawczego utrzymują jednak, że spór ten ma jedynie charakter terminologiczny (Kahneman i Tversky, 1996).

Według S. Mousaviego (2016, s. 88) program badawczy heurystyk i błędów/skrzywień poznawczych jest jednym z głównych źródeł psychologicznych spostrzeżeń czynionych przez ekonomię i finanse behawioralne. A. Tversky i D. Kahneman złączyli pojęcie heurystyki – będące centralnym punktem tworzonych przez siebie teorii – z koncepcją dwóch systemów myślenia oraz skrzywień poznawczych cechujących ludzkie procesy myślenia i podejmowania decyzji (rysunek 2.1).



Rysunek 2.2. Charakterystyki dwóch systemów myślenia

Źródło: opracowanie własne na podstawie Kahneman (2003a); Kahneman i Frederick (2005); Kahneman (2011); Grayot (2020); Samson (2022, s. 148).

Teoria podwójnego procesu umysłowego leży u podstaw większości rozważań współczesnych nauk kognitywnych i behawioralnych i odgrywa znaczącą rolę w wyjaśnieniu procesów poznawczych odpowiadających za podejmowanie decyzji przez ludzi (Thaler i Sunstein, 2008, s. 19–22; Grayot, 2020; Wang i in., 2022). Teoria ta jest także punktem wyjściowym rozważań R. Thalera i C. Sunsteina (2008) nad wykorzystaniem ustaleń ekonomii behawioralnej w polityce publicznej, które

omówione zostaną w kolejnych rozdziałach. R. Thaler i C. Sunstein (2008, s. 19) dwa sposoby myślenia określają jako automatyczny i refleksyjny. Z kolei K.E. Stanovich i R.F. West (2002) wyróżnione dwa systemy myślenia nazwali Systemem 1 i Systemem 2. Określenia te zaadaptował D. Kahneman (2003b, 2011, s. 17) i połączył z metaforami myślenia szybkiego (intuicyjnego) i wolnego (celowego)¹ (rysunek 2.2).

Standardowy pogląd teorii podwójnego procesu sugeruje, że różne aspekty ludzkiego poznania, takie jak rozumowanie, osąd i podejmowanie decyzji, można sklasyfikować jako wynik dwóch typów przetwarzania umysłowego (Frankish i Evans, 2009; Evans i Stanovich, 2013; Mugg, 2016; Grayot, 2020). Model podwójnego procesu został wzmocniony dowodami pochodzącymi z badań różnych rejonów mózgu odpowiedzialnych za automatyczne przetwarzanie informacji (Wang i in., 2022).

Dualizm poznawczy człowieka został szczegółowo omówiony przez D. Kahnemana już podczas jego wykładu *Maps of bounded rationality*, wygłoszonego w 2002 roku na ceremonii wręczenia Nagród Nobla (*The Severigs...*, 2002b). Według D. Kahnemana (2003a) istnieje znaczna zgoda co do cech wyróżniających dwa typy procesów poznawczych². Wskazuje on, że ogólna zdolność ludzi do wysiłku umysłowego jest ograniczona, a procesy go wymagające kolidują ze sobą, przez co wykonywanie kilku takich czynności naraz jest trudne lub wręcz niemożliwe. Z chwilą gdy odwracamy uwagę od pewnych czynności, ulegają one przerwaniu. Jeśli jednostka się odpowiednio nie przygotuje i nie skupi, zadanie zostanie wykonane gorzej albo skończy się niepowodzeniem (Kahneman, 2003b; 2011, s. 23). System 1 szybko proponuje intuicyjne odpowiedzi na pojawiające się problemy z oceną, a System 2 monitoruje jakość tych propozycji, które może poprzeć, poprawić lub zastąpić. Oba systemy mogą być aktywne jednocześnie. Automatyczne i kontrolowane operacje poznawcze rywalizują o kontrolę nad jawnymi reakcjami, a przemyślane osądy prawdopodobnie pozostaną zakotwiczone w początkowych wrażeniach (Kahneman i Frederick, 2005, s. 267). System 1 ma trudności w ograniczeniu swoich działań do tego, co polecił mu System 2, który z kolei może w nieznacznym stopniu wpływać na działanie Systemu 1 i programować takie funkcje jak uwaga czy pamięć, które normalnie działają automatycznie. Wprawdzie niektóre czynności umysłowe odbywają się

¹ Nie są to jedyne odmiany dualistycznych systemów (typów) decyzyjnych wykorzystywanych w ekonomii. W literaturze przedmiotu funkcjonują inne, których zestawienia dokonał J.D. Grayot (2020). Jak podkreśla ten autor, mimo różnego nazewnictwa systemy te opierają się na tej samej logice, zgodnie z którą dualistyczne struktury powodują wewnętrzny konflikt i wytwarzają różne rodzaje zjawisk wyboru, a to skutkuje zastosowaniem modelu optymalizacji z ograniczeniami.

² D. Kahneman (2011) podkreśla, że mówiąc o dwóch systemach, nie należy zakładać, że ludzki umysł składa się z dwóch modułów, dwóch odrębnych bytów. Funkcjonowanie w ludzkim umyśle Systemu 1 i Systemu 2 jest pewną ideą, przenośnią, która symbolicznie dzieli na dwa typy oraz w przystępny sposób pozwala zrozumieć różnorodne skomplikowane procesy poznawcze zachodzące w ludzkim umyśle.

zupełnie mimowolnie (działanie Systemu 1), ale mogą natychmiast mobilizować uwagę Systemu 2, który z kolei możemy kontrolować za pomocą własnej woli. Nasza uwaga pozostaje zatem pod kontrolą obydwu systemów, a ograniczenia własnej uwagi są również uwzględnione w normach społecznych (Kahneman, 2011, s. 21, 76). Według A. Samsona i B.G. Voyera (2012; 2014) System 1 dominuje w podejmowaniu decyzji pod wpływem zajętości poznawczej, rozproszenia uwagi, presji czasu i pozytywnego nastroju, natomiast procesy Systemu 2 są zwykle wzmacniane, gdy decyzja dotyczy ważnego obiektu czy problemu, ma większe znaczenie osobiste i gdy decydent będzie za nią pociągnięty do odpowiedzialności przez innych.

Jak wskazuje D. Kahneman (2011, s. 17), charakterystyczne cechy Systemu 1 silnie podważają obowiązujące w standardowej ekonomii założenie, że uczestnicy gospodarki działają racjonalnie. Teoria dualnego procesu, zgodnie z którą podejmowanie decyzji przez jednostki może przebiegać albo w sposób przemyślany, analityczny i ustrukturyzowany, albo w sposób intuicyjny, automatyczny i nawykowy, jest próbą opracowania bardziej realistycznych modeli decyzyjnych. Według J.D. Grayota (2019) dostarczyła ona ekonomistom behawioralnym i neuroekonomistom psychologicznie wiarygodnych podstaw do ukazania wewnętrznej dynamiki podejmowania decyzji. Model procesu dualnego stał się także teoretyczną podstawą *nudgingu* (Marteau i in., 2012) i punktem wyjściowym rozważań R. Thaler i C. Sunsteina (2008) nad libertariańskim paternalizmem (Grayot, 2020), czyli wykorzystaniem ustaleń ekonomii behawioralnej w polityce publicznej, przedstawionym w rozdziale 5. Zdaniem L.C. Leonga (2011, s. viii–ix) z perspektywy ludzkich działań, czyli także reakcji na politykę publiczną, problematyczne nie jest to, że dualny system myślenia istnieje, ale to, że często, gdy sytuacja wymaga użycia systemu refleksyjnego, wolnego, ludzie opierają się na systemie szybkim, intuicyjnym.

Pierwszym i być może najbardziej znanym przykładem wykorzystania teorii i modelu procesu dualnego jest badanie osądów i podejmowania decyzji w warunkach ryzyka i niepewności w tradycji heurystyk i uprzedzeń poznawczych (Tversky i Kahneman, 1973; 1974; Kahneman i in., 1982, s. xi–xii; Kahneman i Frederick, 2002; 2005). W rozumieniu A. Tversky’ego i D. Kahnemana człowiek jest niezdolny do bezbłędnej analizy danych, często działa pod presją czasu, posługuje się wykształconym zespołem uproszczonych reguł i intuicji. Heurystyka to strategia rozumowania, którą ludzie posługują się nieświadomie, a która ignoruje część informacji i bardziej złożone metody wnioskowania po to, aby proces decyzyjny był szybki i absorbował mniej wysiłku. Wspólną cechą heurystyk jest nieświadoma zamiana pytania trudnego na łatwe (Tversky i Kahneman, 1974, s. 1124; 1992, s. 317). Umysł ludzki z powodu ograniczeń poznawczych stosuje heurystyki, które prowadzą do decyzji mniej niż optymalnych albo naruszają aksjomaty racjonalnych decyzji. W myśl programu badawczego heurystyk i błędów poznawczych, gdyby ludzie podejmowali świadome

decyzje oparte na większej ilości informacji, poparte większą ilością obliczeń i absorbujące więcej czasu, to otrzymywaliby lepsze wyniki. I chociaż początkowo nie odwoływano się jawnie do teorii procesu dualnego, to podkreślić należy, że te pierwsze spostrzeżenia odnoszą się do działania Systemu 1.

Staranne rozumowanie ma heurystyczną alternatywę, która czasami całkiem nieźle się sprawdza, a czasami prowadzi do poważnych błędów (Kahneman, 2011, s. 83–84). Dlatego heurystyki traktuje się jako „skrótów mentalne”, nieoptymalne strategie wynikające z mniej niż racjonalnego osądu, czyli uproszczone sposoby przetwarzania informacji, wydawania osądów, rozwiązywania problemów i podejmowania decyzji. Ponadto w podejściu tym osądy są uważane za tendencyjne, czyli zniekształcone, ponieważ umysł jest predysponowany do popełniania błędów logicznych lub statystycznych w systematyczny sposób (Mousavi, 2016, s. 89) i nieświadomie, bez względu na intencje, wykształcenie czy nawet samoświadomość. Wprawdzie heurystyki odgrywają ważną rolę w tworzeniu osądów (oceniu, szacowaniu, prognozowaniu), są jednak niezgodne z logiką (Kahneman, 2011, s. 130). Przeważnie są one elementem systemu szybkiego myślenia człowieka (Systemu 1), którym jednostka posługuje się intuicyjnie, gdy opiera się na przecuciach i emocjach podczas rozwiązywania większości problemów. Natomiast system wolnego myślenia (System 2), który bazuje na działaniach analitycznych, jednostka angażuje dopiero wówczas, gdy System 1 nie jest w stanie sam poradzić sobie z problemem (Kahneman i Frederick, 2005, s. 265; Toplak i in., 2011; Stanovich i Toplak, 2012).

Twórcy omawianego programu badawczego wyróżnili początkowo trzy opisane w tabeli 2.1 główne heurystyki: dostępności, reprezentatywności oraz zakotwiczenia i dostosowania (Tversky, Kahneman, 1973; 1974; Tversky i Kahneman, 1982a, s. 3), mające bardzo ogólne zastosowanie, co oznacza, że ich działanie można dostrzec w każdej dziedzinie ludzkiej aktywności.

Według D. Kahnemana i S. Fredericka (2002, s. 56) czwarta z heurystyk (afektu) także powinna być uważana za mającą ogólne przeznaczenie. Zdaniem tych autorów z perspektywy czasu niezdolność do wcześniejszego zidentyfikowania heurystyki afektu odzwierciedla wąskie skupienie poznawcze, które charakteryzowało psychologię przez kilka dziesięcioleci. Wskazują dalej, że ponieważ dobro i zło występują w wielu różnych odmianach, które najlepiej postrzegać jako blisko spokrewnione, ale możliwe do odróżnienia atrybuty wartościujące, idea heurystyki pojedynczego afektu powinna być traktowana jako użyteczne uproszczenie. Obecnie istnieją przekonujące dowody na to, że każdy bodziec wywołuje afektywną ocenę i że ocena ta może wystąpić poza świadomością, a podstawowa reakcja afektywna może być wykorzystana jako atrybut heurystyczny dla szerokiej gamy bardziej złożonych ocen (Kahneman i Frederick, 2002, s. 57).

Tabela 2.1. Heurystyki ogólnego zastosowania

Nazwa	Opis
Heurystyka dostępności	Przypisywanie większego prawdopodobieństwa zdarzeniom, które łatwiej przywołać z pamięci, które miały miejsce niedawno, dla których zna się większą liczbę podobnych przypadków lub ich wyrazistość jest większa, a częstość wystąpienia uzależniona od skojarzenia z konkretnym przykładem danego zjawiska. Ludzie wnioskują bądź określają prawdopodobieństwo zdarzenia, kierując się łatwością, z jaką są w stanie odtworzyć przeszłe zdarzenia; im łatwiejszy dostęp w pamięci do jakiegoś zdarzenia, tym bardziej prawdopodobne wydaje się wystąpienie tego zdarzenia lub tym większa wydaje się liczebność (waga) zdarzeń określonej kategorii
Heurystyka reprezentatywności	Skrót myślowy używany przy ocenianiu prawdopodobieństwa korelacji między zdarzeniami lub uproszczona metoda wnioskowania polegająca na dokonywaniu klasyfikacji przynależności obiektu na podstawie częściowego podobieństwa jego cech do przypadku typowego, charakterystycznego, reprezentatywnego, który już znamy (do wzoru, prototypu, który nosimy w umyśle). Wiąże się z przekonaniem o poprawności wyniku, który jest najbardziej reprezentatywny dla danej próby. Używając tej heurystyki, ludzie formułują ogólne wnioski na podstawie małej próby bądź pojedynczych zdarzeń i popełniają poważny błąd, gdyż ocena podobieństwa i ocena prawdopodobieństwa kierują się całkowicie różnymi zasadami logiki
Heurystyka zakotwiczenia i dostosowania	Tendencja do przyjęcia pierwszej informacji, wartości (często zasugerowanej przez innych) jako punktu odniesienia (kotwicy) i stopniowego dostosowania się do niej (mentalnego odsuwania się od kotwicy, tzw. zjawisko dopasowania) podczas odpowiadania na pytanie, podejmowania decyzji czy wydawania osądu. W wielu sytuacjach ludzie dokonują estymacji na podstawie początkowych wartości, a zasugerowana wartość (informacja) jest modyfikowana zależnie od ich wiedzy oraz kontekstu
Heurystyka afektu	Podejmowanie decyzji pod wpływem bieżących stanów emocjonalnych, np. strachu, złości, radości, przyjemności. Afekt (uczucie, emocja) trwa krócej niż nastrój, pojawia się szybko i mimowolnie w odpowiedzi na bodziec, a odczuwany stan emocjonalny (afekt) wykorzystywany jest jako wskaźnik ocenianego zjawiska. Przy formułowaniu osądu ludzie bardziej polegają na swoim ogólnym afektywnym wrażeniu na temat obiektu, niż poznawczo ważą wszystkie dostępne informacje. Ludzie pozwalają, aby o ich poglądach na rzeczywistość decydowały upodobania i niechęć, a podczas dokonywania osądów i podejmowania decyzji na podstawie własnych emocji ignorują prawdopodobieństwo (wykazują tendencję do pomijania prawdopodobieństwa zdarzeń)

Źródło: opracowanie własne na podstawie Kahneman i Tversky (1973, s. 237); Tversky i Kahneman (1974, s. 112, 1127); Tversky i Kahneman (1982b, s. 32–47; 1982c, s. 164–165); Slovic i in. (2002, s. 378–379); Kahneman i Frederick (2002, s. 57); Slovic i in. (2007); Kahneman (2011, s. 88, 101–102, 116, 126–127); Zielonka (2011, s. 65).

Heurystyka afektu sugeruje, że emocja odgrywa główną rolę w podejmowaniu decyzji czy rozwiązywaniu problemów, a silne reakcje emocjonalne (instynktowne) często zastępują dokładniejsze rozumowanie (Sunstein, 2002a, s. 29). Oceny emocjonalne są zazwyczaj szybkie, zgeneralizowane i nastawione na poszukiwanie spójności, dlatego osądy oparte na afekcie są wyraźniejsze, gdy ludzie nie mają zasobów ani czasu na refleksję (Finucane i in., 2000; Morewedge i Kahneman, 2010; Kahneman, 2012, s. 116).

Chociaż z reguły reakcje afektywne pojawiają się szybko i automatycznie, to przeprowadzone badania dostarczyły dowodów także na to, że jednostki używają afektu jako heurystyki również przy formułowaniu bardziej złożonych osądów (Slovic i in., 2007). Badania dowodzą także, że afekt (emocja) jest centralnym elementem obu procesów myślenia, które wypracowały reakcje psychosomatyczne na podstawie doświadczenia lub logicznego rozumowania, i jest wykorzystywany jako dane wejściowe do wielu ocen, ponieważ często dostarcza użytecznych informacji (Pham i Avnet, 2009; King i Slovic, 2014).

Istnieją różne klasy heurystyk. W zależności od ich zakresu można wyróżnić zarówno te pokazane na rysunku 2.1, które mają charakter ogólnego przeznaczenia, jak i inne, opracowane w psychologii społecznej³, a także bardziej specyficzne dla konkretnej dziedziny (Shah i Oppenheimer, 2008). W podejmowaniu decyzji ludzie stosują zatem także inne heurystyki, których ugruntowanie w literaturze naukowej jest stosunkowo mniejsze. Niektóre z nich mogą być wariantem heurystyk opisanych wcześniej, a inne mogą wymagać stosownego przekategoryzowania i dziedzinowego dostosowania. Niemniej wszystkie heurystyki obrazują praktyczne mechanizmy powszechnie stosowane w wydawaniu osądów i podejmowaniu decyzji. Według H. Shefrina (2000, s. 21) ludzie często opracowują praktyczne zasady podejmowania decyzji, ponieważ informacje są rozległe, rozproszone, ciągle się zmieniają, a ich gromadzenie jest kosztowne. Jednak zasady te często prowadzą ludzi do popełniania pewnych pomyłek. Jak wskazuje D. Hirshleifer (2008), heurystyki mogą być potężne i dokładne, ale niewłaściwie zastosowane mogą spowodować duże błędy.

Drugim z przykładów wykorzystania teorii i modelu procesu dualnego jest przedstawiona przez A. Tversky'ego i D. Kahnemana (1979) teoria perspektywy, której rozszerzoną wersję nazwano teorią kumulatywnej perspektywy (Tversky i Kahneman, 1992). Według D. Peón i M. Antelo (2021) teoria perspektywy jest najbardziej odpowiednią opisową teorią podejmowania decyzji w warunkach niepewności.

³ Ich liczba ciągle się zmienia. Na przykład A.W. Kruglanski i G. Gigerenzer (2011) opisują dziesięć heurystyk, a H. Neth i G. Gigerenzer (2015b) przedstawiają przykładową, ale – jak sami podkreślają – niepełną listę dwunastu heurystyk. Wskazują także, że pytanie, którą heurystykę wybrać dla jakiej klasy problemów, jest tematem normatywnego badania racjonalności ekologicznej.

Stanowi ona krytykę teorii oczekiwanej użyteczności – deskryptywnego modelu decyzji podejmowanych pod wpływem ryzyka (Tversky i Kahneman, 1979, s. 263) i tłumaczy anomalie oraz odstępstwa od tej teorii (Wilkinson, 2008, s. 142).

Zdaniem D. Kahnemana (2011, s. 273) u podstaw teorii perspektywy leżą cechy poznawcze odgrywające istotną rolę w ocenie wyników finansowych, wspólne dla wielu automatycznych procesów percepcji, osądu i emocji. Teoria perspektywy wyjaśnia, w jaki sposób jednostki oceniają wyniki ryzykownych opcji i w konsekwencji dokonują wyborów za pomocą funkcji wartości, w której nośnikami wartości są zmiany majątku w stosunku do punktu odniesienia (efekt ramowania, naruszający założenie niezmienności, stabilności preferencji – zob. tabela 2.2), a nie aktywów końcowych, oraz funkcji ważenia prawdopodobieństwa, w której prawdopodobieństwa są zastępowane przez wagi decyzyjne.

Tabela 2.2. Wybrane skrzywienia i uprzedzenia behawioralne

Nazwa	Opis	Autor
1	2	3
Błąd konfirmacji (efekt potwierdzenia)	Skłonność do selektywnego wyszukiwania i skupiania się na informacjach, które potwierdzają z góry przyjęte założenia (oczekiwania, hipotezy) oraz ignorowania dowodów, które im przeczą	Plous (1993)
Efekt pewności wstecznej (wiedzy po fakcie)	Skłonność do oceniania przeszłych wydarzeń jako bardziej przewidywalnych, niż były w rzeczywistości	Roese i Vohs (2012)
Efekt świeżości	Skłonność do lepszego przypominania sobie informacji, które pojawiły się jako ostatnie	Murdock (1962)
Egocentryzm atrybucyjny	Skłonność do przeceniania własnego wkładu w wynik osiągniany wspólnie z innymi osobami	Schacter i in. (2011)
Zależność magiczna	Skłonność do polegania na intuicyjnym pojęciu podobieństwa, aby oszacować, co pasuje do czego; nierozróżnianie między podobieństwem a prawdopodobieństwem współwystępowania; przekonanie, że przedmioty i zdarzenia, które są do siebie podobne występują razem lub wpływają na siebie	Shweder i in. (1977)
Błąd koniunkcji	Skłonność do zawyżania prawdopodobieństwa posiadania przez obiekt pewnej cechy, jeśli występuje ona z inną cechą	Tversky i Kahneman (1982b, s. 34)
Paradoks hazardzysty (złudzenie Monte Carlo)	Skłonność do przeceniania prawdopodobieństwa wylosowania wyniku, który dawno nie wystąpił, czyli traktowanie losowych zdarzeń niezależnych od siebie jako zależnych; przekonanie, że w małych próbach także występują określone regularności	Ayton i Fischer (2004)

1	2	3
Odwrócony paradoks hazardzisty (błąd retrospektywnego hazardzisty)	Skłonność do wnioskowania na podstawie wyniku, który uważa się za zaskakujący lub niezwykły, że prawdopodobnie istnieje o wiele więcej zdarzeń, z których większość ma znacznie mniej zaskakujące lub niezwykłe wyniki	Hacking (1987)
Efekt pierwszeństwa	Skłonność do lepszego przypominania sobie informacji, które pojawiły się jako pierwsze	Murdock (1962)
Efekt halo	Skłonność do przypisywania osobie pozytywnych lub negatywnych cech na podstawie pierwszego wrażenia	Aronson (1997)
Efekt skupienia	Skłonność do przywiązywania zbyt dużej wagi do jakiegoś szczegółu, prowadząca do zaburzonej oceny użyteczności planowanego działania	Kahneman i in. (2006)
Ignorowanie prawdopodobieństwa	Skłonność do lekceważenia prawdopodobieństwa lub ryzyka przy podejmowaniu decyzji w obliczu niepewności	Sunstein (2002b)
Zaniedbywanie wiarygodności (miarodajności)	Skłonność do podejmowania decyzji na podstawie nieistotnych danych i pomijania istotnych – w szczególności gdy są dostępne informacje statystyczne na temat ich miarodajności	Kahneman i Tversky (1973)
Efekt ramowania	Ocena i wybór zależą od sposobu zaprezentowania problemu; niewielka różnica w sformułowaniu komunikatu może prowadzić do odmiennego zachowania jego odbiorcy	Zielonka (2017)
Efekt izolacji	Skłonność do działania na podstawie informacji, które wyróżniają się i różnią od pozostałych	Hunt i Lamb (2001)
Efekt odwrócenia	Skłonność do awersji do ryzyka po stronie zysków i wzrost skłonności do ryzyka po stronie strat	Tversky i Thaler (1990)
Efekt aureoli w percepcji ryzyka	Tendencja rzutowania wiedzy o jednym pozytywnym lub negatywnym aspekcie danego obiektu na ocenę pozostałych jego właściwości	Zaleśkiewicz (2016)
Efekt nadmiernego optymizmu	Nadmierny optymizm absolutny – nieuzasadnione przekonanie, że indywidualny wynik będzie korzystniejszy niż wyniki wskazane przez obiektywny standard ilościowy (np. wskaźnik bazowy); nadmierny optymizm porównawczy – błędne przekonanie, że osobiste wyniki będą korzystniejsze niż wyniki rówieśników	Shepperd i in. (2015)
Efekt pewności	Tendencja do preferowania mniejszego, ale pewnego zysku niż większego, ale obciążonego ryzykiem	Tversky i Kahneman (1979)

1	2	3
Efekt odbicia	Tendencja do preferowania większej, ale niepewnej straty niż mniejszej, ale pewnej	Tversky i Kahneman (1979)
Efekt <i>status quo</i>	Tendencja do utrzymania obecnego lub poprzedniego stanu rzeczy lub niepodjęcia żadnych działań w celu zmiany obecnego lub poprzedniego stanu	Samuelson i Zeckhauser (1988)

Źródło: opracowanie własne.

Zgodnie z teorią perspektywy istnieje potwierdzony dowodami eksperymentalnymi charakterystyczny wzorzec postaw wobec ryzyka – ludzie wykazują awersję do ryzyka dla zysków, ale szukają ryzyka dla strat o wysokim prawdopodobieństwie, oraz przejawiają tendencję do poszukiwania ryzyka dla zysków, ale mają awersję do ryzyka dla strat o niskim prawdopodobieństwie (efekty pewności i odbicia – zob. tabela 2.2). Ponadto bardziej stroma funkcja wartości dla strat niż dla zysków implikuje awersję do strat (Peón i Antelo, 2021).

Istnieją zatem trzy istotne cechy modelu wyboru w teorii perspektywy:

1. Zależność referencyjna – nośnikami wartości są zyski i straty określone względem punktu odniesienia. Według A. Tversky'ego i D. Kahnemana (1991) punkty odniesienia są ściśle związane m.in. z uprzedzeniami dotyczącymi *status quo* (zob. tabela. 2.2). Wyniki badań dowodzą także, że punkty odniesienia mogą zmieniać się w czasie, podążając za zyskami lub stratami (Peón i Antelo, 2021).
2. Awersja do strat – funkcja wartości jest bardziej stroma w dziedzinie ujemnej niż dodatniej, czyli jest załamana w punkcie odniesienia, wklęsła powyżej i wypukła poniżej. Zdaniem H. Shefrina (2000) ta asymetria w funkcji wartości oznacza, że ludzie bardziej odczuwają stratę, niż cieszą się zyskiem o tej samej wielkości, co jest sprzeczne z racjonalnym wyborem. Wyniki badań dowodzą także, że bardziej troszczymy się o straty finansowe innych niż o ich zyski (Hirshleifer, 2008), a niechęć do strat jest umiarkowanie dziedziczna (Cesarini i in., 2012).
3. Malejąca wrażliwość – jak wskazują A. Tversky'ego i D. Kahnemana (1979), malejąca wrażliwość jest wszechobecnym wzorcem ludzkiej percepcji. Oznacza ona, że krańcowa wartość zarówno zysków, jak i strat maleje wraz z ich wielkością, czyli efekty krańcowe są większe w przypadku zmian bliskich punktu odniesienia niż w przypadku zmian od niego oddalonych. Dotyczy to zarówno funkcji wartości, jak i wagi (Peón i Antelo, 2021).

Zdaniem C. Sunsteina (2002b) sama teoria perspektywy podkreśla szereg anomalii w reakcjach ludzi na ryzyko. Według A. Tversky'ego i D. Kahnemana (1974, s. 1124) innym źródłem takich anomalii są heurystyki ogólne. Choć są one dość przydatne, to czasami prowadzą do poważnych i systematycznych błędów. D. Kahneman (2003b; 2011, s. 11–12) dobitnie stwierdza, że przejawem stosowania heurystyk są dające się przewidzieć skrzywienia poznawcze, błędy systemowe, czyli systematyczne odchylenia od normatywnego ideału racjonalności, wynikające z tego, że dość często nieświadomie i bezkrytycznie akceptujemy wskazania Systemu 1, zamiast polegać na Systemie 2. Skrzywienia behawioralne wynikają zatem z dominacji Systemu 1 w pewnych procesach decyzyjnych i powodują, że decyzja jednostki odbiega od jej prawdziwych podstawowych preferencji, często w sposób, który może być szkodliwy dla niej lub dla społeczeństwa.

D. Peón i M. Antelo (2021) wskazują, że błędy behawioralne prowadzą do anomalii rynkowych i skutków decyzji sprzecznych z podstawowymi zasadami standardowej ekonomii i finansów. Literatura na ich temat jest bardzo obszerna i różnorodna. Wielu autorów przedstawiło różne taksonomie najistotniejszych błędów behawioralnych, ale rzadko stosuje kompleksowe podejście, a często zróżnicowane reguły klasyfikacji. Autorzy używają także różnych nazw dla podobnych pojęć, co utrudnia przedstawienie klasyfikacji obejmującej wszystkie kryteria (Peón i Antelo, 2021)⁴. Mnogość i różnorodność błędów poznawczych opisywanych w literaturze przedmiotu nie pozwala chociażby jedynie na ich wymienienie w jednym ograniczonym opracowaniu. W tabeli 2.2 przedstawiono jedynie te, które powiązane są z opisanymi czterema heurystykami oraz teorią perspektywy. Na przykład B. Benson (2022), twierdzi, że myślenie jest trudne, i opisuje 188 zidentyfikowanych obecnie błędów poznawczych, dzieląc je na grupy według czterech problemów, przy rozwiązywaniu których są one pomocne. Są to błędy, które powstają w wyniku zbyt dużej liczby informacji, niewystarczającego znaczenia (sensu), konieczności szybkiego działania, ograniczeń pamięci (Benson, 2022). Jeśli uznać, że heurystyki ogólnego przeznaczenia są prawdopodobnymi przyczynami błędów w rozumowaniu, to obok tych dotyczących sfery poznawczej wyróżnić należy błędy odnoszące się do sfery motywacyjnej (związane z preferencjami) oraz emocjonalnej (Roszkowska, 2021, s. 50).

⁴ D. Peón i M. Antelo (2021) wymieniają szesnaście różnych pojawiających się w literaturze przedmiotu taksonomii błędów behawioralnych, a także przedstawiają nową, która klasyfikuje uprzedzenia w trzech grupach. Pierwsza to heurystyki i uprzedzenia osądów, druga – uprzedzenia behawioralne należące do kategorii wyborów, trzecia – najslabiej rozwinięta w literaturze z zakresu ekonomii behawioralnej – odnosi się do wpływu czynników kulturowych i społecznych na zachowanie jednostki.

Zdaniem R. Thalera długa lista błędów (zniekształceń) behawioralnych jest zarówno błogosławieństwem, jak i przekleństwem. Z jednej strony, istnieje wiele ciekawych sposobów, w jaki ludzki rozsądek odbiega od racjonalnych oczekiwań, z których każdy oferuje możliwość świadomego poznania zachowań gospodarczych. Z drugiej jednak strony, ta długa lista wydaje się oferować teoretykom niebezpiecznie dużą swobodę (Thaler, 2016). Wprawdzie badanie heurystyk i uprzedzeń jest podstawowym elementem ekonomii behawioralnej, ale G. Gigerenzer (2018) ostrzega przed pułapką określoną jako „błąd błędu” (*bias bias*) lub inaczej podwójny błąd, oznaczającą tendencję do dostrzegania uprzedzeń (błędów) nawet wtedy, gdy ich nie ma.

Występowanie błędów i skrzywień behawioralnych, będących nieodłącznym elementem ludzkiego rozumowania, jest pierwszym ważnym odkryciem ekonomii behawioralnej i psychologii kognitywnej. Według R. Thalera (2018a) jest to jedna z ważnych lekcji ekonomii behawioralnej. Jest ona ważna nie tylko z punktu widzenia teorii, ale ma również znaczenie praktyczne, ponieważ wiele drobnych indywidualnych błędów może powodować efekty zewnętrzne i sumować się do dużych kosztów zarówno dla jednostek, jak i społeczeństwa.

Drugie ważne odkrycie ekonomii behawioralnej i psychologii dotyczy tego, że ludzkie pomyłki w myśleniu, wydawaniu osądów i podejmowaniu decyzji mają charakter systemowy, czyli popełniamy je wystarczająco często, aby było dostatecznie dużo dowodów ujawniających ich wzorzec. Jak to określa R. Thaler (2018a), w naszej ograniczonej racjonalności jesteśmy dość przewidywalni, co oznacza, że odstępstwa od modeli racjonalnego wyboru również mogą być przewidywalne. Przewidywalność ludzkich błędów okazała się niezwykle ważna dla rozwoju samej ekonomii behawioralnej. Oznacza także, że zniekształcenia ludzkiego rozumowania w postaci powtarzalnych wzorców mogą być weryfikowane empirycznie (McShane i in., 2013), a rozpoznanie warunków ich występowania (środowiska, ram decyzyjnych) zachęci ludzi do dokonania najlepszego wyboru. Błędy behawioralne mogą być zatem ograniczane lub można im przeciwdziałać, czyli można zmniejszać lub eliminować związane z nimi koszty (indywidualne i społeczne) lub zwiększać korzyści (użyteczności) podejmowanych decyzji.

W ostatnich latach obok nurtu opartego na heurystykach i uprzedzeniach pojawił się nurt w ekonomii behawioralnej, który nie tylko uznaje efekty ram sytuacyjnych (decyzyjnych) i niestabilność preferencji, ale sugeruje, że indywidualne preferencje są kształtowane na głębszym i trwalszym poziomie przez czynniki społeczno-kulturowe (Fehr i Hoff, 2011; Hoff i Stiglitz, 2016; Hargreaves Hep, 2020). To, że zachowanie jednostek nie powstaje w próżni i nie opiera się wyłącznie na czyichś cechach czy inteligencji, należy określić jako trzecie ważne odkrycie ekonomii behawioralnej (i psychologii społecznej). Chociaż, jak wskazują D. Peón i M. Antelo (2021),

literatura z zakresu ekonomii behawioralnej odnosząca się do wpływu czynników kulturowych i społecznych na zachowanie jednostki jest najsłabiej rozwinięta, to na jej podstawie można stwierdzić, że ludzie kierują się nie tylko indywidualnymi cechami. Są raczej istotami społecznymi, a ich zachowanie jest silnie stymulowane przez grupę, z którą się łączą i identyfikują. Ludźmi kierują zatem także pragnienie dostosowania się, uznania i docenienia przez innych, czynniki ukształtowane przez normy społeczne oraz czynniki kulturowe.

Ludzie z otoczenia mają na nas ogromny wpływ – rodzina, przyjaciele i współpracownicy, a także nieznajomi, z którymi mamy tylko pobieżny kontakt. Mamy skłonność do kopiowania lub naśladowania zachowań, opinii i wyborów otaczających nas osób. Przejawia się to pod postacią uprzedzeń grupowych, takich jak myślenie grupowe, zachowanie stadne i efekty modowe, które mogą być postrzegane jako konsekwencje kaskad informacyjnych – media informacyjne mogą być nośnikami rozpowszechniania pomysłów (Wu, 2015). Znaczenie mają także normy społeczne, takie jak uczciwość i sprawiedliwość, współpraca czy altruizm (Peón i Antelo, 2021).

Te trzy odkrycia (lekcje) ekonomii behawioralnej tworzą podstawę spostrzeżeń behawioralnych wykorzystywanych w procesie tworzenia i implementacji behawioralnej polityki publicznej opisanych w kolejnym rozdziale.

3. Spostrzeżenia behawioralne a polityka publiczna

Obok ekonomii behawioralnej także inne nauki, takie jak psychologia (poznawcza i społeczna), socjologia, antropologia, neuronauka, teoria podejmowania decyzji, kognitywistyka czy teoria zachowań organizacyjnych i grupowych (OECD, 2017a, s. 3), ukazują złożony obraz ludzkiego zachowania, na które wpływ mają różnorodne czynniki, np. pragnienia i potrzeby, normy i wartości społeczne, kontekst infrastrukturalny i instytucjonalny oraz klimat gospodarczy i polityczny (Mont i Power, 2013).

Ustalenia ekonomii behawioralnej oraz pozostałych nauk badających zachowanie ludzi i podejmowanie przez nich decyzji są elementem wiedzy behawioralnej, która powinna być wykorzystywana w wielu dziedzinach, w tym polityce publicznej, jej projektowaniu, wdrażaniu i ocenie jej instrumentów (Wolff i Schönherr, 2011; Mont i in., 2014, s. 9; Ewert, 2020, s. 340). Wiedza ta przyczynia się do formułowania spostrzeżeń behawioralnych (*behavioural insights*, SB¹), które w szerokim ujęciu zdefiniować należy jako wiedzę lub fragmenty wiedzy (nie opinie) oparte na ustaleniach empirycznych (nie intuicji) nauk behawioralnych i społecznych na temat zachowania

¹ Spostrzeżenia (wglądy) behawioralne są jednym z trzech względnie odrębnych nurtów badań kwestii skuteczności narzędzi polityki w kształtowaniu zmiany behawioralnej. Pozostałe dwa nurty to projektowanie polityki oraz ewaluacja jej programu (Shafir, 2013b; OECD 2017a; Howlett i in., 2018; Olejniczak i in., 2020). Zdaniem K. Olejniczaka i in. (2020) wszystkie trzy nurty wykazują: a) wspólne mechanistyczne podejście do łączenia narzędzi polityki z charakterystyką jej podmiotów i pożądaną zmianą w zachowaniu; b) starają się zastosować szersze podejście do zachowań, które wykracza poza decyzje jednostek; c) podejmują próby stworzenia zestawu narzędzi polityki, które obejmują różne logiki indukowania zmian; d) nadal stoją przed wyzwaniem zdefiniowania podstawowych „trybów i kół” do systematycznego ujawniania mechanizmów zmian, które napędzają lub utrudniają reakcje na narzędzia polityki, oraz opracowania pola do porównywania złożonych, wielonarzędziowych konfiguracji, które odnoszą się do podobnych zachowań w różnych kontekstach. Według tych autorów właściwe byłoby wykazanie synergii między tymi nurtami i zaproponowanie systematycznego podejścia, które powinno przyczynić się do pełniejszego zrozumienia skuteczności narzędzi polityki oraz przyspieszyć rozwój programu badawczego narzędzi polityki na poziomie mikro. Nurt spostrzeżeń behawioralnych, który stał się podstawą stosowania *nudges* w polityce publicznej, będących głównym tematem przedstawionych w tej monografii badań, jako jedyny został przedstawiony w tym rozdziale.

(Troussard i van Bavel, 2018), odnoszące się do opartego na dowodach zrozumienia uwarunkowań behawioralnych, a także sposobu, w jaki można zmienić zachowanie (Dewies i in., 2022).

Według M. Hallswortha i E. Kirkmana (2020, s. X) podejście oparte na SB wykorzystuje dowody świadomych i nieświadomych czynników kierujących zachowaniem człowieka w celu rozwiązania praktycznych problemów. M. Hallsworth (2023) określa SB mianem stosowanej nauki behawioralnej, przy czym wyjaśnia dodatkowo, że jest to zastosowanie ustaleń nauk behawioralnych do analizy i rozwiązywania praktycznych problemów w rzeczywistych warunkach, zwykle połączone z rygorystyczną oceną skutków wszelkich interwencji, w celu realizacji priorytetów zarówno podmiotów sektora prywatnego, jak i publicznego².

W tym szerokim ujęciu koncepcja SB odnosi się zatem do szeregu teorii i odkryć empirycznych wywodzących się z nauk behawioralnych dotyczących tego, co kształtuje ludzkie zachowanie w świecie rzeczywistym w przewidywalny sposób, w tym metodologii podejścia do tej tematyki. Jak piszą R. Lepenies i M. Małecka (2019, s. 518), mimo braku uniwersalnej definicji można wskazać, że nauki behawioralne obejmują dyscypliny, które dzielą się nie tylko indukcyjne, ale także przyczynowo-wyjaśniające i eksperymentalne podejście do problematyki ludzkich zachowań oraz teorii dualistycznego procesu poznania człowieka. M. Hallsworth (2023) podkreśla, że ekonomia behawioralna reprezentuje tylko jeden nurt stosowanej nauki behawioralnej. W konsekwencji spostrzeżenia behawioralne wykraczają poza te dostarczane przez akademicką dyscyplinę ekonomii behawioralnej, która bada wpływ czynników psychologicznych, społecznych, poznawczych i emocjonalnych na decyzje ekonomiczne jednostek i organizacji. Wprawdzie SB obejmują szerszą domenę niż podejmowanie decyzji ekonomicznych i zawierają większy zestaw wiedzy behawioralnej, to jednak ekonomia behawioralna przyciągnęła większą uwagę (Hallsworth, 2023). Z kolei bardzo dobrze skomunikowana i wysoce prestiżowa grupa badaczy z dziedziny ekonomii behawioralnej miała kluczowy wpływ na zaistnienie behawioralnej polityki publicznej w skali globalnej (Neuhaus i Curley, 2022).

Główna idea stojąca za SB opiera się na szeroko zakrojonych badaniach (w tym randomizowanych próbach kontrolnych, testach pilotażowych oraz eksperymentach laboratoryjnych, internetowych lub naturalnych), wielokrotnie wykazujących, że jednostki systematycznie odchodzą od tradycyjnie rozumianego racjonalnego

² Spostrzeżenia behawioralne w projektowaniu i wdrażaniu interwencji rynkowych nie są zupełnie nowym narzędziem lub podejściem, gdyż sprawdzone i stosowane są od dłuższego czasu w sektorze prywatnym (szczególnie w obszarze marketingu i reklamy), a także w większym stopniu przez organy regulacyjne. W ciągu ostatnich 15 lat nastąpił jednak niezwykle wzrost badań i interwencji behawioralnych w polityce publicznej w skali globalnej (Lepenies i Małecka, 2019, s. 513; Nova i Lades, 2022; Hallsworth, 2023).

zachowania. Zgodnie z tą ideą nie zawsze można polegać na założeniu, że w każdym przypadku ludzie podejmą decyzję, która doprowadzi ich do najlepszego wyniku. Według E. Shafira (2013a, s. 9) badania behawioralne zmieniły sposób, w jaki rozumiemy ludzi, a „nasze nowe zrozumienie, to nowe spojrzenie na człowieka agenta, może pomóc w zaprojektowaniu i wdrożeniu lepszej polityki publicznej”. Dlatego w węższym ujęciu SB rozumiane są jako oparte na dowodach indukcyjne podejście do informowania decydentów o ludzkich zachowaniach wpływających na wyniki gospodarcze i społeczne oraz do integracji spostrzeżeń i metodologii z nauk behawioralnych w polityce publicznej w celu zapewnienia lepszych i skuteczniejszych interwencji politycznych (Lunn, 2014; OECD, 2015, s. 6; 2019a, s. 43; Troussard i van Bavel, 2018).

Podkreślając główne braki w neoklasycznym modelu ekonomicznego zachowania ludzi, E. Dawney i H. Shah (2011) wskazują siedem kluczowych zasad będących podstawą tego, jak SB mogą być stosowane w polityce:

1. Zachowanie innych ludzi ma znaczenie – ludzie robią wiele rzeczy, obserwując innych i kopiując. Są zachęceni do kontynuowania działań, gdy czują, że inni aprobują ich zachowanie.
2. Nawyki są ważne – ludzie robią wiele rzeczy, nie myśląc o nich świadomie. Te nawyki są trudne do zmiany. Nawet jeśli ludzie chcą zmienić swoje zachowanie, nie jest to dla nich łatwe.
3. Ludzie są zmotywowani do „robienia właściwych rzeczy”. Są przypadki, gdy pieniądze działają demotywująco, ponieważ podważają wewnętrzną motywację.
4. Oczekiwania ludzi wobec siebie wpływają na to, jak się zachowują – ludzie chcą, aby ich działania były zgodne z ich wartościami i zobowiązaniami.
5. Ludzie mają awersję do strat i trzymają się tego, co uważają za „swoje”.
6. Ludzie źle kalkulują przy podejmowaniu decyzji – przywiązują nadmierną wagę do ostatnich wydarzeń, a zbyt małą wagę do odległych. Nie potrafią dobrze obliczyć prawdopodobieństwa i za bardzo się martwią mało prawdopodobnymi zdarzeniami.
7. Ludzie muszą czuć się zaangażowani i skuteczni, aby dokonać zmiany. Samo zapewnienie im zachęt i informacji niekoniecznie wystarczy. Znaczenie ma zaangażowanie i udział w osiąganiu zmiany zachowań.

Innym podsumowaniem ustaleń nauk behawioralnych jest lista czynników behawioralnych (lista „ABCD”), na której podstawie powinny być tworzone strategie behawioralne³ w polityce publicznej (OECD, 2019a, s. 13):

1. Uwaga (A – *attention*) – ludzie mają ograniczoną uwagę i zdolność zapamiętywania, ale przejawiają tendencję do reagowania na bodźce środowiskowe.

³ Wybrane strategie zostały przedstawione w rozdziale 4.

2. Tworzenie przekonań (B – *belief formation*) – ludzie przejawiają tendencję do niedoceniaania informacji i są zbyt pewni siebie podczas wykonywania różnych zadań i czynności.
3. Wybór (C – *choice*) – ludzie mają skłonność do dostosowywania się do zachowania innych i ich przekonań.
4. Determinacja (D – *determination*) – w przypadku celów długoterminowych ludzie często mają trudności z utrzymaniem motywacji, jeśli są pozostawieni samym sobie bez żadnych planów i informacji zwrotnych.

Zdaniem M. Sevgina (2020) SB to narzędzie oparte na założeniu, że kontekst i uprzedzenia behawioralne wpływają na podejmowanie decyzji i są dodatkowym źródłem nieefektywności rynku. Rządy powinny interweniować, aby naprawić te błędy. Ponieważ ludzie są podstawową grupą docelową kształtowania polityki, wykorzystanie SB ma kluczowe znaczenie dla projektowania skutecznej polityki publicznej. Tradycyjne metody tego nie uwzględniają, a zatem interwencje polityczne projektowane bez SB nie zawsze mogą przynosić skuteczne rezultaty. Natomiast te projektowane z uwzględnieniem SB mogą w niektórych przypadkach dać lepsze wyniki niż tradycyjne metody. Jednak behawioralny sposób kształtowania polityki nie zaprzecza tradycyjnemu sposobowi. Zamiast tego zakłada się, że mogą istnieć określone obszary w społeczeństwie, do których rządy powinny podchodzić z większym wyczuleniem i opracowywać bardziej szczegółowe rozwiązania polityczne dotyczące tej kwestii (Sevgin, 2020).

Według X. Troussarda i R. van Bavela (2018) korzystanie z SB polega na stosowaniu bardziej zniuansowanego i opartego na dowodach rozumienia ludzkich zachowań w celu dostarczania informacji w procesie kształtowania polityki. Wiele rozwiązań politycznych jest tradycyjnie projektowanych z ukrytym lub wyraźnym założeniem, że ludzie używają myślenia Systemu 2, podczas gdy w rzeczywistości mogą stosować System 1. Jak podkreślają C. Sunstein i L. Reisch (2019, s. 96), System 1 jest wyraźnie powiązany z możliwymi do zidentyfikowania uprzedzeniami behawioralnymi, a to stwarza szeroki zakres zarówno problemów, jak i możliwości dla polityki i prawa.

D. Halpern i R. Gallagher (2015, s. 165) uważają, że spostrzeżenia behawioralne są zasadniczo dość prostą koncepcją. Zgodnie z nią, jeśli przyjmiemy bardziej wyrafinowane modele tego, co kieruje ludzkim zachowaniem, możemy stworzyć lepszą politykę, która jest łatwiejsza, skuteczniejsza i bardziej opłacalna. R. Chetty (2015) postrzega SB nieco szerzej – jako nowe narzędzia polityki publicznej, które można wykorzystać nie tylko do wpływania na zachowanie podmiotów, ale także do ulepszania prognoz dotyczących skutków istniejących rozwiązań politycznych oraz generowania nowych implikacji dla dobrostanu jednostek i społeczności.

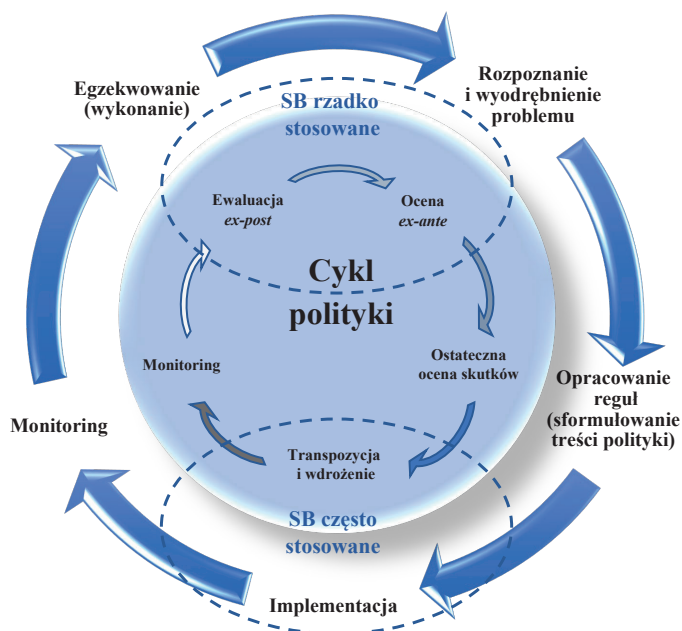
SB definiowane są także jako indukcyjne podejście do projektowania i realizacji polityki, które opiera się na eksperymentowaniu i pilotażu, dążeniu do zrozumienia

rzeczywistego zachowania beneficjentów i testowaniu możliwych rozwiązań przed wdrożeniem (OECD, 2019b, s. 13). Spostrzeżenia behawioralne pozwalają decydom lepiej przewidywać, w jaki sposób ludzie rzeczywiście reagują na politykę, a dzięki temu projektować interwencje oparte na behawioralnych informacjach, które mogą pomóc obywatelom w dokonywaniu wyborów lepszych dla nich samych i dla społeczeństwa (OECD, 2019a, s. 3). SB mogą nie tylko pomóc chronić przed nierealistycznymi założeniami dotyczącymi ludzkich zachowań, ale także zapobiegać wdrażaniu nieoptymalnych rozwiązań dyktowanych dobrymi intencjami (Lourenço i in., 2016, s. 17).

W ciągu ostatnich piętnastu lat dowody empiryczne dotyczące ludzkich zachowań stopniowo trafiały do procesu kształtowania polityki na całym świecie, na różnych poziomach sprawowania rządów. SB są uznawane przez główne organizacje międzynarodowe za cenny wkład w kształtowanie polityki i mogą być wykorzystane na różnych etapach jej stanowienia⁴ poprawiając skuteczność interwencji politycznych (Kuehnhanss, 2019). Wyniki opublikowanych w 2017 roku badań obejmujących ponad 150 zastosowań spostrzeżeń behawioralnych wykazały, że były one przeważnie wykorzystywane stosunkowo późno w projektowaniu polityki, a najczęściej sięgano po nie wtedy, gdy polityka była już wdrożona, w celu dostrojenia i poprawy jej wdrażania i zgodności (OECD, 2017a). Były jednak ważnym źródłem innowacyjnych pomysłów i możliwości zwiększających zdolność administracji publicznej do rozwiązywania złożonych problemów (OECD, 2017b, s. 40; 2017c, s. 44; 2019b, s. 18). SB mogą być wykorzystane dopiero pod koniec cyklu polityki w celu oceny skuteczności jej wdrażania, jednak ich zastosowanie jest możliwe na każdym z pięciu etapów procesu (por. rysunek 3.1), co pozwala na usprawnienie tworzenia polityki publicznej (OECD, 2019a, s. 45).

Na etapie projektowania i wdrażania stosowanie SB okazuje się opłacalnym sposobem testowania jednocześnie wielu reakcji politycznych na mniejszą skalę w celu określenia najlepszego sposobu działania. Ogranicza to ryzyko przeznaczania zasobów na pełne wdrożenie rozwiązania politycznego, w którego przypadku może być konieczne ponowne sprawdzenie go w późniejszym terminie. SB są również narzędziem diagnostycznym pozwalającym z perspektywy użytkownika zrozumieć co działa, a co nie. Można je również wykorzystać do poprawy skuteczności narzędzi kształtowania polityki, takich jak osłabianie procesu zaangażowania interesariuszy w celu lepszego zrozumienia prawdziwych preferencji obywateli. Wreszcie, SB można również wykorzystać do zmiany zachowań zbiorowych i organizacyjnych (OECD, 2019a, s. 48; Ewert, 2020).

⁴ W literaturze przedmiotu wskazuje się różną liczbę etapów (stadiów) stanowienia polityki (Howlett i Giest, 2015; Zawicki, 2016).

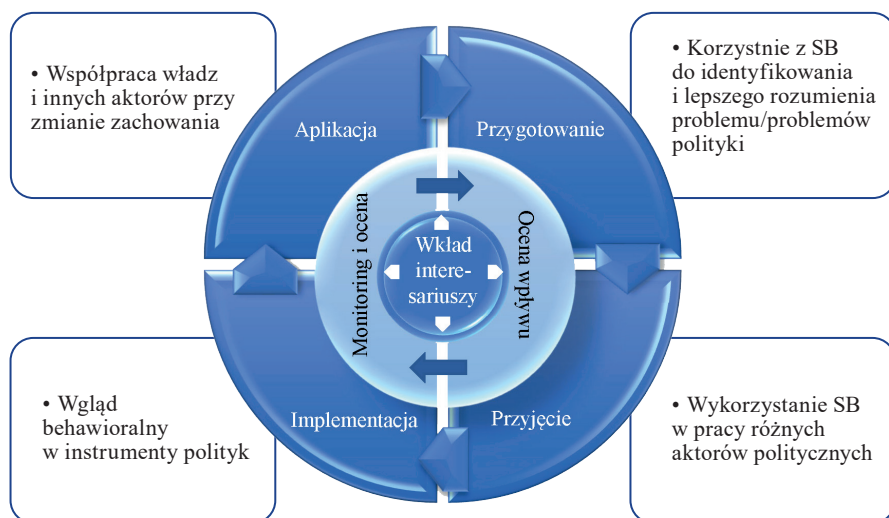


Rysunek 3.1. Spostrzeżenia behawioralne w cyklu polityki publicznej

Źródło: opracowano na podstawie OECD (2017a, s. 53; 2019a, s. 47).

SB postrzegane są przez Komisję Europejską jako jedno z podejść do oceny i ewaluacji wpływu polityki. Są osadzone w cyklu polityki, opisanym w wytycznych dotyczących lepszych uregulowań prawnych, czyli zbiorze zasad i praktyk związanych z przygotowaniem, wdrażaniem i oceną rozwiązań politycznych, środków i programów finansowych mających na celu poprawę ogólnej jakości instrumentów polityki Unii Europejskiej (UE) (Listorti i in., 2020; Baggio i in., 2021). Opierając się na cyklu polityki stosowanym w UE, który składa się z sześciu ściśle ze sobą powiązanych faz (projektowanie i przygotowywanie polityki, przyjęcie, realizacja, aplikacja, ocena, rewizja)⁵, X. Troussard i R. von Bavel (2018) przedstawili teoretyczne rozważania wskazujące, że SB powinny być wykorzystywane w całym cyklu polityki. Sposób ich zastosowania będzie różny w zależności od fazy procesu stanowienia polityki, na którym są wprowadzane (zob. rysunek 3.2).

⁵ Ten sześciopiętowy proces stanowienia polityki w UE został opracowany jako odpowiedź na krytykę za tworzenie zbyt wielu – czasem źle napisanych – regulacji, które zbyt ingerują w życie obywateli i biznesu w obszarach lepiej regulowanych na szczeblu krajowym lub na poziomie lokalnym (Golberg, 2018, s. 3). Ten proces stanowienia polityki w UE został przedstawiony i opisany w: EC (2017, s. 5–8).



Rysunek 3.2. Spostrzeżenia behawioralne w całym cyklu polityki (na przykładzie UE)

Źródło: opracowanie i uzupełnienie własne na podstawie Troussard i van Bavel (2018); Listorti i in. (2020); Baggio i in. (2021).

W początkowych etapach przygotowywania polityki SB mogą pomóc zidentyfikować i lepiej zrozumieć problemy. Mogą także mieć wpływ na tworzenie wariantów strategicznych na etapie przyjmowania, wdrażania i stosowania polityki. Na etapie wdrażania można je włączyć do instrumentów polityki, a na etapie aplikacji użyć do bezpośredniego nakłaniania do zachowania lub jego zmiany. Podczas gdy pierwsze etapy dotyczą procesów wewnętrznych tworzenia polityki, etap aplikacji wymaga współpracy z innymi organami i podmiotami. Zdaniem X. Troussarda i R. van Bavela (2018) SB są bardzo istotne, ponieważ głębsze zrozumienie zachowań pozwala na lepsze zaprojektowanie interwencji politycznych, niezależnie od instrumentu, jaki został wprowadzony w celu rozwiązania problemu. Włączenie SB do projektu instrumentu polityki w celu zwiększenia skuteczności będzie istotne, nawet jeśli celem nie jest zmiana zachowania.

Rozwiązywanie problemów i przyczynianie się do bardziej systematycznego podejścia do zmian polityki publicznej wymaga jednak spójnego stosowania SB w całym cyklu polityki, aby lepiej zrozumieć i zidentyfikować odpowiednie zachowania, przeprowadzić lepsze analizy, zaprojektować lepsze strategie polityczne i przetestować interwencje polityczne, aby stymulować zmianę mającą na celu poprawę włożonego wysiłku i wyników polityki (Lourenço i in., 2016, s. 7). Integrując SB od początku cyklu tworzenia polityki, decydenci mogą projektować strategie oparte

na behawioralnej wiedzy w różnych kwestiach, które są zgodne z rzeczywistymi zachowaniami ludzi, a nie sprzeczne z nimi, a ostatecznie poprawiać wyniki bez narażania na szwank autonomii ludzi (OECD, 2019a, s. 17).

Zdaniem H. Straßheima i S. Becka (2019) SB powinny być rozumiane jako wszystkie środki i tryby polityki publicznej oparte na wiedzy behawioralnej, które mają na celu wpływ na zachowanie jednostek lub grup. Według G. Loewensteina i N. Chatera (2017) mogą one pomóc w zwiększeniu skuteczności polityki i ograniczeniu niezamierzonych konsekwencji. Zdaniem M. Gopālana i M. Piroga (2017) SB można także wykorzystać do informowania o konwencjonalnym kształtowaniu polityki poprzez dostarczanie dowodów na temat problemów politycznych i oczekiwanych implikacji behawioralnych (konkretnych kombinacji) narzędzi politycznych. To podejście behawioralne łączy niskie koszty z wysoką skutecznością i jest obiecujące, gdyż pozwala tworzyć precyzyjniejsze, tańsze i skuteczniejsze rozwiązania publiczne (OECD, 2017c, s. 168; Olejniczak i in., 2019).

D. Halpern i M. Sanders (2016) twierdzą, że wprawdzie prawie cała polityka publiczna jest formą wpływu behawioralnego, jeśli ma na celu wpływanie na działania ludzi przez ustawodawstwo, rozporządzenia lub dostarczanie informacji, ale jednak obecnie twórcy polityki skłaniają się do zachęcania ludzi do zmiany zachowania. Rządy zawsze starały się poprawić dobrobyt społeczny, wprowadzając polityki, które często pociągają za sobą zmianę zachowań obywateli. Jednak dopiero niedawno paradygmat behawioralny, definiowany przez M. Gopālana i M. Piroga (2017) jako włączenie wyników nauk behawioralnych do polityki publicznej, przeniknął politykę publiczną. Nowy paradygmat projektowania rozwiązań publicznych zyskał popularność wśród rządów, a naukowcy behawioralni z pewnością mogą twierdzić, że ich ustalenia wykorzystane w różnych interwencjach wpłynęły na życie dziesiątek milionów ludzi (Halpern i Sanders, 2016).

Pomocą w uporządkowaniu myślenia o rozwiązaniach politycznych opartych na dowodach z nauk behawioralnych jest klasyfikacja różnych rodzajów behawioralnych inicjatyw politycznych (określanych także inicjatywami polityki behawioralnej), którą przedstawili J. Lourenço i in. (2016, s. 15–16). Autorzy ci wyróżnili trzy szerokie kategorie inicjatyw polityki behawioralnej według stopnia, w jakim SB pomogły je ukształtować:

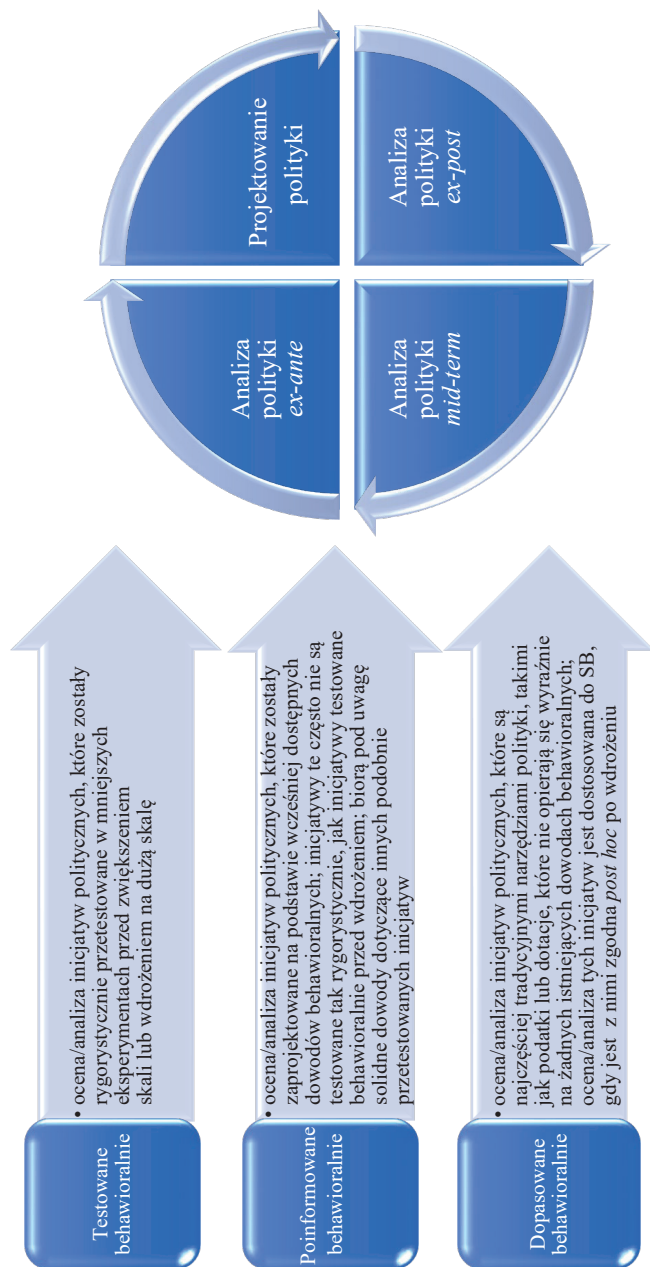
1. Inicjatywy przetestowane behawioralnie – jawnie przetestowane lub skalowane po wstępnym eksperymencie *ad hoc* (eksperymenty pilotażowe w laboratoriach lub mniejsze eksperymenty terenowe przed zwiększeniem skali).
2. Inicjatywy oparte na informacjach behawioralnych (poinformowane behawioralnie) – opracowane po wyraźnym przeglądzie wcześniej istniejących dowodów behawioralnych, chociaż nie korzystają z żadnego konkretnego wcześniejszego eksperymentu *ad hoc*.

3. Inicjatywy dostosowane behawioralnie – można w nich zidentyfikować SB, chociaż nie opierają się wyraźnie na żadnych dowodach behawioralnych, dostępnej literaturze czy dowodach pochodzących z testu *ad hoc*. Są to inicjatywy, w których dźwignia behawioralna jest wykorzystywana do zwalczania uprzedzeń behawioralnych, często uzupełniając tradycyjne formy interwencji.

D. Halpern i R. Gallagher (2015, s. 179) uważają, że większość obszarów polityki może być przynajmniej oparta na informacjach behawioralnych. Według M. Gopalan i M. Piroga (2017) klasyfikację tę może wykorzystać do ukazania możliwości połączenia SB z pozostałymi dwoma nurtami badań dotyczących kwestii skuteczności narzędzi polityki w kształtowaniu zmiany behawioralnej, czyli z projektowaniem i analizą polityki (rysunek 3.3). Zdaniem tych autorów większość (wprowadzonych w USA) inicjatyw politycznych została przeanalizowana przy użyciu metod testowanych behawioralnie lub opartych na informacjach behawioralnych.

Wnioski płynące z analizy polityki opartej na informacjach behawioralnych i przetestowanej pod kątem behawioralnym mogą wpłynąć na analizę polityki *ex-ante*, wykorzystując SB np. do lepszego zrozumienia podstawowego problemu politycznego, który próbuje rozwiązać inicjatywa polityczna. Diagnoza problemu politycznego może ujawnić, w jaki sposób psychologiczne przeszkody mogą wchodzić w interakcje z tradycyjnie definiowanymi problemami politycznymi, takimi jak niedoskonałości rynku i świadczenia usług publicznych.

Wnioski analizy polityki przetestowanej behawioralnie mogą być skutecznie zastosowane przy projektowaniu przyszłej polityki, a SB mogą zapewnić bogatszy zestaw narzędzi politycznych, którymi dysponuje rząd, aby interweniować i wpływać na zmianę zachowań. Testy behawioralne inicjatyw politycznych można również wykorzystać do badania i zrozumienia mechanizmów zmiany zachowań, które mogą służyć jako elementy składowe do projektowania skuteczniejszej przyszłej polityki. Rządy mogą łączyć tradycyjne narzędzia polityki z nowszymi udoskonalonymi behawioralnie, aby interweniować w sposób opłacalny. Wnioski z analizy polityki dostosowanej behawioralnie mogą wpłynąć na analizę polityki *ex-post*. Można także lepiej ocenić wpływ istniejących inicjatyw politycznych (które mogą wykorzystywać tradycyjne narzędzia polityki, takie jak podatki/dotacje), jeśli uwzględnimy bogate dowody dostarczone przez nauki behawioralne (analiza *mid-term*). Pełniejsze włączenie SB do różnych etapów analizy polityki sprawia, że proces tworzenia polityki postrzega się jako cykliczny. Wnioski z analizy polityki *ex-post* powinny zatem w rzeczywistości być podstawą analizy polityki *ex-ante* i kształtowania przyszłej polityki, a przeszłe analizy polityki *ex-post* dostosowane behawioralnie mogą dostarczyć nowych spostrzeżeń, które napędzają wdrażanie i ocenę nowych inicjatyw politycznych (Gopalan i Pirog, 2017).



Rysunek 3.3. Klasyfikacja inicjatyw polityki behawioralnej, lekcje z nich wynikające i możliwości ich wykorzystania w analizie i projektowaniu polityk publicznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Lourenço i in. (2016), s. 15; Hauser (2017, s. 77); Gopalan i Pirog (2017).

Polityka publiczna wykorzystująca SB określana jest mianem behawioralnej polityki publicznej (BPP), a rząd, który opiera się na spostrzeżeniach nauk behawioralnych w celu przyjęcia realistycznych poglądów na temat ludzkiego zachowania, nazywany jest rządem behawioralnym (Oliver, 2017; Hallsworth i in., 2018; Hansen, 2018a, s. 64; Whitehead i in., 2018). BPP wykorzystuje spostrzeżenia nauk behawioralnych, aby oferować decydom jasne wybory dotyczące tego, jaki instrument lub kierunek działania może prowadzić do lepszych wyników indywidualnych i społecznych (Oliver, 2013; John, 2016, s. 129), a jej celem jest poprawa indywidualnego i zbiorowego dobrobytu (John, 2023). Zdaniem Sevgina (2020) jej znaczenie wynika ze skuteczności: ma ona na celu wprowadzenie niewielkich zmian (koszty) i znacznych ulepszeń (korzyści). Dlatego niezbędne jest zrozumienie zdolności poznawczych jednostek i oparte na nim projektowanie polityki, a BPP może nawet pozwoli zastąpić klasyczne procedury demokracji deliberatywnej (Straßheim, 2020a).

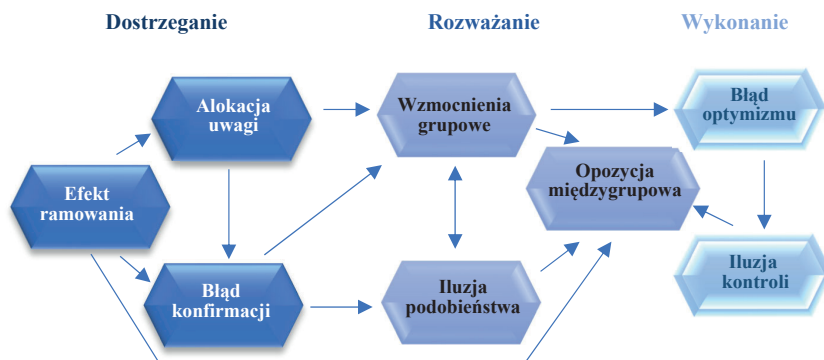
Jednak według B. Ewerta (2020) elementy BPP, które wywodzą się spoza ekonomii behawioralnej i psychologii, pozostają w znacznym stopniu niewykorzystane, a dotyczy to głównie spostrzeżeń, które wyjaśniają, w jaki sposób zachowania są osadzone i kształtowane przez otoczenie, w którym żyją ludzie. Zdaniem tego autora BPP powinna być zdefiniowana jako interwencja polityczna, która jest bezpośrednio inspirowana i zaprojektowana na podstawie zasad badań behawioralnych i społecznych. Może być ona postrzegana jako potencjalnie interdyscyplinarne i multimetodologiczne, pluralistyczne, niedeterministyczne i wielozadaniowe podejście, które można zastosować do wielu celów w całym procesie politycznym i które znacznie różni się od niedawnych interwencji dotyczących zmiany zachowań stosowanych w polityce publicznej (Ewert, 2020; Ewert i Loer, 2021; Ewert i in., 2021).

Tak zdefiniowaną BPP określa się mianem „zaawansowanej”. Ponieważ SB są dodatkową warstwą procesu kształtowania polityki, BPP może uzupełniać i udoskonalać istniejącą politykę, ale nie powinna stanowić samodzielnej koncepcji. Dobitniej podkreślił to M. Howlett (2018b), stwierdzając, że reakcje polityczne na złożone zachowania wymagają zastosowania różnych narzędzi politycznych. Dlatego efekt synergii zapewnią prawdopodobnie kombinacje interwencji oraz integracja polityki, tj. wykorzystywanie spostrzeżeń behawioralnych w połączeniu z konwencjonalnymi narzędziami polityki w celu maksymalizacji skuteczności polityki publicznej, która koncentruje się na indywidualnych i strukturalnych aspektach problemów polityki (Ewert, 2020).

BPP może radykalnie zmienić relacje państwo–obywatel, skuteczność i wpływ działań rządu oraz podstawowe rozumienie wolności i charakteru człowieka (Sanders i in., 2018). Jednak proces wprowadzania dowodów behawioralnych do kształtowania polityki nie jest prosty i budzi szereg obaw z różnych powodów (Straßheim, 2020b; Fabbro, 2021; Hallsworth, 2023). Włączanie SB do polityki jest próbą stymulowania racjonalnego zachowania, które kompensuje ograniczoną racjonalność jednostek

prowadzącą do zawodności rynku. Szerokie ich wykorzystanie w polityce publicznej świadczy o rozwiązywaniu problemów społecznych, w którym prym wiedzie nauka i eksperci. Jak wskazują P. John i G. Stoker (2019, s. 211), oznacza to, że wprawdzie w liberalnych i otwartych społeczeństwach obywatele mają swobodę wyboru, ale te wybory są wskazywane przez naukowców, formułowane przez ekspertów i sankcjonowane przez urzędników państwowych oraz polityków. Paradoks behawioralnej polityki publicznej polega więc na tym, że decyzje, które opierają się na ograniczonych zdolnościach poznawczych obywateli, są przyjmowane i wybierane przez polityków i urzędników służby cywilnej, którzy mają takie same umysły i emocje jak obywatele, a zatem sami również nie są w pełni racjonalni (Viscusi i Gayer, 2015; John, 2016, s. 127, Lodge i Wegrich, 2016; Thomas, 2019). Dodatkowym spostrzeżeniem behawioralnym jest zatem ograniczona racjonalność profesjonalistów stosujących SB i powszechność wśród aktorów politycznych tych samych uprzedzeń behawioralnych co u zwykłych obywateli, które ograniczają potencjał racjonalnego projektowania polityki (Nørgaard, 2018; Feitsma, 2020; Congleton, 2022). Jest to jedno z najważniejszych wyzwań dotyczących włączenia SB do polityki publicznej⁶ (Dewies i in., 2022).

Uprzedzenia te wpływają na kształtowanie polityki publicznej, zwiększając prawdopodobieństwo jej niepowodzenia. Mogą uzewnętrznić się w procesie stanowienia polityki, wpływając na trzy podstawowe grupy czynności związane z jej tworzeniem: zauważanie (dostrzeganie), rozważanie (deliberacja) i wykonywanie (rysunek 3.4).



Rysunek 3.4. Błędy behawioralne wpływające na kształtowanie polityki

Źródło: opracowanie na podstawie Hallsworth i in. (2018, s. 7).

⁶ Ograniczona racjonalność profesjonalistów stosujących SB jest wymieniana jako jedno z czterech ważnych wyzwań związanych z włączeniem spostrzeżeń behawioralnych do polityki. Pozostałe trzy to: 1) nadmierne poleganie na randomizowanych badaniach kontrolnych; 2) ograniczone zrozumienie kontekstu; 3) zagrożenia dobrej praktyki naukowej (Dewies i in., 2022).

Zauważanie (dostrzeganie) dotyczy tego, w jaki sposób informacje i pomysły pojawiają się w programie działań decydentów. Efekty kadrowania mogą sprawiać, że sposób przedstawienia zagadnienia, a nie jego merytoryczna treść, decyduje o tym, czy zostanie ono zauważone i jak zostanie zinterpretowane. Ponadto sposób, w jaki rządy alokują uwagę, oznacza, że pewne kwestie i rozwiązania są bardziej istotne dla podmiotów politycznych, niezależnie od tego, czy są przydatne, pilne czy ważne. Błąd potwierdzenia oznacza, że informacje są interpretowane w sposób, który wspiera te koncepcje lub przekonania, a nie zgodnie z ich zaletami. Skutkiem tego uprzedzenia jest to, że decydenci będą mniej zdolni do krytycznej analizy informacji, które są sprzeczne z ich przekonaniami (Hallsworth i in., 2018, s. 8).

Deliberacja (rozważanie) dotyczy sposobu, w jaki koncepcje i pomysły polityczne są oceniane i omawiane przez decydentów. Dyskusje grupowe mają kluczowe znaczenie dla kształtowania polityki, ale sposób, w jaki członkowie zespołu wchodzi z sobą w interakcje, może rodzić lub pogłębiać uprzedzenia. W szczególności kultura i zachęty wewnątrz grup mogą tworzyć efekt wzmocnienia grupy, który polega na tym, że ludzie dokonują autocenzury i dostosowują się do opinii i poglądów większości grupy (nawet jeśli prywatnie uważają, że nie są one poprawne). Dyskusja w grupie może również prowadzić do przyjmowania skrajnych stanowisk, ponieważ członkowie wzajemnie się wzmacniają (zamiast kwestionować). Grupy wzmacniają także tendencję decydentów do przeceniania tego, jak bardzo inni ludzie podzielają ich poglądy oraz jak bardzo ludzie rozumieją lub przyjmują daną politykę (złudzenie, iluzja podobieństwa). Wreszcie opozycja międzygrupowa ma miejsce, gdy dążenie do tożsamości wewnątrzgrupowej (i konformizmu) powoduje, że decydenci polityczni odrzucają argumenty pochodzące od innych grup, nawet jeśli są one słuszne. Może istnieć silna tendencja do przekonania, że druga grupa ma swoje opinie, ponieważ jest w jakiś sposób stronnicza lub nieuczciwa (Hallsworth i in., 2018, s. 9–10).

Wykonanie dotyczy natomiast sposobu, w jaki te decyzje są planowane i realizowane jako działania. Na te działania często wpływa optymistyczne nastawienie, czyli tendencja do posiadania nierealistycznie pozytywnych poglądów na temat swoich możliwości, jakości swoich planów i prawdopodobieństwa przyszłych wyników. Ta nadmierna pewność siebie oznacza również większe prawdopodobieństwo podejmowania ryzykownych decyzji, co stwarza szczególny problem, jeśli takie decyzje opierają się na fałszywych założeniach. Iluzja kontroli to tendencja do przeceniania własnego wpływu na wydarzenia i stopnia kontroli nad nimi. Jest to duży problem, ponieważ polityka często dotyczy złożonych systemów, w których związek między przyczyną a skutkiem nie jest bezpośredni ani oczywisty. Rozwiązując problem w jednym obszarze, decydenci mogą wywołać niezamierzone konsekwencje w innej części systemu. Mogą wtedy próbować je poprawiać za pomocą nowych działań, nie zdając sobie sprawy, że system nie reaguje zgodnie z ich oczekiwaniami (Hallsworth i in., 2018, s. 11).

Przyjęcie SB w kształtowaniu polityki oznacza zakwestionowanie założenia, wyraźnie przyjętego w ekonomii i ukrytego w większości myślenia politycznego, że ludzkie zachowanie jest racjonalne. Polityki zaprojektowane z myślą o racjonalnym zachowaniu mogą nie spełniać swoich celów. Zrozumienie struktury poznawczej człowieka jest zatem kluczowym elementem w projektowaniu skutecznej polityki publicznej, a SB zapewniają nowe narzędzia, ramy i podejścia do doskonalenia tych procesów⁷. Zdaniem D. Halperna i R. Gallaghery (2015, s. 171–172) ich stosowanie w polityce publicznej powinno być oparte na zasadzie, że znaczenie mają: kontekst, szczegóły, ludzie, dowody oraz ich „zwinna” implementacja⁸ (kontynuowanie zmian i adaptacja). SB opierają się na rygorystycznych badaniach z zakresu ekonomii behawioralnej i nauk behawioralnych, dzięki czemu mogą pomóc organom publicznym zrozumieć zachowanie obywateli i pozwolą wstępnie przetestować, które rozwiązania polityczne są najsukuczniejsze przed wdrożeniem ich na dużą skalę. Włączenie SB do tworzenia polityki może poprawić sposób, w jaki rządy podchodzą do projektowania polityki i programów, aby były one bardziej realistyczne, mogą też pomóc lepiej przewidywać behawioralne konsekwencje polityki, a ostatecznie projektować i realizować efektywniejsze i skuteczniejsze rozwiązania, które poprawiają dobrobyt obywateli (OECD 2019a, s. 12).

T. Neuhaus i L. Curley (2022) twierdzą, że behawioralna polityka publiczna jest nie tylko ideą, której czas nadszedł, ale także rozwijającą się i bardzo atrakcyjną gałęzią polityki XXI wieku. Podstawową obietnicą tego rodzaju kształtowania polityki jest to, że dzięki świadomej modyfikacji architektury decyzyjnej jednostki podejmują lepsze decyzje i – w skumulowanej formie – osiągną cele społeczne. B. Ewert i in. (2021) podkreślają jednak, że biorąc pod uwagę społeczne i polityczne zakorzenienie zachowań, „zaawansowana” BPP ma większy potencjał dla decydentów politycznych. SB mogłyby zostać wykorzystane do informowania o polityce regulacyjnej i rozwiązywania problemów politycznych charakteryzujących się złożoną strukturą, a każdy akt „zaawansowanej” BPP wnosi wkład w rzeczywistość społeczną i jej zbiorowe postrzeganie. W rezultacie SB może zmienić się z narzędzia do zmiany indywidualnych zachowań w podejście wielozadaniowe, które obejmuje ponowną ocenę samego kształtowania polityki (Ewert i in., 2021).

Popularność nauk behawioralnych eksplodowała w ostatniej dekadzie i obecnie na całym świecie istnieje „tętniący życiem ekosystem” praktyków, zespołów i naukowców (Hallsworth, 2023). Pomimo że ich praca miała wpływ na ważne kwestie społeczne, to sprowokowała również dyskusję i stała się celem krytyki. Debata skutkowałą opracowaniem pomocy dla aktorów politycznych zaangażowanych w projektowanie reakcji politycznych, których wybrane przykłady przedstawiono w rozdziale 4.

⁷ Będą one przedmiotem rozważań prowadzonych w kolejnych rozdziałach.

⁸ Zasady te stanowią podstawę stworzenia strategii EAST opisanej w rozdziale 4.

4. Zasady i strategię stosowania sposrżeń behawioralnych w polityce publicznej

Zastosowanie SB jako innowacyjnego i opartego na dowodach rozwiązania w polityce publicznej cieszy się w ostatnich piętnastu latach rosnącą popularnością wśród naukowców, decydentów i organizacji międzynarodowych, jak np. Bank Światowy, Organizacja Narodów Zjednoczonych, OECD oraz Komisja Europejska. Żeby przełożyć behawioralne spostrżenia z akademickich badań nad zachowaniem i decyzjami ludzi na kształtowanie polityki, należy w procesie politycznym i administracyjnym uwzględnić różne ustalenia i koncepcje, których liczba stale wzrasta, co stanowi duże wyzwanie dla twórców BPP. Zespoły do spraw zastosowania SB na podstawie swoich doświadczeń opracowują ramy, zasady, techniki oraz strategię formułowania i wprowadzania spostrżeń z nauk behawioralnych w całym cyklu polityki. Mogą, a nawet powinny być one wykorzystywane przez różnych twórców behawioralnej polityki oraz stosowane do rozwiązywania innych niż dotychczas problemów. Zdaniem C. Kuehnhansa (2019) odpowiedzialne organizacje i podmioty zatrudnione przy formułowaniu i wdrażaniu takiej polityki mogą w ten sposób nabyć niezbędne kompetencje i zdolności do lepszego wykonywania swoich funkcji.

Ramy tworzenia polityki publicznej opartej na ustaleniach ekonomii behawioralnej oraz spostrzeniach behawioralnych określane są jako zasady zmiany zachowań, podstawowe zasady architektury efektywnego wyboru¹ czy architektury dobrego wyboru (Thaler i in., 2012, s. 432, 436), strategię projektowania polityki i regulacji (Olejniczak i Śliwowski, 2015, s. 77) lub też podejścia do interwencji zmiany zachowań (Williamson i in., 2020, s. 4). Istnieje wiele koncepcji dotyczących tego,

¹ Wyjaśnienie terminów „architektura wyboru” i „architekt wyboru” oraz ich znaczenia dla polityki publicznej znajduje się w rozdziale 5.

jak wpłynąć na zachowanie, które pomagają zmienić wiele spostrzeżeń na temat ludzkich zachowań w coś konkretnego i przystępnego, a także oferują szereg zasad i kroków do projektowania rozwiązań behawioralnych. Jest to bardzo istotne, jak podkreślają K. Williamson i in. (2020, s. 19), ponieważ nie wystarczy zrozumieć zasady nauk behawioralnych i społecznych, trzeba także umieć wcielić je w życie. Reguły te są zwykle ujęte w formie chwytliwych akronimów lub mnemonicznych instrukcji, w których każda litera odnosi się do spostrzeżeń z nauk behawioralnych, wskazujących główne metody wpływania na decyzje ludzi. Jednocześnie są one zestawem wskaźówek dla osób zajmujących się projektowaniem interwencji publicznych opartych na SB i stanowią przykład, jak zastosować w praktyce w różnych kontekstach złożoną wiedzę behawioralną na temat tego, jak ludzie myślą i działają w rzeczywistych sytuacjach (Lades i Delaney, 2022).

Dzięki nim możliwe jest przełożenie złożonych teoretycznych spostrzeżeń z nauk behawioralnych na temat tego, jak ludzie myślą i działają, na praktykę publiczną w każdym środowisku, aby skupić się na zmianie zachowań na lepsze (*for good*), co oznacza rozwiązania promujące zachowania wspierające dobrostan człowieka (Williamson i in., 2020, s. 4). W tabelach 4.1 i 4.2 przedstawiono najważniejsze z nich, dzieląc je na dwie główne grupy:

- rozwiązania, które mogą być wykorzystane przez twórców BPP wpływającej na decyzje obywateli,
- rozwiązania, które powinny być wykorzystywane w celu uniknięcia błędów popełnianych w procesie tworzenia polityki (zob. rozdział 3).

Najbardziej znanym z tego zestawu jest akronim NUDGES, z dodaną literą „i” na początku, czyli iNUDGES. Słowo *nudge* określa jeden z najbardziej znanych rodzajów instrumentów BPP, który zostanie szeroko omówiony w drugiej części monografii. Jednocześnie jest to także wyraz utworzony z pierwszych liter zestawu prostych zaleceń, co i jak należy zrobić, aby odnieść sukces, koncentrując się na przeciwdziałaniu błędom poznawczym, które są źródłem intuicyjnego, szybkiego systemu myślenia (Systemu 1). Ten prosty zestaw zasad jest wykorzystywany przez architektów wyboru podczas tworzenia polityki zmiany zachowań (Thaler i in., 2012, s. 437). Pozwala on ustrukturyzować interwencje behawioralne planowane w różnych obszarach ludzkiego życia. Podsumowując tę strategię, E. Cartwright (2011, s. 452) wskazuje, że przy tworzeniu BPP pamiętać należy o sześciu zasadach:

- ludzie reagują na zachęty takie jak cena i koszt, ale tylko wtedy, gdy są one istotne,
- ludzie mogą potrzebować pomocy w zrozumieniu mapowania drogi od wyborów, których mogą dokonać, do wyników, które uzyskają,
- dla ludzi duże znaczenie mają wartości domyślne ze względu na obecne błędy i przeciążenie wyborem, należy je więc dokładnie przemyśleć,

- ludzie się uczą, dlatego należy przekazywać im informacje zwrotne o tym, czy wszystko idzie dobrze czy źle,
- ludzie popełniają błędy i należy się tego spodziewać, potrzebne jest zatem coś, dzięki czemu można wybaczyć błędy, które mogą popełnić,
- ludzie mają więcej problemów z wyborem, im bardziej jest on złożony, tym większe prawdopodobieństwo, że wpływ kontekstu będzie miał znaczenie; należy więc zachować prostotę, tworząc strukturę wyboru.

Druga ze strategii wymienionych w tabeli 4.1, MINDSPACE, według jej twórców² popularyzuje najrzetelniejsze spostrzeżenia behawioralne wśród decydentów, które sformułowano na podstawie wyników zarówno badań terenowych, jak i laboratoryjnych z zakresu ekonomii behawioralnej i psychologii (społecznej i poznawczej) (IOSCO, 2018, s. 37; Wang i in., 2022). Zasady MINDSPACE (zob. tabela 4.1) to ramy, które koncentrują się na dziewięciu siłach kierujących zachowaniem ludzi w różnych kontekstach (Shreedhar, 2020) i jednocześnie dziewięciu rodzajach technik zmiany behawioralnej, które są podstawą stosowania nauk behawioralnych (IOSCO, 2018, s. 37). Opracowane przez behawiorystów dla decydentów, podsumowują najnowsze spostrzeżenia dotyczące podejmowania decyzji. Techniki te są często łączone i stosowane w interwencjach charakteryzujących się większą skutecznością (Wang i in., 2022). Według P. Dolana i in. (2012) MINDSPACE nie stanowi alternatywy dla istniejących metod tworzenia polityki, raczej je uzupełnia, aby zintegrować nauki behawioralne z procesem jej projektowania (Dolan i in., 2012).

Ramy MINDSPACE nakreślają dziewięć podejść do modyfikowania środowiska decyzyjnego ludzi bez użycia przymusu. Ich twórcy podkreślają, że niektóre elementy zostały opracowane w celu wyjaśnienia w dużej mierze automatycznego wpływu na zachowanie (np. N, D, S, P, A), podczas gdy inne dotyczą elementów, które opierają się bardziej na przetwarzaniu refleksyjnym (np. M, I, C, E) (Dolan i in., 2010, s. 18). Oznacza to, że MINDSPACE odnosi się nie tylko do Systemu 1, jak poprzednia z opisywanych strategii, ale także do tzw. Systemu 2, czyli myślenia refleksyjnego.

² Strategie MINDSPACE oraz EAST opracowane zostały przez United Kingdom's Behavioural Insights Team na podstawie praktycznych doświadczeń tego zespołu, seminariów i warsztatów oraz bogatej literatury naukowej.

Tabela 4.1. Zasady (reguły) wprowadzania SB do polityki publicznej nakierowane na proces decyzyjny jednostek

Metodologia	Nazwa	Składniki	Opis
1	2	3	5
Metody wpływania na jednostki		4	
	iN	Zachęty	wykreuj system zachęteł
	U	Zrozum mapowanie wyboru	zrozum, jak przebiega proces selekcji
	D	Ustawienia domyślne mają znaczenie	pamiętaj, że ustawienia i opcje domyślne są kluczowe
	G	Udzielaj informacji zwrotnej	informacja zwrotna pomoże ludziom zrozumieć, a więc informuj, ostrzegaj przed porażką, chwal za sukcesy
	E	Oczekuj błędu	pamiętaj, że ludzie popełniają błędy, dobry projekt zmiany zachowania powinien uwzględniać i minimalizować kary za te błędy
	S	Ustrukturyzuj złożone wybory	próbuj uprościć możliwości, nie mnóż alternatyw – im więcej wyborów będą mieli ludzie, tym ich wybory będą bardziej skomplikowane i problematyczne
	M	Postanice	duży wpływ na nas ma to, kto przekazuje informacje
	I	Zachęty	nasze reakcje na zachęty są kształtowane przez przewidywalne skróty myślowe, np. unikanie strat
	N	Normy	jestemy pod silnym wpływem tego, co robią inni
	D	Opcje domyślne	„płyniemy z prądem” ustawionych opcji
	S	Wyrazistość	naszą uwagę zwraca to, co nowe i wydaje nam się istotne
	P	Torowanie	na nasze czyny (działania) często wpływają podświadome bodźce
	A	Afekt	nasze skojarzenia emocjonalne mogą silnie kształtować nasze działania
	C	Zobowiązania	staramy się być konsekwentni w naszych publicznych obietnicach i odzwierciedlamy działania
	E	Ego (ja)	zachowujemy się w sposób, który sprawia, że czujemy się lepiej ze sobą

1	Metody wpływania na jednostki				
2	Odnoszą się do Systemu 2 myślenia				
3	S T E E R T H I N K				
4	Ukierunkowywanie				
5	oparte na warsztatach, które mają na celu uświadomienie uczestnikom, jak działa ich mózg, oraz uświadomienie im, jakich skrótów myślowych używają przy podejmowaniu codziennych decyzji; uczy refleksyjności w podejmowaniu decyzji				
	Myslenie				
	daje obywatelom przestrzeń do przemyślenia i debaty nad rozwiązaniami i koncentruje się na procesie kształtowania opinii publicznej i świadomego obywatelstwa; podstawa do przezwyciężenia błędów poznawczych i uruchomienia myślenia refleksyjnego, jest namysł				

Źródło: Thaler i in. (2012, s. 437); Dolan i in. (2010, s. 18–28); Dolan i in. (2012); Dolan (2013, s. 197); Jones i in. (2013, s. 177–182); John (2018, s. 18).

Tabela 4.2. Zasady (reguły) wprowadzania SB do polityki publicznej skierowane do jej twórców

Metodologia	Nazwa	Składniki	Opis	
1	2	3	4	
	E	Łatwe	aby zachęcić do pożądanego zachowań, wybory powinny być: proste i zrozumiałe	
	A	Atrakcyjne	istotne w życiu obywateli	
	S	Społeczne	zachęcane społecznie	
	T	Terminowe	obecne w kluczowym momencie procesu decyzyjnego	
	TEST	Testuj	zidentyfikuj interwencje polityczne, które należy porównać, i wprowadź środki oceny ich skuteczności	
	LEARN	Ucz się	mierz wyniki i określaj „co działa”	
	ADOPT	Adoptuj	wykorzystaj ustalenia, aby odpowiednio dostosować interwencję polityczną	
	SHARE	Udostępniaj	rozpowszechniaj wyniki i spostrzeżenia	
	A	Administrative support	Poparcie administracji	dla administracji i dla wskazania, jak ważne jest zdobycie poparcia w administracji publicznej
	P	Political support	Poparcie polityczne	dla polityki, ponieważ uzyskanie politycznego poparcia ma kluczowe znaczenie
	P	People	Ludzie	dla osób, które muszą wykonywać pracę i muszą mieć niezbędne umiejętności i wiedzę
	L	Localization	Lokalizacja	dla lokalizacji jednostki lub jednostek, które będą pracować nad spostrzeżeniami behawioralnymi
E	Experimentation	Eksperymentowanie	dla eksperymentowania, ponieważ pomaga zacząć od szybkich „zwycięstw”, aby pokazać pewne wyniki i opracować szereg długoterminowych projektów	
S	Scholarship	Naukowość	dla naukowości i środowiska akademickiego, które mogą być podstawowymi zasobami	

1	2	3	4
Metody rozwoju, aplikacji i oceny projektów behawioralnej polityki	<p>P R E C I S B A S I C F O R G O O D</p>	<p>Political support Resources Expertise Coverage Integration Structure Behaviour Analysis Strategies Interventions Change Fairness Openness Respect Goals Opinions Options Delegation</p>	<p>wymiar szezebla poparcia politycznego działań zespołu wymiar posiadanych zasobów (ludzkich i finansowych) zespołu aspekt oceny poziomu eksperckości zespołu (wiedzy, dokonań, wsparcia naukowego) wymiar zakresu polityki zespołu wymiar integracji zespołu z rządem wymiar stopnia scentralizowania zespołu zidentyfikuj i lepiej zrozum problem polityki przejrzyj dostępne dowody, aby zidentyfikować behawioralne przyczyny problemu przełóż analizę na strategię zorientowane na zachowanie zaprojektuj i wprowadź interwencję, aby sprawdzić, która strategia najlepiej rozwiązuje problem opracuj plany skalowania i utrzymania zachowania czy polityka behawioralna ma niepożądane skutki redystrybucyjne? czy polityka behawioralna jest otwarta czy ukryta i manipulacyjna? czy polityka respektuje autonomię, godność, wolność wyboru i prywatność ludzi? czy polityka behawioralna służy dobrym i uzasadnionym celom? czy ludzie akceptują środki i cele polityki behawioralnej? czy istnieją lepsze polityki i czy są one uzasadnione? czy decydenci polityczni mają prawo i możliwość nakłaniania, korzystając z przekazanej im władzy?</p>

Źródło: opracowano na podstawie Halpern (2015, s. 60); Service i in. (2014, s. 7); Lourenço i in. (2016, s. 13); OECD (2019a, s. 16–36); Lades i Delaney (2022).

Według K. Olejniczaka i P. Śliwowskiego (2015, s. 78) MINDSPACE jest strategią deskryptywną, gdyż pokazuje mechanizmy i zasady działania architektów wyboru, kreuje też wybory w odniesieniu do projektowania działań publicznych. Zdaniem S. Michie i in. (2011) ramy MINDSPACE wydają się oferować prosty sposób na pamiętanie o głównych czynnikach wpływających na zachowanie podczas projektowania interwencji, zwłaszcza o niektórych dobrze znanych heurystykach i błędach (np. istotność, torowanie i afekt). L. Lades i L. Delaney (2022) podkreślają natomiast, że MINDSPACE jest mnemonikiem, który pomaga przypomnieć sobie różne behawioralne sposoby zmiany zachowania. P. Dolan wskazuje, że strategia ta może pomóc w sytuacjach, gdy twórcy polityki próbują kształtować zachowanie ludzi, a powinni to robić tak skutecznie, jak to możliwe (Dolan i in., 2012; Dolan, 2013, s. 197). Decydenci mogą wykorzystać MINDSPACE jako „listę kontrolną” do poprawy skuteczności istniejących, ale też nowych polityk zmiany behawioralnej, która pomoże im zrozumieć behawioralny wymiar ich działań na trzy następujące sposoby (Dolan i in., 2012):

- ulepszenie – korzystając ze spostrzeżeń z MINDSPACE, można poprawić skuteczność obecnych polityk w zakresie zmiany zachowań,
- przedstawienie – MINDSPACE zapewnia nowe elementy lub przypomina o przeoczonych aspektach,
- ponowna ocena – działania rządu mogą powodować niezamierzone „zachowania uboczne”, a ramy MINDSPACE umożliwiają rygorystyczną analizę spektrum wyników.

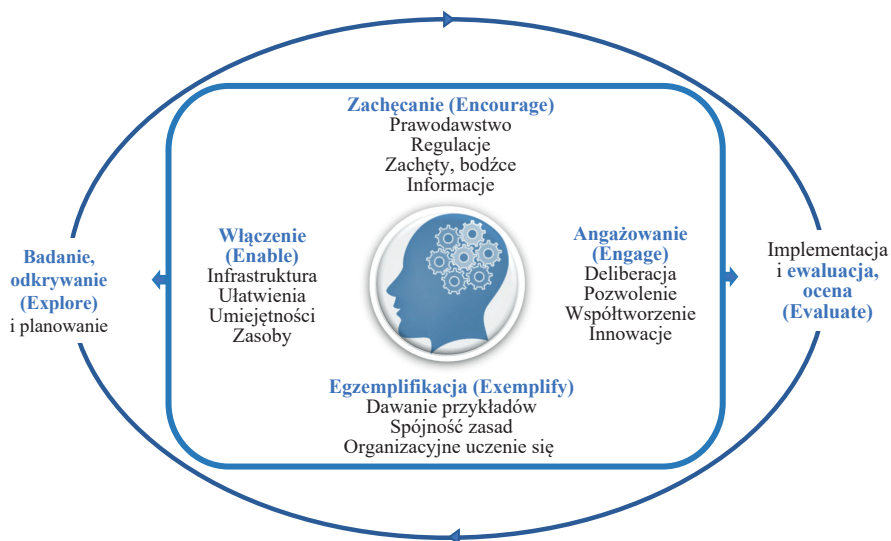
Autorzy podkreślają również konieczność uzyskania zgody społeczeństwa na stosowanie *nudges*, ponieważ interwencje te często wkraczają w kwestie z zakresu odpowiedzialności osobistej.

Możliwe podejście (schemat) do stosowania ram MINDSPACE w polityce publicznej pokazano na rysunku 4.1. Opiera się ono na modelu „6E”, który uwzględnia cztery kategorie metod stosowanych do kształtowania zmiany zachowań (wewnątrz rysunku tzw. 4E) oraz dodatkowe dwa działania wspierające (zewnętrzne elementy rysunku tzw. 2E). Cztery szerokie kategorie narzędzi polityki służących do zmiany zachowań to (Dolan i in., 2010; Maier, 2012; IOSCO, 2018, s. 38):

1. *Enable*, czyli włączanie. Należy zacząć tam, gdzie są ludzie. Ułatwia to im dokonanie właściwego wyboru. Ważne jest zapewnienie wsparcia, którego potrzebują, aby dokonywać odpowiedzialnych wyborów (np. dzięki stworzeniu odpowiedniej infrastruktury i usług, budowaniu umiejętności, usuwaniu barier, szkoleniom).
2. *Encourage*, czyli zachęcanie. Ważne jest, aby zaangażować ludzi. Skuteczne zaangażowanie społeczne jest konieczne, aby zapewnić legitymizację interwencji, które mogą zostać wprowadzone. Zmiana zachowania może być kontrowersyjna, wymagać trudnych kompromisów i odnosić się do obszarów, w których legitymacja

rządu jest kontrowersyjna. Może to wymagać nowych metod zaangażowania i współprojektowania w celu zbadania, jakie działania są społecznie akceptowalne, lub uzyskania legitymacji dla proponowanej zmiany praktyki. W tych obszarach wykorzystywać można sieci, współpracę z zaufanymi pośrednikami i orędownikami (posłańcami) oraz budowanie wspólnego zrozumienia przez stosowanie dialogu i podejścia opartego na uczeniu się.

3. *Engage*, czyli angażowanie, zachęcanie. Obejmuje szeroki zakres podejść stosowanych do zachęcania do zmian (np. regulacje, minimalne standardy, marketing społeczny). Wymaga opracowania i wprowadzenia zachęt (w ich szerokim znaczeniu) motywujących i demotyujących do reakcji odbiorców docelowych. W tym zakresie ważne jest również przekazywanie informacji zwrotnej na temat postępów.
4. *Exemplify*, czyli egzemplifikacja, obrazowanie, ilustrowanie. W większości interwencji dotyczących zmiany zachowania ważne jest dawanie przykładu pożądanym zmian. Wymaga to od tych, którzy projektują zmiany, aby dawali przykład i upewniali się, że działania agentów politycznych są spójne z poszukiwaną zmianą. Nakłada to na agencje i partnerstwa polityczne obowiązek dokonywania przeglądu ich polityki wewnętrznej i podjęcia działań w celu wskazania przykładu tego samego zachowania, o które proszą (np. wykazania się umiejętnością pracy w partnerstwie, współpracy, zapewnienia spójności komunikatów we wszystkich agencjach i urządach).



Rysunek 4.1. Aplikacyjna struktura „6E” do stosowania MINDSPACE

Źródło: opracowanie własne na podstawie Dolan i in. (2010); Maier (2012); IOSCO (2018, s. 38).

Ostatnie dwa „E” służą do osadzenia „4E” w szerszym procesie świadomego projektowania polityki i pomiaru wyników. Pierwsze z nich – *Explore*, czyli badanie (odkrywanie), ma miejsce przed wdrożeniem polityki i oznacza, że ważne jest zrozumienie problemu i szerszego kontekstu, w którym jest umiejscowiony. Musi ono obejmować zbadanie, w jaki sposób różni zaangażowani interesariusze doświadczają rzeczy, i zrozumienie zachowania, które jest celem interwencji. Myślenie systemowe i projektowanie systemowe są szczególnie przydatne w tym kontekście, gdyż jest to szerokie podejście zachęcające do badania wzajemnych relacji (kontekst i powiązania), perspektyw (każdy podmiot ma swoje własne, unikatowe postrzeganie sytuacji) i granic (uzgadnianie zakresu, skali i tego, co może stanowić ulepszenie). Rozpoznanie tych różnych elementów wpływów ma kluczowe znaczenie, biorąc pod uwagę złożone sposoby podejmowania decyzji przez ludzi (Maier, 2012).

Evaluate, czyli ocena, oznacza ocenianie powodzenia polityki. Ma ona poprawić sposób, w jaki twórcy polityki starają się wpływać na pozytywne zmiany zachowań. Właściwie przeprowadzona ocena jest sposobem zrozumienia złożonego zakresu czynników, które wpływają na zachowanie interesariuszy. Szerszym celem tych działań powinny być innowacje oparte na dowodach wprowadzane do polityki publicznej. Budowanie zdolności do refleksji nad działaniem w celu zaangażowania się w proces ciągłego uczenia się jest coraz częściej postrzegane jako ważny aspekt zmiany zachowań (IOSCO, 2018, s. 37).

Kolejne dwie strategie zmian behawioralnych ukazane w tabeli 4.1 przyjmują inną drogę oddziaływania na jednostki, ponieważ nastawione są na aktywowanie jedynie refleksyjnego, czyli wolnego systemu myślenia. Koncentrują się one na tworzeniu właściwych ram instytucjonalnych, które umożliwiają świadomą, krytyczną i aktywną partycypację obywateli w podejmowaniu decyzji (John i in., 2011, s. 18–20). Podejść tych nie da się opisać za pomocą akronimów, bo myślenia wolnego nie można sprowadzić do prostych, automatycznych reguł (Olejniczak i Śliwowski, 2015, s. 78).

Jednym z tych podejść jest STEER, bazujące na warsztatach, które mają uświadomić uczestnikom, jak działa ich mózg, i uczulić ich na skróty myślowe wykorzystywane w codziennych decyzjach. Strategia STEER rozbudza więc w obywatelach świadomość na temat ograniczeń w podejmowaniu decyzji i uczy, jak podejmować ważne decyzje w sposób bardziej świadomy. W skrócie – uczy refleksyjności przy podejmowaniu decyzji (Jones i in., 2013, s. 177–182).

Strategia THINK koncentruje się natomiast na procesie kształtowania opinii publicznej oraz świadomych postaw obywatelskich i może być alternatywą dla *nudges* (John i in., 2011, s. 20). Jej postulaty skierowane do projektantów interwencji można określić następująco (Olejniczak i Śliwowski, 2015, s. 79):

- należy pozwolić ludziom na poznanie problemu oraz umożliwić zdobycie wiedzy,
- należy stworzyć platformę do dyskusji, wyrażania myśli i przekonań – ludzie dyskutując, uczą się, zmieniają swoje poglądy i postawy,
- należy zapewnić ludziom możliwość uczestnictwa w procesie, za który będą się czuli współodpowiedzialni, którego będą współautorami.

W strategii tej podstawą przezwycięzania błędów poznawczych i aktywowania myślenia refleksyjnego jest deliberacja. Zakłada ona intelektualne zaangażowanie odbiorców w proces dyskusji, odwołanie się do ich przekonań, do wartości i poglądów, które są im bliskie. Podstawą jest świadome i oparte na partnerstwie zaangażowanie jednostek w proces deliberacji nad kierunkami zmian społecznych (Olejniczak i Śliwowski, 2015, s. 79). Kluczowymi sposobami osiągnięcia zmiany behawioralnej w tym podejściu są debata na temat samoposiadania (auto-własności) i zbiorowe podejmowanie decyzji. Strategia ta może być kosztowna w realizacji, dlatego wydaje się, że jest lepsza wtedy, gdy dotyczy rozwiązywania drażliwych problemów publicznych niż codziennych kwestii zmiany zachowań (John, 2018, s. 18).

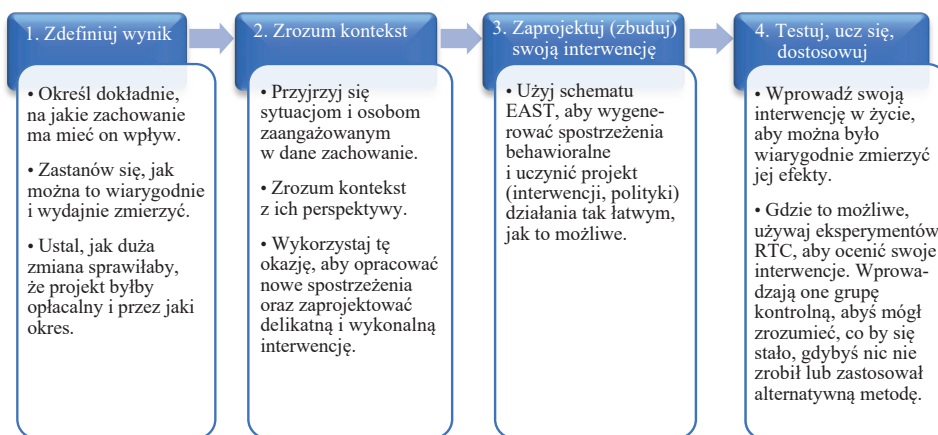
Druga grupa strategii opiera się na założeniu, że heurystyki i błędy poznawcze dotyczą także osoby odpowiedzialne za politykę publiczną. Mogą one występować na różnych etapach procesu politycznego, tak jak elementy strategii ukazanych w tabeli 4.2.

Krótki mnemonik EAST ma na celu dostarczenie decydentom prostego modelu, który zawiera spostrzeżenia niedostępne w MINDSPACE, chociaż obie ramy powinny być stosowane łącznie (IOSCO, 2018, s. 39). Zgodnie z ramami EAST, aby zachęcić do określonego rodzaju zachowania, decydenci powinni uczynić je łatwymi, atrakcyjnymi, społecznymi i aktualnymi (por. tabela 4.2). Ramy te określają cztery proste, przydatne w praktyce i zapadające w pamięć zasady, które powinny być wykorzystywane w procesie budowania skutecznych behawioralnych interwencji (Service i in., 2014, s. 4–6):

1. Uprość – wykorzystując moc ustawień domyślnych, zmniejszając wysiłek wymagany do wykonania czynności, upraszczając wiadomości, określając, w jaki sposób złożony cel można podzielić na prostsze, łatwiejsze działania.
2. Uczynić atrakcyjnym – przyciągając uwagę obrazami, kolorami, personalizacją.
3. Zapewnij uspołecznienie – przekazując, że większość ludzi zachowuje się w pożądanym sposób, wykorzystując moc sieci i powiązań społecznych, których publiczne wsparcie umożliwia wspólne działanie, zachęcając ludzi do zaangażowania się na rzecz innych poprzez mechanizm społecznego zobowiązania.
4. Zrób to w odpowiednim czasie – podpowiadając ludziom, kiedy mogą być najbardziej otwarci na zmiany, rozważając bezpośrednie koszty i korzyści (ich możliwą korektę, natychmiastowość lub odroczenie pojawienia się), pomagając ludziom

zaplanować reakcję na wydarzenia przez skłonienie ich do zidentyfikowania barier w działaniu i opracowania konkretnego planu radzenia sobie z nimi.

Chociaż zasady EAST mają zastosowanie do samych decydentów, to nie można ich stosować w oderwaniu od dobrego zrozumienia natury i kontekstu problemu, który ma zostać rozwiązany. Dlatego powinny być wykorzystywane w ramach pełniejszej metody opracowywania projektów polityki behawioralnej składającej się z czterech etapów (kroków) ukazanych na rysunku 4.2.



Rysunek 4.2. Cztery kroki (etapy) w podejściu EAST

Źródło: opracowanie własne na podstawie Service i in. (2014, s. 45–47).

EAST może być wykorzystany na trzecim etapie do ustrukturyzowania generowania pomysłów, ale może być także zastosowana strategia MINDSPACE. Jak wskazują autorzy obu tych ram, podczas gdy MINDSPACE jest podsumowaniem szeregu efektów behawioralnych, EAST zapewnia krótki zestaw zorientowanych na działanie zasad dla zapracowanych decydentów (Service i in., 2014, s. 47). Pierwsze trzy kroki przedstawionej na rysunku 4.2 metody opracowywania projektów behawioralnych nie są ściśle liniowe. Mogą mieć wiele iteracji i pętli sprzężenia zwrotnego.

Według D. Halperna (2015, s. 149) ramy EAST są wyraźnie zaprojektowane do stosowania SB w praktyce i powinny być używane wraz z istniejącymi strategiami projektowania polityki i regulacji, takimi jak MINDSPACE lub „Testuj, ucz się, dostosuj”, która stanowi czwarty etap ukazany na rysunku 4.2. Z czasem uzupełnione zostały o dodatkowy element wskazujący konieczność dzielenia się doświadczeniem i wiedzą (por. tabela 4.2). Metodologia „Testuj, ucz się, adaptuj (dostosuj), udostępniaj”, zorganizowana wokół czterech kluczowych zasad, została zaproponowana w celu wyboru

skutecznych opcji polityki, które z powodzeniem odpowiadają jej celom i zapewniają największy wpływ. Określa ona szereg kroków w celu przeprowadzenia randomizowanych badań kontrolowanych (RCT) do przetestowania skuteczności interwencji politycznych oraz ciągłego doskonalenia projektowania i wdrażania polityk publicznych (zob. Haynes i in., 2012). Obecnie, gdy ciągle rośnie liczba przeprowadzanych RCT, a wraz z tym wzbogaca się wiedza o rzeczywistych zachowaniach ludzi, dzielenie się nią pozwala na powielanie inicjatyw i otwiera drzwi do jej nowatorskich zastosowań w różnych kontekstach (przy jednoczesnym pamiętaniu o znaczeniu adaptacji i testowania dla powodzenia interwencji). Może to prowadzić do rzetelniejszych inicjatyw polityki behawioralnej zbudowanych z większym zrozumieniem tego, „co działa” oraz warunków brzegowych lub barier kulturowych, które mogą mieć zastosowanie (Lourenço i in., 2016, s. 13).

Kolejna strategia, APPLIES, powstała na podstawie różnych doświadczeń w prowadzeniu behawioralnej polityki publicznej. Była ona wynikiem podsumowania seminarium zorganizowanego przez OECD w 2015 roku. Prosty mnemonik APPLIES (jego rozwinięcie zob. tabela 4.2) wskazuje, że rządowi lub innym organom publicznym zaleca się zwracanie uwagi na następujące niezbędne elementy stworzenia skutecznego zespołu do spraw analiz behawioralnych (Halpern, 2015, s. 59; OECD, 2015):

1. Wsparcie ze strony administracji publicznej wyższego szczebla (urzędników administracji rządowej) jest cennym sygnałem, że analiza behawioralna popierana jest przez rząd i staje się podstawowym zadaniem administracji publicznej.
2. Publiczne poparcie polityczne może być dla projektu bardzo ważne. Jeśli nie jest to możliwe, zespół powinien wiedzieć, jak zaprezentować swoją pracę, aby była zgodna z głównymi priorytetami politycznymi i opinią publiczną.
3. Potrzeba wykazywania przez zespół odpowiedniej kombinacji umiejętności, doświadczenia i perspektyw. Dlatego jednym z ważnych wymagań stawianym członkom zespołu jest znajomość spostrzeżeń behawioralnych. Równie ważne jest jednak to, aby członkowie zespołu mieli doświadczenie w pracy w administracji i rozumieli, jak „załatwiać” różne sprawy.
4. Istnienie zestawu lokalizacji w wielu rządach, w których często podejmowane są decyzje dotyczące polityki i administracji. Fizyczna bliskość tych lokalizacji oznacza, że członkowie zespołu mogą korzystać z przypadkowych spotkań i okazji, które mogą prowadzić do przełomowych odkryć.
5. Próbowanie nowych podejść to nie tylko dobra praktyka z naukowego punktu widzenia, gdyż sceptyków można przekonać, dostarczając im rzetelne dowody na to, że nowe podejście działa, i w jakim stopniu.

6. Zespół musi się składać z ekspertów w zakresie najnowszych teorii i odkryć nauk behawioralnych. Wzmocnienie tej wiedzy specjalistycznej przez utworzenie panelu doradczego składającego się z naukowców może zapewnić zewnętrzne wsparcie dla zespołu. Posiadanie tylko powierzchownej wiedzy przez członków zespołu może skutkować źle skonstruowanymi interwencjami, które przyniosą odwrotny skutek. Jednocześnie zespół powinien skupiać się na wprowadzaniu zmian w realnym świecie, a nie na rozwiązywaniu problemów akademickich.

To mnemotechniczne podsumowanie kluczowych „sześciu lekcji”, stanowiących czynniki sukcesu dla opracowania skutecznej funkcjonalności SB, ma stanowić zachętę i pomoc dla innych rządów w znalezieniu najlepszego sposobu zmiany zachowań jako podstawowego mechanizmu polityki publicznej zapewniającego dobra publiczne (Pykett i in., 2017, s. 69–84).

Inny akronim, PRECIS (por. tabela 4.2), opracowany na podstawie europejskich doświadczeń, jest zwięzłym podsumowaniem kluczowych cech skutecznego i wydajnego zespołu zarządzającego włączaniem SB do inicjatyw politycznych. Według twórców tych ram kluczowymi czynnikami sukcesu zespołu do spraw analiz behawioralnych są (Lourenço i in., 2016, s. 32–33):

1. Aspekt wsparcia politycznego, który obejmuje poziom zaangażowania przedstawicieli politycznych (np. premiera, konkretnego ministra) i oznacza polityczną bliskość jednego z ich gabinetów, istnienie oficjalnego i jasnego mandatu politycznego.
2. Aspekt zasobów, który uwzględnia głównie liczbę osób tworzących dany zespół, ale obejmuje też wielkość jego budżetu.
3. Aspekt ekspertywności, który wskazuje doświadczenie lub staż pracy zespołu i jego multidyscyplinarność na podstawie informacji z ostatnich badań, artykułów i raportów odpowiednio przeprowadzonych i opublikowanych przez zespół. Uwzględnia również istnienie „panelu doradczego” lub innego formalnego powiązania z grupą ekspertów akademickich.
4. Aspekt zasięgu, który wskazuje na zakres polityki zespołu, czyli stopień, w jakim działalność zespołu ma charakter horyzontalny, szeroki lub ogranicza się do określonego obszaru polityki. Im szerszy zasięg, tym wyższy poziom tego wymiaru.
5. Aspekt integracji, który odnosi się do tego, czy dany zespół jest utworzony w ramach rządu, czy też jest tylko częściowo własnością rządu. Poziom dla tego wymiaru jest dodatnią funkcją poziomu integracji, chociaż nie zawsze należy preferować pełną integrację.
6. Aspekt struktury, który wskazuje, czy dany zespół jest scentralizowany lub w jakim stopniu zdolności behawioralne są rozdzielone na wiele ministerstw.

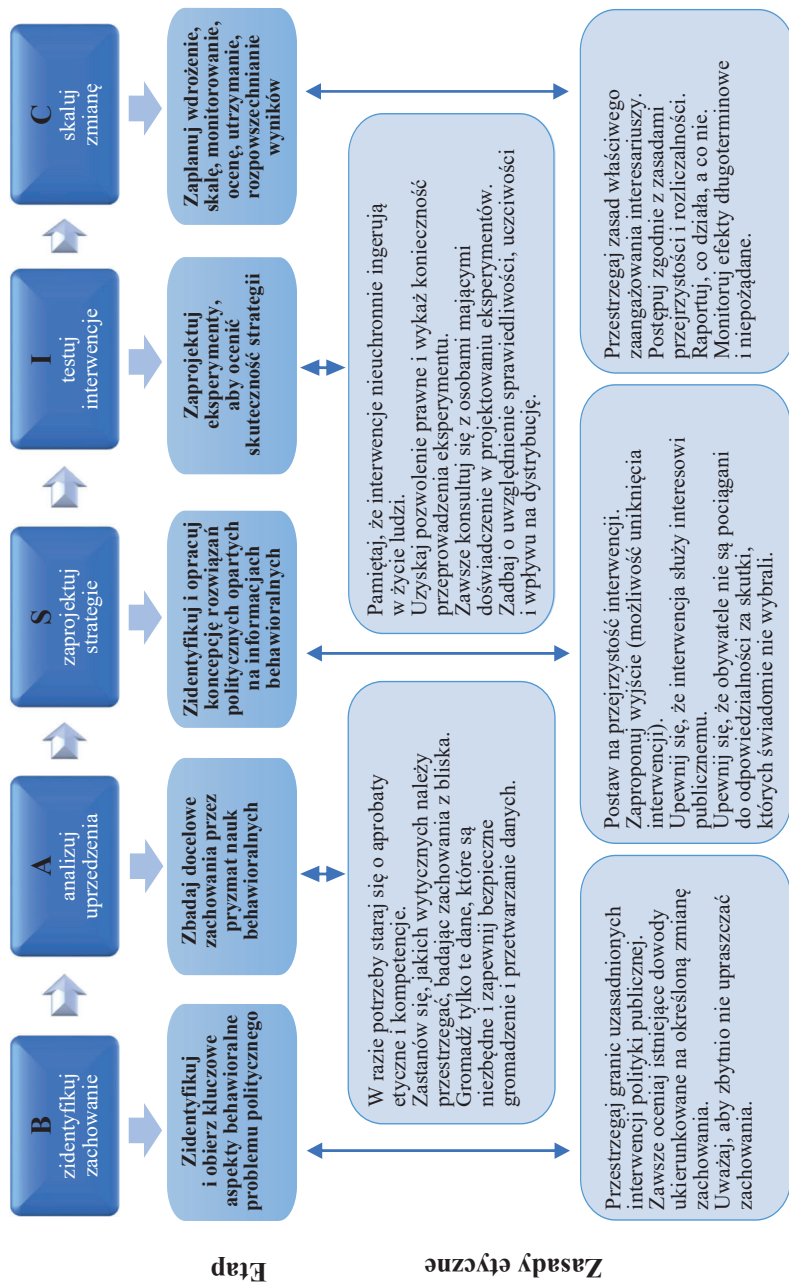
Zakłada się, że skuteczna struktura wymaga scentralizowanego zespołu ekspertów, w ścisłym powiązaniu z urzędnikami pracującymi w departamentach tematycznych, ale w pełni scentralizowany zespół ze słabymi powiązaniem z departamentami politycznymi lub w pełni zdecentralizowana sieć ekspertów bez wspólnych wytycznych są mniej skuteczne.

SB nie powinny być jednak stosowane wyłącznie przez powołany zespół do spraw analiz behawioralnych. Oferują one szersze lekcje dla rządów i osób kształtujących politykę publiczną, które powinny zastanowić się, w jaki sposób czynniki przedstawione w postaci różnych ram wpływają na ich własne decyzje i działania. Chociaż pomysły te mogą wymagać większego wysiłku i autorefleksji, przyjęcie ich wydaje się niezbędne do maksymalizacji korzyści z ograniczonych publicznych zasobów.

Jak wykazano w poprzednim rozdziale, SB to narzędzia pozwalające na ulepszenie polityki na wszystkich etapach jej cyklu. Jedną z strategii, pozwalającą na zintegrowanie SB z codzienną pracą twórców polityki, oznaczona została akronimem BASIC (zob. tabela 4.2). Jak wskazują jej twórcy, celem BASIC jest zapewnienie podstaw do orientacji w świecie SB i ram dla zastosowania SB w polityce publicznej poprzez pięcioletni proces (rysunek 4.3), który przebiega od początku do końca cyklu polityki (OECD, 2019a, s. 46). Pozwala to decydentom dotrzeć do źródła problemu polityki, zebrać dowody na to, co działa, okazać poparcie dla innowacji rządowych, a ostatecznie poprawić wyniki polityki.

BASIC oferuje urzędnikom politycznym zestaw narzędzi pozwalających na rozpoczęcie stosowania podejścia indukcyjnego i eksperymentalnego w celu skutecznego kształtowania polityki (OECD, 2019a, s. 18). Zdaniem P. Hansena (2018b) zestaw ten:

- jest „diagnostyczny” w tym sensie, że zapewnia szereg narzędzi do ograniczania wyzwań politycznych do problemów behawioralnych oraz wybierania kluczowych zachowań zgodnie z ich potencjałem wywarcia głębokiego wpływu na politykę,
- zapewnia narzędzia zakorzenione w stosowanej nauce behawioralnej, które pozwalają analizować zachowanie zgodnie ze spostrzeżeniami behawioralnymi i unikać niektórych typowych pułapek,
- zapewnia model pozwalający dopasowywać empiryczne analizy problemów behawioralnych z najlepiej udokumentowanymi interwencjami z literatury behawioralnej według ich rodzaju.



Rysunek 4.3. Etapy podejścia BASIC i przypisane im zasady etyczne

Źródło: opracowanie własne na podstawie OECD (2018b, s. 26–27, 37–38, 62–63, 78, 86); OECD (2019a, s. 37–40, 65, 81, 116–117, 135–136, 143–144).

BASIC jako zbiór skutecznych strategii behawioralnych i ich wpływu opiera się na liście czynników behawioralnych ABCD przedstawionej w poprzednim rozdziale. Twórcy ram BASIC zalecają wykorzystać tę listę na każdym z etapów tego podejścia do wprowadzania SB w polityce publicznej. Podejście BASIC pozwala zatem na zrozumienie, w jaki sposób i w jakich okolicznościach można zastosować SB w celu spowodowania zmiany zachowań, a dzięki temu decydenci są znacznie bardziej skłonni do projektowania i wdrażania skuteczniejszej polityki. Zwraca także uwagę, że wprowadzanie SB do polityki publicznej musi opierać się na istotnych koncepcjach etycznych, takich jak autonomia, zgoda i odpowiedzialność (OECD, 2019a, s. 52). Wprawdzie koncepcje te zostały poddane szerokiej dyskusji w literaturze przedmiotu (Thaler i Sunstein, 2008; Hansen i Jespersen, 2013; Barton i Grüne-Yanoff, 2015; Sunstein, 2015a; Costa i Halpern, 2019), jednak istnieje niewiele ofert dostępnych dla praktyków i urzędników publicznych, którzy chcą usystematyzować kwestie etyczne podczas stosowania SB w swoich procesach kształtowania polityki. Lukę tę wypełniają ramy BASIC oraz opracowane na ich podstawie internetowe narzędzie³ zawierające etyczne wytyczne i zasady, które należy wziąć pod uwagę na każdym kroku wprowadzania SB (OECD, 2022, s. 6) (zob. rysunek 4.3).

Zestaw narzędzi BASIC zawiera szczegółową listę 45 etycznych wytycznych, które decydenci powinni wziąć pod uwagę przy opracowywaniu projektu nauk behawioralnych (ustalone na podstawie OECD, 2019a). Jednak powielanie tego, co działa w jednym środowisku, nie gwarantuje sukcesu w innym, dlatego także względy etyczne należy dostosować do kontekstu. Zdaniem P. Hansena (2018a, s. 71) wytyczne te są celowo zarówno praktyczne, jak i aspiracyjne – chociaż niektóre mogą nie być możliwe do wdrożenia w każdym środowisku, mają one na celu zapewnienie decydom wysokich standardów, które należy wziąć pod uwagę w całym projekcie BPP.

³ Prace nad pierwszą wersją podejścia BASIC trwały ponad sześć lat (Hansen, 2018b). Pierwsza wersja podejścia BASIC została oceniona na podstawie opinii uczestników Behavioural Insights Conference zorganizowanej przez OECD we wrześniu 2018 roku. Po konsultacjach prowadzonych z wieloma społecznościami zajmującymi się polityką i praktykami SB zebrano opinie i dokonano przeglądu zestawu narzędzi BASIC (OECD, 2018a). Ostateczną ich wersję opublikowano w 2019 roku i wówczas uruchomiono narzędzie *Tools and Ethics for Applied Behavioural Insights: The BASIC Toolkit* – pierwszą tego rodzaju platformę typu *open source* zaprojektowaną przez praktyków SB i decydentów (OECD, 2022, s. 2).

Uczciwość	<ul style="list-style-type: none">• Czy polityka behawioralna koncentruje się zbyt na jednej grupie i zaniedbuje inną grupę, która bardziej potrzebuje interwencji?• Czy polityka behawioralna prowadzi podbiór populacji do zachowań sprzecznych z ich preferencjami i najlepszym interesem?• Czy polityka behawioralna prowadzi do realokacji zasobów?
Otwartość	<ul style="list-style-type: none">• Czy polityka behawioralna może być manipulacyjna?• Czy opinia publiczna ma szansę przyjrzeć się polityce behawioralnej?• Czy osoba znajdująca się pod wpływem polityki behawioralnej jest w stanie zidentyfikować tę politykę oraz jej wpływ i oddziaływanie?
Szacunek	<ul style="list-style-type: none">• Czy polityka behawioralna szanuje autonomię ludzi?• Czy polityka behawioralna szanuje godność człowieka?• Czy polityka behawioralna szanuje wolność wyboru ludzi?• Czy polityka behawioralna szanuje prywatność ludzi?
Cele	<ul style="list-style-type: none">• Czy interwencja behawioralna służy celom, które są etycznie akceptowalne?• W przypadku interwencji behawioralnych, których celem jest poprawa życia ludzi, czy te interwencje naprawdę poprawiają sytuację ludzi i jak definiuje się to „lepsze”?
Opinie	<ul style="list-style-type: none">• Jaka jest opinia publiczna na temat interwencji behawioralnej na podstawie sondaży?• Jak opinia publiczna postrzega cele interwencji behawioralnej?• Jak opinia publiczna postrzega środki stosowane przez interwencję behawioralną?
Opcje	<ul style="list-style-type: none">• Czy są inne opcje polityczne?• Czy interwencja behawioralna jest najlepszą polityką spośród wszystkich opcji politycznych?• Czy polityka behawioralna odwraca uwagę i/lub wolę polityczną od lepszych decyzji politycznych?• Czy polityka behawioralna jest mniej, czy bardziej opłacalna niż inne polityki?
Delegowanie	<ul style="list-style-type: none">• Czy decydent ma konflikty interesów?• Czy decydent ma kompetencje do projektowania, zarządzania i oceny polityki behawioralnej?• W jaki sposób potencjalne konflikty interesów i brak kompetencji wpływają na ocenę etyczną i komunikację?

Rysunek. 4.4. Pytania pomocnicze do zidentyfikowania wymiarów etycznych polityki behawioralnej

Źródło: opracowanie własne na podstawie Lades i Delaney (2020; 2022).

Także L. Lades i F. Nova (2022, s. 4) podkreślają, że istotnym elementem, który należy wziąć pod uwagę przed zaprojektowaniem i wdrożeniem interwencji behawioralnych, są względy etyczne, ważne na wszystkich poziomach tego procesu. Uwzględnienie etyki interwencji behawioralnych jest szczególnie ważne, gdy zachowanie, które ma zostać zmienione, jest bardzo osobiste, związane z tożsamością i ma duże znaczenie kulturowe. Wprawdzie w literaturze przedmiotu wskazuje się, że etyczna zasadność interwencji behawioralnych musi być oceniana indywidualnie dla każdego

przypadku, ponieważ interwencje te mogą różnić się pod wieloma względami (Sunstein i Reisch, 2019; Lades i Delaney, 2020; Schmidt i Engelen, 2020), to aby ułatwić takie indywidualne etyczne oceny, opracowane zostały ramy FORGOOD. Odnosząc się one do siedmiu wymiarów etycznych, podkreślają raczej ogólne zasady niż konkretne kryteria, dlatego można je zastosować do wielu interwencji behawioralnych.

Przedstawione przez L. Ladesa i L. Delaney (2020; 2022) w praktycznym i zapadającym w pamięć mnemoniku, ramy te podsumowują literaturę na temat etyki wpływu behawioralnego i główne punkty debaty na temat etyki *nudgingu*. Autorzy tych ram sugerują, żeby decydenci, którzy chcą działać na rzecz dobra, podczas projektowania i wdrażania polityk behawioralnych zadali sobie pytania główne (przedstawione w tabeli 4.2) oraz pomocnicze (przedstawione na rysunku 4.4), w celu zidentyfikowania siedmiu podstawowych wymiarów etycznych polityki behawioralnej i związanych z nimi potencjalnych problemów (Lades i Delaney, 2022). Elementy jednego z tych wymiarów (opinie) są przedmiotem rozważań w rozdziale 8, gdyż odnoszą się do problemu, jak opinia publiczna postrzega cele i środki interwencji behawioralnej.

FORGOOD może pomóc zastanowić się nad kwestiami etycznymi, które mogą pojawić się podczas projektowania polityki behawioralnej (Lades i Delaney, 2020). Według twórców tego podejścia stanowi ono punkt wyjścia do bardziej zniuansowanej i konkretnej dyskusji na temat etycznej dopuszczalności danego *nudge*, a twórcy polityki behawioralnej mogą z niego korzystać na zasadzie dobrowolności podczas opracowywania i stosowania polityki behawioralnej (Lades i Delaney, 2020).

Nie jest to jedyne podejście zaproponowane do oceny etyki BPP i *nudges*, ale jest wykorzystywane w praktyce (np. w ocenie interwencji mającej na celu ograniczenie spożycia mięsa (zob. Lades i Nova, 2022) oraz stanowi zestaw informacji dotyczących etyki behawioralnej organizacji międzynarodowych (ONZ, 2021; UNICEF, 2021; OECD, 2022).

Istnieje wiele ram umożliwiających integrację SB z polityką publiczną. Łączy je to, że informują o tym, co należy zrobić, aby integracja SB zakończyła się sukcesem, i kiedy należy to zrobić. Dzieli je nie tylko czas ich powstania, ale także to, jak podkreśla Hansen (2018b), że niektóre z nich ignorują dogłębną analizę tego, co składa się na rzeczywiste „drażliwe” problemy behawioralne.

W rozdziale omówiono jedynie wybrane z nich. Pełniejszą listę, składającą się z 30 pozycji, sprawdzonych organizacji i ich podejścia do zmiany zachowań, przedstawiają K. Williamson i in. (2020, s. 40). Ciągłe jednak pojawiają się nowe podejścia i strategie, w ramach których proponowane są nowe lub zmienione ramy wprowadzania SB do polityki publicznej (zob. Dewies i in., 2022) lub też dotyczące jej etyki (OECD, 2022).

Część II

5. *Nudge* – narzędzie behawioralnej polityki publicznej

Według R. Lepeniesa i M. Małeckiej (2019, s. 517) behawioralna polityka publiczna jest ściśle powiązana, choć nie tożsama, z tworzeniem polityki opartej na dowodach, które jest podejściem zasadniczo zachęcającym do pryncypialnego opierania decyzji politycznych na najlepszych dostępnych dowodach naukowych. Przy czym BPP ogranicza te dowody do naukowych spostrzeżeń na temat ludzkich zachowań uzyskanych z nauk behawioralnych, czyli do spostrzeżeń (wglądów) behawioralnych. Zdaniem P. Lunna i D. Robertsona (2019, s. 24) SB są coraz częściej postrzegane jako soczewka, za pomocą której można nadać naukowe podstawy procesowi opracowywania polityki.

Pierwsza normatywna obrona BPP została przedstawiona w pismach na temat libertariańskiego paternalizmu (Thaler i Sunstein, 2003) oraz w książce *Nudge. Improving decision about health, wealth and happiness* (Thaler i Sunstein, 2008). D. Kahneman (2011) opisuje tę książkę jako podstawowy podręcznik stosowania EB w polityce. Zdaniem M. Egana (2017, s. 20) książka ta opiera się na teoriach ekonomii behawioralnej, ale stanowiła znaczący impuls dla rozwoju zarówno ekonomii behawioralnej, jak i BPP. L. Congiu i I. Moscati (2022) podkreślają, że publikacja ta odniosła popularny sukces, sprowokowała intensywną debatę akademicką wykraczającą poza ekonomię i okazała się inspiracją dla wielu decydentów na całym świecie, którzy zaczęli wdrażać politykę opartą na *nudge*. Od tego czasu naukowcy skrupulatnie zajmują się ramami sformułowanymi przez R. Thalera i C. Sunsteina. W 2009 roku ukazało się poprawione i rozszerzone wydanie książki, a w 2021 roku nowa pozycja – *Nudge. The final edition* (Thaler i Sunstein, 2021).

W opinii C. Kuehnhansa (2019) *nudges* to najbardziej spopularyzowane zastosowanie SB, które pojawiło się pod auspicjami libertariańskiego paternalizmu. R. Thaler i C. Sunstein uznawani są za twórców tego określenia, używają terminu „libertariański paternalizm”, leżącego u podstaw filozofii, za którą opowiadają się przy rozważaniu i stosowaniu teorii *nudge*. Pojęcie libertariańskiego paternalizmu odnosi się do dwóch

odrębnych podejść socjopolitycznych, tj. libertarianizmu i paternalizmu, pozostających ze sobą w sprzeczności (Brzezicka i in., 2016). Z tego powodu pojęcie to uznano za oksymoron (Mitchell, 2004). Jednak jego twórcy wyjaśniają wątpliwości dotyczące pozornej sprzeczności, argumentując na rzecz słuszności połączenia idei libertariańskiego paternalizmu w jedną całość. Ta kombinacja umożliwia dodanie nowego znaczenia do elementów obu filozofii rozpatrywanych jednocześnie, podczas gdy analizowane oddzielnie mogą pozostać w opozycji do siebie (Sunstein i Thaler, 2003).

Wykorzystując ustalenia ekonomii behawioralnej dotyczące popełnianych przez ludzi systematycznych błędów poznawczych, stosowanych heurystyk oraz spostrzeżenia, że czasami jednostki nie są najlepszymi sędziami własnego dobrobytu (Schlag, 2010), C. Sunstein i R. Thaler zaproponowali koncepcję libertariańskiego paternalizmu określanego jako „trzecia droga” (Thaler i Sunstein, 2008, s. 252) lub „środkowa droga” (Schlag, 2010, s. 914) między tradycyjnym paternalizmem a libertarianizmem, oznaczającą obejście problemu polaryzacji między zwolennikami opieki społecznej a libertariańskimi decydentami (Souza-Neto i in., 2022).

Ukuty przez R. Thalera i C. Sunsteina termin, pozornie oksymoroniczny, charakteryzuje atrakcyjny paradygmat regulacji, który wyrasta z podejścia do zmiany zachowań w kształtowaniu polityki publicznej, gdy jest ona uchwalana w celu służenia interesom obywateli. Zdaniem O. Mont i in. (2014, s. 19) jest to podejście polityczne, które zachowuje wolność wyboru (tj. libertarianizm), ale zachęca sektor publiczny do kierowania ludźmi, by dokonywali wyborów wspierających ich własne dobro (tj. paternalizm). Ludzie mogą dokonywać wyborów, ale regulacje zgodne z tym paradygmatem mają na celu promowanie pożądanego zachowania.

Według C. Sunsteina (2014a, s. 55) paternalizm ogólnie odnosi się do zasady, która uprawnia jednostkę (osobę, organizację lub państwo) do podejmowania decyzji zamiast innych dla ich własnego dobra. Jak wskazują R. Thaler i C. Sunstein (2008, s. 5), libertariański aspekt ich strategii

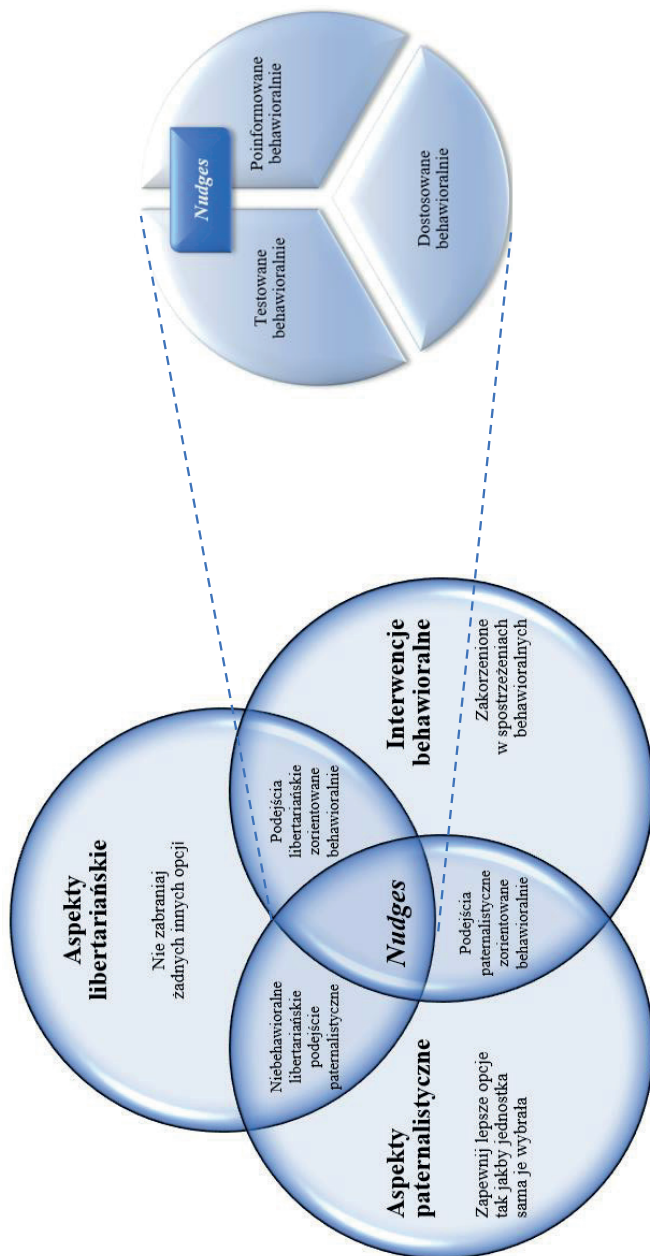
polega na prostym naleganiu, aby ludzie ogólnie mogli robić to, co lubią (...). Staramy się opracowywać politykę, która utrzymuje lub zwiększa swobodę wyboru. Kiedy używamy terminu libertarianin, aby zmodyfikować słowo paternalizm, mamy na myśli po prostu zachowanie wolności. A kiedy mówimy o zachowaniu wolności, naprawdę to rozumiemy. Libertariańscy paternaliści chcą ułatwić ludziom pójście własną drogą; nie chcą obciążać tych, którzy chcą korzystać ze swojej wolności.

Autorzy tego podejścia do prowadzenia polityki publicznej opisują zatem libertariański paternalizm jako formę paternalizmu, w duchu wolnościowym, która powinna być do przyjęcia dla tych, którzy są mocno zaangażowani w wolność wyboru ze względu na autonomię lub dobrobyt (Thaler i Sunstein, 2003). Wskazują oni także,

że libertariański paternalizm „próbuję wpływać na wybory dotkniętych nim stron w sposób, który poprawi sytuację tych, którzy dokonują wyborów” (Sunstein i Thaler, 2003). Zamiast reguł obowiązkowych libertariański paternalizm wprowadza reguły domyślne, jednak wybierający mogą łatwo zdecydować się na inną regułę, a „tak długo, jak ludzie mogą zawierać umowy wokół domyślnej reguły, można śmiało powiedzieć, że system prawny chroni wolność wyboru i w tym sensie jest zgodny z libertariańskimi celami” (Sunstein i Thaler, 2003). Zapewnia on nie tylko zwiększenie wolności jednostek, ale także „pozwala ludziom iść własną drogą” (Thaler i Sunstein, 2008, s. 249). Według autorów ten sposób prowadzenia polityki publicznej „nie zmusza nikogo do niczego” (Sunstein i Thaler, 2003). Nie jest także uciążliwy, gdyż „jest stosunkowo słabym i nieinwazyjnym typem paternalizmu, ponieważ wybory nie są blokowane ani chronione. W swoich najbardziej ostrożnych formach libertariański paternalizm nakłada niewielkie koszty na tych, którzy chcą odejść od opcji preferowanej przez planistów” (Sunstein i Thaler, 2003).

Zdaniem M. Schweizera (2015) ideę libertariańskiego paternalizmu można sprowadzić do tego, że skoro ludzie systematycznie stosują heurystyki, których wynikiem są błędy behawioralne, są beznadziejnie niekompetentni, aby dokonywać wyborów, które faktycznie służą ich najlepszym interesom, rząd powinien przynajmniej skierować ich ku „właściwemu” wyborowi. Z tego powodu D. Hands (2021) określa libertariański paternalizm jako rodzaj paternalizmu behawioralnego, a O. Mont i in. (2014, s. 19) uważają, że pomyślnie wdrożenie jego filozofii może być rozumiane jako sposób na uniknięcie bardziej autorytarnych form paternalizmu.

Pragmatycznym rozszerzeniem filozofii libertariańskiego paternalizmu jest teoria *nudge*. Według J. Beshearsa i H. Kosowsky’ego (2020) *nudge* to aplikacja ekonomii behawioralnej zakorzeniona w koncepcji libertariańskiego paternalizmu. Zdaniem C. Kuehnhansa (2019) podejście libertariańskiego paternalizmu i wynikające z niego *nudges* są bardzo odrębną formą stosowania behawioralnych spostrzeżeń do polityki. Opiera się na tych samych badaniach empirycznych, co ekonomia behawioralna, ale odgrywa znacznie bardziej proaktywną rolę w interpretacji zaobserwowanych skrzywień, błędów behawioralnych jako podstawy interwencji paternalistycznej. Opracowując interwencje zakorzenione w spostrzeżeniach behawioralnych i ugruntowane w libertariańskim paternalizmie, R. Thaler i C. Sunstein stworzyli nowy program behawioralny nazywany „paradygmatem behawioralnym” (Gopalan i Pirog, 2017) lub „paradygmatem *nudge*” (Lehner i in., 2016). Ten nowy paradygmat ma na celu dodanie natury ludzkiej do równania polityki poprzez przedstawienie „świata behawioralnego [...] [biorąc pod uwagę, że] na ludzkie zachowanie zazwyczaj wpływają różnorodne czynniki przyczynowe działające na poziomie podświadomości” (Schubert, 2017).



Rysunek 5.1. Filary koncepcji *nudge*

Źródło: opracowanie własne na podstawie na podstawie: Gopalan i Pirog (2017); Souza-Neto i in. (2022).

Dotychczasowe rozważania pozwalają na konceptualizację *nudges* jako interwencji publicznych opartych na trzech filarach (zob. rysunek 5.1):

- filozofii paternalistycznej (tj. łatwe formułowanie najlepszych opcji),
- aspektach chroniących libertarianizm (tj. ludzie powinni mieć swobodę wyboru tego, co wolą),
- spostrzeżeniach behawioralnych (tj. testowane lub poinformowane behawioralnie).

P. Mongin i M. Cozic (2018) opierają koncepcję *nudge* na dwóch filarach i wskazują, że jej autorzy starali się w niej o pogodzenie libertarianizmu (w sensie poszanowania wolności wyboru jednostki) i paternalizmu (w sensie nadania priorytetu poprawie dobrobytu nad spontaniczną wolą jednostki). Podkreślając istotność tych filarów, P. Hansen i A. Jespersen (2013) zwracają uwagę, że to spostrzeżenia dotyczące ludzkiej omylności są wykorzystywane do uzasadnienia publicznej interwencji libertariańskiego paternalizmu. Punktem odniesienia przy ocenie środka politycznego nie jest już wyidealizowany świat zamieszkały przez doskonale racjonalnych obywateli zawsze zdolnych do działania zgodnie z tym, co leży w ich własnym interesie. Twórcy polityki publicznej nie mogą już odwoływać się do fikcyjnych zdolności ludzi, którzy zawsze działają zgodnie z ich odzwierciedlonymi preferencjami. Dobitniej sformułowali to B. Engelen i A. Schmidt (2020), którzy wskazują, że tzw. polityki *nudge* wykorzystują spostrzeżenia z nauk behawioralnych, aby osiągnąć wyniki polityczne.

Do tej pory zaproponowano kilka definicji *nudge*, przy czym większość z nich podąża w kierunku tej samej konceptualizacji, co oryginalna definicja R. Thalera i C. Sunsteina, przedstawiona jako pierwsza w tabeli 5.1. Według „ojców” tej koncepcji *nudges* są interwencjami, które popychają (kierują) ludzi w określonych kierunkach, ale także pozwalają im podążać własną drogą. Aby zachęcić do szczególnego zachowania (lub zmienić istniejące), należy przedstawić ludziom wybór, który sprawia, że decyzja staje się łatwa i automatyczna. Zgodnie z pierwotną definicją R. Thalera i C. Sunsteina środowisko decyzyjne można odpowiednio tworzyć i zmieniać, oddziałując na warunki podejmowanych decyzji, a sformułowanie ram interpretacyjnych dla jednostkowych decyzji ma ogromny wpływ na rezultat. Stąd *nudge* to interwencja dokonywana poprzez zmianę prezentacji wyborów, która zmienia zachowanie ludzi w przewidywalny sposób. Jest to każda interwencja w strukturę kontekstu decyzyjnego. Zastąpienie jednego kontekstu decyzyjnego innym jest uzasadnione, jeśli istnieją dowody, że jedna opcja jest faktycznie lepsza od drugiej, a nowy kontekst prowadzi do częstszego wybierania lepszej opcji. Jednocześnie *nudges* zachowują wolność wyboru, ponieważ nie zabraniają żadnych opcji ani nie zmieniają bodźców ekonomicznych. Czynność organizowania kontekstu, w którym podejmowana jest decyzja, R. Thaler i C. Sunstein (2008, s. 236, 3) nazwali „architekturą wyboru”, która powinna być wykorzystana do zmiany zachowań ludzi (Hummel i Maedche, 2019).

Tabela 5.1. Wybrane definicje *nudge* według chronologii czasowej

Autor	Definicja
1	2
Thaler i Sunstein (2008, s. 6, 8)	Każdy aspekt architektury wyboru, który zmienia ludzkie zachowanie w przewidywalny sposób, nie wykluczając żadnych opcji ani nie zmieniając w znaczący sposób ich zachęt ekonomicznych. Aby można było uznać interwencję za zwykłe <i>nudge</i> , jej uniknięcie musi być łatwe i tanie. Każdy czynnik, który znacząco zmienia zachowanie <i>Humans</i> [agenci wykazujący braki racjonalności], mimo że zostałyby zignorowany przez <i>Econs</i> [doskonale racjonalni agenci]
Bovens (2009)	Manipulacja wyborami ludzi poprzez architekturę wyboru, tj. sposób, w jaki wybory są im przedstawiane
Hausman i Welch (2010)	Sposób wywierania wpływu na wybór bez ograniczania zbioru wyborów lub czynienia alternatyw znacznie bardziej kosztownymi pod względem czasu, kłopotów, sankcji społecznych itd.; są powołane z powodu błędów w indywidualnym podejmowaniu decyzji i działają, wykorzystując te wady
Hansen i Jespersen (2013)	Każda próba wpłynięcia na zachowanie w przewidywalny sposób, bez zabrania jakichkolwiek wcześniej dostępnych kierunków działań lub sprawiania, że alternatywy są znacznie bardziej kosztowne pod względem czasu, kłopotów, sankcji społecznych itd.
Oliver (2013)	Aby interwencja została sklasyfikowana jako <i>nudge</i> , musi ona chronić wolność, polegać na automatycznych, refleksyjnych reakcjach adresatów i nie obejmować nadmiernie jawnych metod perswazji, nie zmieniać znacząco zachęt ekonomicznych, musi także przeprojektować kontekst wyboru zgodnie z ustaleniami ekonomii behawioralnej
Hansen (2014, s. 2)	Każda próba wpłynięcia na osąd, wybór lub zachowanie ludzi w przewidywalny sposób możliwa z powodu błędów poznawczych w podejmowaniu decyzji indywidualnych i społecznych, stwarzających bariery dla ludzi w racjonalnym działaniu we własnym interesie, oraz pracująca z wykorzystaniem tych uprzedzeń jako integralnej części takich prób
Sunstein (2014a, s. 17)	Inicjatywy, które zachowują swobodę wyboru, a jednocześnie sterują decyzjami ludzi we właściwym kierunku (w ocenie samych ludzi)
Sunstein (2014b)	Podejścia służące ochronie wolności, które kierują ludzi w określonych kierunkach, ale jednocześnie pozwalające, by szli własną drogą
Hansen (2016)	Każda próba wpłynięcia na osąd, wybór lub zachowanie ludzi w przewidywalny sposób, która polega na wykorzystaniu granic, uprzedzeń, rutyny i nawyków [ludzi] jako integralnych części takich prób
Marchiori i in. (2017)	Ogólny termin określający celowe i przewidywalne metody zmiany zachowania ludzi poprzez modyfikację wskazówki w kontekście fizycznym i/lub społecznym, w którym działają. Wykorzystuje te wskazówki do aktywacji nieświadomych procesów myślowych zaangażowanych w podejmowanie decyzji przez człowieka. Oznacza, że żaden z wyborów nie powinien być trudny do uniknięcia, obowiązkowy, motywowany ekonomicznie lub społecznie i znacznie bardziej kosztowny pod względem czasu lub kłopotów

1	2
Sunstein (2015b; 2018); Sunstein i Reisch (2019, s. 1)	Prywatne lub publiczne inicjatywy, które popychają ludzi w określonych kierunkach, ale jednocześnie pozwalają im iść własną drogą
Engelen (2019)	Celowe zmiany w projekcie architektury wyboru ludzi, mające na celu wpłynięcie na ich zachowanie; steruje zachowaniem ludzi, wykorzystując mechanizmy psychologiczne, takie jak wyrazistość, niechęć do strat, konformizm, akrazja i stronniczość <i>status quo</i>
Thaler i Sunstein (2021, s. 5)	Behawioralne interwencje, które zmieniają zachowanie poprzez modyfikację kontekstów, w których podejmowane są decyzje, bez ograniczania wolności wyboru ludzi
Congiu i Moscati (2022)	To interwencje, które próbują wpłynąć na zachowanie ludzi poprzez przynajmniej częściowe wykorzystanie ich niepowodzeń racjonalności i które nie zwiększają wyłącznie dobrostanu podmiotu, który je wprowadza

Źródło: opracowanie własne.

W opinii twórców tej koncepcji *nudges* są wszędzie, nawet jeśli ich nie widzimy; są interwencjami, które popychają ludzi w określonych kierunkach, ale także pozwalają im podążać własną drogą. Aby zachęcić do szczególnego zachowania (lub zmienić istniejące), należy przedstawić ludziom wybór, który sprawia, że decyzja staje się łatwa i automatyczna – podejmowana „bez zmęczenia” (Thaler i Sunstein, 2008, s. 252). Autorzy ci twierdzą także, że *nudges* wykorzystują nieświadomą interakcję człowieka z otoczeniem (a więc tzw. sposób myślenia Systemu 1) oraz wady myślenia (które wpływają na automatyczne procesy nieświadome i bierne podejmowanie decyzji), takie jak fakt, że ludzie nie wykorzystują w pełni swoich możliwości, mają tendencję do podążania po linii najmniejszego oporu, brakuje im jasnych preferencji i pełnych informacji, a na wybory nieuchronnie będą miały wpływ domyślne reguły, ramy i punkty wyjścia (Sunstein i Thaler, 2003; 2008, s. 21–39). Tak długo, jak ludzie nie dokonują doskonałych wyborów, pewne zmiany w architekturze wyborów mogą poprawić ich życie (oceniane na podstawie ich własnych preferencji, a nie preferencji jakiegoś biurokraty). Możliwe jest zatem zaprojektowanie architektury wyboru, aby ludziom żyło się lepiej, a w wielu przypadkach jest to łatwe zadanie (Thaler i Sunstein, 2008, s. 10–11).

J. de Quintana Medina (2020, s. 11) twierdzi, że zgodnie z argumentami zawartymi w oryginalnej charakterystyce *nudge*, R. Thaler i C. Sunstein podkreślają potrzebę zrewidowania sposobu, w jaki rozumiemy zachowanie i jak podchodzimy do zmiany zachowania w polityce publicznej. Autorzy koncepcji *nudge* twierdzą, że dowody z ekonomii behawioralnej przedstawiają nowe rozważania dotyczące tego, kiedy jest konieczne, aby rządy interweniowały w celu poprawy życia ludzi. W związku z tym argumentują, że architekci wyboru, tj. rządy i instytucje mające moc i odpowiedzialność za organizowanie kontekstów, w których ludzie podejmują

decyzje, powinni ingerować w te decyzje, aby zapobiegać złym wyborom i promować te, które poprawiają życie ludzi. Chociaż ich podejście definiuje nowe wyzwanie dla polityki publicznej, oferuje również nowatorski sposób jego rozwiązania. Zgodnie z ich argumentacją spostrzeżenia behawioralne są przydatne przy rozważaniu nowych narzędzi do zmiany zachowań i sugerują, że architekci wyboru powinni wziąć pod uwagę, że na zachowanie ludzi duży wpływ mają heurystyki i uprzedzenia, wpływy społeczne i kontekst wyboru (de Quintana Medina, 2020, s. 12). R. Thaler i C. Sunstein stwierdzają wprost: „jeśli pośrednio wpływasz na wybory dokonywane przez innych ludzi, jesteś architektem wyborów. A ponieważ wybory, na które masz wpływ, będą dokonywane przez ludzi, będziesz chciał, aby twoja architektura odzwierciedlała dobre zrozumienie zachowań ludzi” (Thaler i Sunstein, 2008, s. 83).

Według L. Congiu i I. Moscati (2022) z oryginalnej definicji *nudge* wynikają cztery właściwości:

- nie zabrania żadnych opcji,
- nie zmienia istotnie motywacji ekonomicznych,
- jest łatwa i tania do uniknięcia,
- znacznie zmienia zachowanie ludzi.

J. de Quintana Medina (2020, s. 14) wskazuje jednakże, że w oryginalnej charakterystyce *nudge* cechuje się pięcioma właściwościami, z których dwie ostatnie wynikają ze skojarzenia ich z libertariańskim paternalizmem:

- *nudges* nie zmieniają istotnie zachęty ekonomicznych,
- nie zabraniają żadnych opcji,
- wpływają na zachowanie ludzi i są ignorowane przez „ekonów”,
- dotyczą porażek racjonalności i promowania indywidualnego dobrostanu ocenianego przez same jednostki,
- szanują wolność wyboru.

W ten sposób *nudge* można definiować jako jednolitą koncepcję i instrument polityki, który ma charakter praktyczny i normatywną wartość, aby osiągnąć zmianę zachowania (de Quintana Medina, 2020, s. 14).

Zdaniem L. Congiu i I. Moscati (2022) archetypowym przykładem *nudge* jest umieszczanie zdrowej żywności w stołówce w sposób, który poprawia jej widoczność i dostępność, zwiększając tym samym prawdopodobieństwo, że klient ją wybierze. Jest to ograniczona zmiana kontekstu decyzyjnego, która nie wyklucza dostępu do innych i być może mniej zdrowych opcji, i która wykorzystuje fakt, że na wybory ludzi wydaje się mieć duży wpływ kolejność i pozycja elementów w zbiorze wyborów. Taki wpływ jest *implicite* wykluczony przez neoklasyczne wymagania dotyczące wzajemnej zgodności preferencji.

P. Mongin i M. Cozic (2018) uznają, że z definicji przedstawionej przez R. Thalera i C. Sunsteina wynika, że *nudge* jest interwencją polityczną mającą na celu

przekierowanie wyborów agenta przez bardzo nieznaczną zmianę warunków jego wyboru, tak aby ingerencja była ograniczona do minimum. Jest to interwencja polityczna, która osiąga swój cel dzięki wykorzystaniu niepowodzeń racjonalności osób wybierających. Te niepowodzenia zmniejszają dobrobyt i powinny zostać usunięte lub przynajmniej złagodzone za pomocą odpowiednich interwencji. Istniejące badania potwierdzają argument, że interwencje *nudge* wymierzone są w intuicyjny system myślenia (Lehner i in., 2016; Schubert, 2017). Jak wskazują Å. Löfgren i K. Nordblom (2020), skupienie się na Systemie 1 myślenia i błędach behawioralnych wydaje się pożądanym czynnikiem psychologicznym w interwencjach *nudge*.

Większość badaczy zgadza się z pierwotną definicją *nudge*, ale w kręgach naukowych była dyskutowana jako zbyt szeroka i nieprecyzyjna i – jak wynika z tabeli 5.1 – przeszła szereg modyfikacji mających na celu jej udoskonalenie. Według V. Bertheta i B. Ouyrarda (2019) definicje, które pojawiły się później, potwierdziły jednak instrumentalne wykorzystanie niepowodzeń racjonalności jako cechy definiującej *nudge*. Zdaniem L. Congiu i I. Moscati (2022) alternatywne i prawdopodobnie najlepiej argumentowane w tym nurcie stanowisko na temat pojęcia *nudge* przedstawił czołowy duński badacz behawioralny P. Hansen (2014, s. 2; 2016). Dokonał on przeglądu złożonej argumentacji wspierającej zaproponowaną przez siebie definicję, by na koniec określić *nudge* jako interwencję, która w instrumentalny sposób wykorzystuje niepowodzenia racjonalności. Oznacza to, jak dostrzegają V. Berthet i B. Ouyrard (2019), że zarówno pierwotna definicja (dwuczęściowa, zob. tabela 5.1), jak i późniejsze jej udoskonalenia, także te zaproponowane przez P. Hansena, opisują *nudge* w wąskim znaczeniu, gdyż krążą wokół idei, że interwencje takie działają poprzez instrumentalne wykorzystywanie niepowodzeń racjonalności lub błędów poznawczych.

Inni autorzy przyjęli odmienną strategię, zajmując się modyfikacją oryginalnej definicji. Koncentrują się na idei, że *nudges* powinny zachować wolność i autonomię decydenta. Uosobieniem tak zaktualizowanej definicji *nudge* jest ta zaproponowana przez C. Sunsteina (w publikacjach z lat 2014–2018). Według tego autora cechą definiującą *nudge* nie jest instrumentalne wykorzystywanie porażek racjonalności, ale raczej zachowanie wolności wyboru, zgodnie z wolnościowym paternalizmem. Aby interwencja mogła być traktowana jako *nudge*, nie może narzucać istotnych materialnych zachęt oraz musi w pełni zachować wolność wyboru (Sunstein, 2014a, s. 57; 2016, s. 22). Zarówno przypomnienie, jak i ostrzeżenie są *nudges*. Nie są nimi natomiast dotacja, podatek, kara grzywny lub więzienia. Jeśli interwencja powoduje znaczne koszty materialne dla wybranych osób, co oczywiście może być uzasadnione, nie jest traktowana jako *nudge*. Niektóre *nudges* działają, ponieważ informują ludzi, inne dlatego, że ułatwiają wybór, a jeszcze inne z powodu siły bezwładności i prokrastynacji (odkładania spraw na później) (Sunstein, 2016, s. 21).

W opinii V. Bertheta i B. Ouyrarda (2019) tak obszerna definicja przedstawiona przez C.R. Sunsteina opisuje *nudges* w szerokim tego słowa znaczeniu, ponieważ oznacza, że są skierowane również do osób, których nie dotyczą niepowodzenia racjonalności (dzięki dostarczaniu im informacji, których może im brakować, np. poprzez globalny system pozycjonowania, GPS). Różnicą między wąskim a szerokim zdefiniowaniem *nudge* jest ich zdaniem oczywista kwestia, czy przekazanie lub ujawnienie informacji liczy się jako *nudge*, czy nie. Chociaż kwestia, czy udzielanie informacji powinno kwalifikować się jako *nudge* jest kontrowersyjna, to jednak definicja nie wyklucza żadnej opcji. Dlatego też, o ile nie zmienia to również bodźców ekonomicznych, dostarczanie informacji pasuje do pierwszej części definicji przedstawionej przez R. Thaler i C. Sunsteina. W związku z tym szeroka definicja *nudge* może również obejmować to, co T. Grüne-Yanoff i R. Hertwig (2016) kwalifikują jako *boasts* (wzmocnienia – opisane w dalszej części rozdziału).

Według L. Congiu i I. Moscati (2022) szeroka definicja pozwala na oddzielenie interwencji libertariańsko-paternalistycznych od mocno paternalistycznych, takich jak zakazy i nakazy. Ponieważ jednak definicja C.R. Sunsteina nie odnosi się do konkretnych kanałów, za pośrednictwem których działają *nudges*, tzn. kanałów racjonalnych i kanałów o ograniczonej racjonalności, często jest mało przydatna do odróżnienia *nudge* od standardowych narzędzi. A nawet, jak uzasadnia A. Wincewicz-Price (2019), jest „niejasna na wszystkie właściwe sposoby, aby pozostać otwartą do zastosowań politycznych”.

L. Congiu i I. Moscati (2022) twierdzą, że ani wąskie, ani szerokie definicje nie określają, kto korzysta lub powinien korzystać z *nudge*. Dlatego zaproponowali własną definicję (zamieszczoną w tabeli 5.1 jako ostatnia) i przyznają, że dwie występujące w niej klauzule – „przynajmniej częściowo” i „nie wyłącznie” – sprawiają, że jest w pewnym sensie nieokreślona, ponieważ nie zawsze łatwo jest określić, czy są one spełnione. Autorzy ci stoją jednak na stanowisku, że niezależnie od tego ograniczenia, z jednej strony definicja ta wydaje się wystarczająco szeroka, aby uchwycić różnorodne interwencje polityczne, które w ciągu ostatnich piętnastu lat były pomyślane lub reklamowane jako *nudges*. Z drugiej strony definicja wydaje się wystarczająco wąska, aby odróżnić *nudge* od innych bardziej tradycyjnych interwencji politycznych, a nawet od technik marketingowych służących wyłącznie zyskowi firmy, a szkodzących konsumentowi.

Zgodnie z pierwotną definicją *nudge* ma na celu przeciwdziałanie złym wyborom dokonywanym przez jednostki. Jak wskazują C. Camerer i in. (2003), dobrze zaprojektowany *nudge* „[...] przynosi duże korzyści tym, którzy popełniają błędy, wyrządzając jednocześnie niewielką lub żadną szkodę tym, którzy są w pełni racjonalni” (Camerer i in., 2003). Można zatem stwierdzić, że tak rozumiane *nudges* mają na celu poprawę dobrobytu jednostki (a nie zajmowanie się efektami zewnętrznymi)

i są w ten sposób traktowane jako behawioralne rozwiązanie problemu behawioralnego (Carlsson i in., 2021).

Tabela 5.2. Klasyfikacja interwencji polityki publicznej

Powody skłaniające do prowadzenia polityki (DLACZEGO?)	Typy polityki (JAK?)	
	konwencjonalna ekonomia	behawioralna ekonomia
Konwencjonalne problemy ekonomiczne (efekty zewnętrzne, dobra publiczne, wspólne zasoby, asymetria informacji)	A. Podatki korygujące efekty zewnętrzne, zbywalne pozwolenia, nakazy i kontrola, informacje	C. Zielone <i>nudges</i> : czyste i moralne
Behawioralne problemy ekonomiczne (efekty wewnętrzne, ograniczona racjonalność)	B. Podatki korygujące efekty wewnętrzne, regulacja, informacje	D. Skupiony na sobie <i>nudge</i> : czysty i moralny

Źródło: opracowanie własne na podstawie Carlsson i in. (2021).

Umieszczając je w szerszym kontekście klasyfikacji interwencji polityki publicznej według problemu, na który są ukierunkowane oraz ich rodzaju (tabela 5.2), F. Carlsson i in. (2021) wyjaśniają, że jej pierwszy wymiar, „DLACZEGO”, rozróżnia dwa powody interwencji: konwencjonalne problemy gospodarcze, takie jak niedoskonałości rynku i efekty zewnętrzne, oraz behawioralne problemy ekonomiczne, przewidywalne błędy w podejmowaniu decyzji spowodowane czynnikami wewnętrznymi i uprzedzeniami poznawczymi. Drugi wymiar tej klasyfikacji, „JAK”, rozróżnia dwa rodzaje polityki, takie jak podatki konwencjonalnej ekonomii i *nudges* behawioralnej ekonomii.

Interwencje zamieszczone w tabeli 5.2:

- w komórce A to konwencjonalne instrumenty polityki (nakazy, zakazy), które mają na celu rozwiązanie konwencjonalnych problemów ekonomicznych,
- w komórce B obejmują konwencjonalne instrumenty polityki, które biorą pod uwagę, że ludzie mogą nie być w pełni racjonalni i uważni przy dokonywaniu wyborów (np. programy informacyjne czy kampanie społeczne przy błędnym postrzeganiu konsekwencji indywidualnego zachowania),
- w komórce C to zielone *nudges*, czyli behawioralne interwencje mające na celu ograniczenie negatywnych efektów zewnętrznych;
- w komórce D to klasyczne już skoncentrowane na sobie *nudges* do naprawienia błędów behawioralnych (promujące dobrobyt indywidualny).

W komórce C ukazane są zatem te interwencje, których powód jest konwencjonalny, podczas gdy rodzaj interwencji jest behawioralny. Nie mają one na celu poprawienia błędu w podejmowaniu decyzji przez osobę (co ma miejsce w przypadku interwencji umieszczonych w komórce D). Zamiast tego opierają się one ludzkich

uprzedzeniach poznawczych i moralnych obawach dotyczących ich wpływu na środowisko, aby „odciągnąć” ludzi od dokonywania wyborów, które tworzą negatywne efekty zewnętrzne. Tak więc powód interwencji odróżnia *nudges* skoncentrowane na sobie od zielonych (Carlsson i in., 2021).

W przedstawionej powyżej klasyfikacji interwencji publicznych F. Carlsson i in. (2021) wskazują zatem, że złe indywidualne wybory mogą również powodować negatywne efekty zewnętrzne (np. rosnące koszty opieki zdrowotnej czy koszty ochrony środowiska), a *nudging* może być także behawioralnym rozwiązaniem konwencjonalnego problemu ekonomicznego, tj. redukcji negatywnych efektów zewnętrznych. Kwestię, czy *nudge* pomaga jednostkom przezwyciężyć błędy w podejmowaniu decyzji, czy też ma na celu ograniczenie efektów zewnętrznych, a także porównanie tych dwóch typów *nudges* z konwencjonalnymi narzędziami politycznymi – autorzy ci postrzegają jako istotne, ponieważ decydenci polityczni mogą być zmuszeni do podjęcia decyzji wyboru między nimi w przypadku rozwiązywania danego problemu polityki (Carlsson i in., 2021).

Według A. Olivera (2015) istotą podejścia *nudge* jest to, że spostrzeżenia ekonomii behawioralnej można wykorzystać do zmiany architektury wyborów, tak aby ludzie byli bardziej skłonni do podejmowania dobrowolnych decyzji, które po zastanowieniu chcieliby podjąć, a jednak ze względu na ograniczenia, racjonalność i błąd ludzki zwykle tego nie robią. *Nudges* „idąc w parze z naturą ludzką, zamiast próbować ją zmienić” (Vlaev i in., 2016), są najpopularniejszym rodzajem interwencji politycznych sugerowanym przez behawiorystów (Lades i Nova, 2022).

P. John (2018) podkreśla natomiast, że dziedzinę polityki często nazywaną *nudgingiem* uznaje się za ideę, zgodnie z którą niewielkie i niedrogi zmiany, dostosowane do ludzkiej psychiki, mogą znacznie poprawić politykę publiczną, w dużej mierze polegając na zachęcaniu obywateli do robienia rzeczy, na które zgodziliby się po rozsądnym namyśle. A. Winciewicz-Price (2019) traktuje oryginalne podejście do *nudgingu* jako przykład ilustrujący, dlaczego filozoficzna złożoność ludzkich wyborów może zasługiwać na większą uwagę w politycznym zastosowaniu ustaleń behawioralnych. M. Whitehead i in. (2018, s. 24) wskazują, że publikację książki *Nudge...* (Thaler i Sunstein, 2008) można postrzegać jako odnowiony punkt wyjścia i katalizator ogólnoświatowego zainteresowania integracją SB z polityką, a P. Hansen (2018b) uważa, że w następstwie publikacji tej książki zastosowanie nauk behawioralnych do polityki publicznej stało się nowym paradygmatem polityki powszechnie określanym jako BPP.

X. Troussard i R. van Bavel (2018) podkreślają natomiast, że strefa *nudgingu* stosująca SB bardzo bezpośrednio do wpływania na zachowanie w dużej mierze odpowiedzialna jest za ich popularność w dzisiejszym kształtowaniu polityki. Uzupełniając ten pogląd, A. Esmark (2019, s. 139) argumentuje, że podstawowe idee „programu *nudge*” wywodzą się z EB, ale interwencje wykorzystujące *nudges* są tylko częścią

„szerszego ruchu w kierunku behawioralnej polityki publicznej i administracji”. B. Ewert i in. (2021) podkreślają, że niewątpliwie ekonomiści (np. R. Thaler, E. Shafir) i psychologowie (np. D. Kahneman, A. Tversky) położyli podwaliny pod dzisiejszą interwencję w zakresie polityki behawioralnej i narzędzia takie jak heurystyki, uprzedzenia, wartości domyślne i architektury wyboru. Jednak B. Ewert i K. Loer (2021) postrzegają obecne wykorzystanie spostrzeżeń SB w postaci *nudgingu* jako punkt wyjścia do procesu dojrzewania BPP, a nie punkt końcowy.

Zdaniem B. Ewerta (2020) wprowadzie *nudge* wykorzystując spostrzeżenia EB, zwykle dominuje w rozumieniu BPP w debacie publicznej, to „zaawansowana” BPP powinna uwzględnić szerszy katalog ustaleń nauk behawioralnych i społecznych. Jednak elementy BPP, które wywodzą się spoza ekonomii behawioralnej i psychologii, pozostają w znacznym stopniu niewykorzystane, a dotyczy to głównie spostrzeżeń, które wyjaśniają, w jaki sposób zachowania są osadzone i kształtowane przez środowiska i światy życia ludzi. Żeby zilustrować różnicę między praktyką *nudgingu* a zaawansowaną BPP, czyli bardziej partycypacyjnym, bardziej etycznym i mniej ideologicznym paradygmatem polityki, B. Ewart (2020) proponuje porównanie ram teoretycznych obu podejść (tabela 5.3).

W opinii J. Feitsma (2019, s. 224–227) chociaż obecnie *nudges* stało się głównym nurtem behawioralnej polityki publicznej, to pozostaje prowizoryczną koncepcją, która wciąż jest w trakcie tworzenia. BPP idzie znacznie dalej niż *nudging* oraz zmiana indywidualnych zachowań i nie powinna być synonimem ograniczonej liczby podejść politycznych (np. *nudge*) opartych na określonych metodach badawczych (np. randomizowanych próbach kontrolnych) w celu osiągnięcia indywidualnej zmiany zachowania (Ewert, 2020). Powinna dostrzegać wartość spostrzeżeń behawioralnych z takich dyscyplin jak antropologia, etnografia, geografia i socjologia, które opierają się na pluralistycznych (tj. ilościowych i jakościowych) metodach i podejściach (np. teoria praktyki społecznej) w kształtowaniu polityki behawioralnej (Ewert i Loer, 2021; Ewert i in., 2021).

Tabela 5.3. Ramy teoretyczne *nudge* i zaawansowanej BPP

Wyszczególnienie	<i>Nudge</i>	Zaawansowana BPP
1	2	3
Podstawa naukowa	ekonomia behawioralna i psychologia	nauki behawioralne i społeczne (w tym m.in. ekonomia behawioralna i psychologia)
Metody	metody ilościowe (tj. głównie losowe próby kontrolne)	metody mieszane (tj. jakościowe i ilościowe)
Zakres	interwencja selektywna w pewnym zakresie (tj. modyfikacja technokratyczna)	podejście całościowe

1	2	3
Poziom integracji polityki	niski (samodzielna koncepcja)	wysoki (tj. naturalny składnik kształtowania polityki)
Podejścia i instrumenty	<i>nudging</i> (architektura wyboru)	wszystkie instrumenty polityki z „spinem behawioralnym” (rozstrzygnięte behawioralnie), w tym <i>nudge plus</i> , zachęty itp.
Cele	obywatele, konsumenci i użytkownicy końcowi	wszyscy interesariusze (w tym decydenci, urzędnicy państwowi) i organizacje
Dominujące uzasadnienie polityki	indywidualna zmiana zachowania	„stosowanie perspektywy/soczewki behawioralnej” w całym procesie tworzenia polityki
Zakres problemów	ograniczony (tj. „nisko wiszące owoce”, czyli nieskomplikowane problemy)	szeroki
Przykład	zmiana architektury wyboru w stołówkach (np. „inteligentniejsze stołówki”)	polityka uwzględniająca wielu interesariuszy, oparta na informacjach behawioralnych w celu poprawy podaży zdrowej żywności w środowiskach społecznych

Źródło: na podstawie Ewert (2020).

Teoria *nudge* rozwinęła istniejącą już wcześniej wiedzę na temat automatycznych procesów psychologicznych i związanych z nimi zjawisk. Według D. Marchiori i in. (2017) podejście to nie jest zupełnie nową dziedziną badań, ale sprytnym zastosowaniem wiedzy na temat zmiany zachowań i podejmowania decyzji, które obecnie znajduje zastosowanie w kształtowaniu polityki. Główna różnica między *nudges* a innymi interwencjami behawioralnymi polega na tym, że *nudging* nie konkuruje z naszym najczęściej używanym sposobem myślenia, ale szanuje go, ponieważ nie próbuje wywołać zmiany zachowania poprzez świadome procesy.

Chociaż *nudge* jest obecnie najpopularniejszym behawioralnym instrumentem polityki publicznej (Straßheim, 2020b; Thaler i Sunstein, 2021), to jest jednak tylko jednym z wielu sposobów, w jaki spostrzeżenia dotyczące błędów, heurystyk i zależności kontekstowych można wykorzystać w BPP do zmiany zachowania. Inne behawioralne środki porządku publicznego obejmują *self-nudge*, *nudge plus*¹, *thing*, *boost*, *budge* i *shove*.

Ideę indywidualnej refleksji, zwanej w BPP jako *thing* (myśl), wysunął P. John (John i in. 2009; John, 2018; 2013; 2019). *Thing* może zostać wywołane dzięki uwidocznieniu danej osobie wzorca zachowania, przypominaniu o jej celach lub wartościach lub praktykom uważności, które powodują refleksję i motywują do wysiłku w celu

¹ *Self-nudge* i *nudge plus* opisano w rozdziale 6.

zmiany zachowania (John, 2018; Whitehead i in., 2018). Pierwotnie *thing* opierało się na indywidualnej refleksji bez transformującego namysłu z innymi (Feitsma, 2018; Lenzi, 2019; Lepenies i Małecka, 2019). Obecnie w przeciwieństwie do *nudges*, które zagrażają suwerenności konsumentów, *things* dotyczą debat na dużą skalę, które umożliwiają obywatelom decydowanie o procesie reform behawioralnych. *Things* mogą być skuteczniejsze, ponieważ wymagają od ludzi zrozumienia natury wyzwań politycznych. Często obejmują one fora obywatelskie czy terapie behawioralne na dużą skalę (Banerjee, 2021, s. 6). *Things* można traktować jako techniki szkoleniowe, które uczą jednostki, jak być lepszymi obywatelami, umożliwiając transformację w „samorządne społeczeństwo” (John i Stoker, 2019).

Boosts (wzmocnienia) wynikają z innego rozumienia tego, jak ludzie sobie radzą z ograniczeniami swoich zdolności poznawczych oraz heurystykami, postrzegając je jako ważne narzędzia do podejmowania decyzji, których mogą nauczyć się efektywniej używać (Nova i Lades, 2022). *Boost* ma na celu poprawę kompetencji decyzyjnych poprzez ukierunkowanie na umiejętności i wiedzę, pomagając ludziom w ten sposób osiągnąć ich cele (Grüne-Yanoff i Hertwig, 2016). Podejście *boost* zakłada, że kompetencje można poprawić w wyniku wzbogacenia umiejętności i narzędzi decyzyjnych lub poprzez restrukturyzację otoczenia w taki sposób, aby istniejące umiejętności i narzędzia mogły być skuteczniej stosowane (Nova i Lades, 2022). Według R. Hertwiga i in. (2017) badania nad zwiększeniem umiejętności decyzyjnych sugerują, że edukacja może prowadzić do wyborów o wyższej jakości (Hertwig, 2017). Jest to klasa polityk behawioralnych, które identyfikują i korygują deficyty w umiejętnościach i wiedzy agentów, czym różnią się od innych instrumentów behawioralnych, ponieważ są ukierunkowane wyłącznie na zwiększenie zdolności poznawczych ludzi podejmujących decyzje. *Boosts* różnią się od *things* tym, że nie tylko uczą obywateli, ale także wyposażają ich w zasady prowadzenia mądrzejszego (i lepszego) życia dzięki popełnianiu mniejszej liczby błędów (Banerjee, 2021).

Budges (drgnięcia) opisują regulacje rządowe przeciwko działaniom opartym na behawioralnych działaniach prowadzonych przez sektor prywatny, które szkodzą innym osobom lub organizacjom (Oliver, 2013). *Budges* mają na celu przeciwdziałanie zachowaniom prywatnych organizacji, które wykorzystują wiedzę behawioralną do manipulowania i oszukiwania w celu zwiększenia swoich udziałów w rynku lub zysków (Oliver, 2018). Regulując bezpośrednio działania manipulacyjne lub oszukańcze, *budges* mogą zmniejszyć tę szkodę dla innych (Oliver, 2015). Szkodliwe praktyki mogą być niedozwolone lub mogą zostać nakazane interwencje oparte na behawioralnych informacjach, które mają przynieść korzyści. Projektowanie *budges* niekoniernie musiałyby opierać się na naukach behawioralnych. Ale SB są wymagane,

aby wykryć, kiedy sektor prywatny wykorzystuje wgląd behawioralny w sposób, który szkodzi innym. *Budges* ograniczają swobodę organizacji, które w przeciwnym razie wykorzystywałyby spostrzeżenia behawioralne do manipulacji i oszukiwania, mając w ten sposób na celu zwiększenie wolności tych, którzy w przeciwnym razie byłiby wykorzystywani (Oliver, 2015).

Shove (szum, hałas) to paternalistyczne interwencje, które wykorzystują twarde regulacje (takie jak zakazy i nakazy) w celu wymuszenia określonych zachowań, ponieważ reakcja na nie jest lepsza niż jakakolwiek alternatywa, w tym *nudges* (Sunstein, 2014c). *Shoves* są sugerowane w sytuacjach, w których ludzie odnoszą korzyści z tak twardych zasad, ponieważ błędy ludzi w podejmowaniu decyzji w przypadku braku regulacji doprowadziłyby do wyników dla nich szkodliwych (Oliver, 2017). Zamiast regulować niedoskonałości rynku, takie jak negatywne efekty zewnętrzne, *shoves* mają na celu uregulowanie „behawioralnych niedoskonałości rynku”, które prowadzą do „efektów wewnętrznych” (Allcott i Sunstein, 2015). Zgodnie z tym podejściem prawodawca powinien interweniować, gdy istnieje prawdopodobieństwo, że ludzie podejmą szkodliwe decyzje, które kolidowałyby z ich zdolnościami do osiągnięcia celów. Argumentem jest, że ustawodawstwo jest najmniej kosztownym podejściem, które może niezawodnie zapobiec podejmowaniu złych decyzji. Spostrzeżenia z nauk behawioralnych nie są wykorzystywane do projektowania tych interwencji, ale raczej do uzasadnienia ich zastosowania (Nova i Lades, 2022).

6. Typy i rodzaje *nudges*

Zdaniem P. Mongina i M. Cozica (2018) pierwotna koncepcja *nudge* jest wewnętrznie dwuznaczna i bez wątplenia częściowo z tego powodu rozprzestrzeniła się „anarchicznie” w ekonomii behawioralnej i badaniach nad polityką. Według tych autorów *nudge* może oznaczać:

1. Interwencję, która w minimalnym stopniu ingeruje w warunki wyboru (brak zakazu jakiegokolwiek fizycznie zdefiniowanej opcji oraz brak znaczącej zmiany zachęt ekonomicznych – w szczególności finansowych, czyli manipulacja niefizycznymi aspektami opcji).
2. Interwencję, która instrumentalnie wykorzystuje błędy racjonalności do dowolnego celu (w tym wypadku każda osoba jest postrzegana z dwóch perspektyw, zarówno jako człowiek, jak i „ekon”, a oba tryby funkcjonowania poznawczego ludzi są rozdzielane).
3. Interwencję, która promuje dobrostan, przeciwdziała (wszelkimi środkami uznanymi za istotne) niepowodzeniom racjonalności wpływającym na procesy decyzyjne jednostek i próbuje zmniejszyć ich negatywne skutki.

W literaturze przedmiotu istnieją różne klasyfikacje typów i rodzajów *nudges*, które mają zarówno podstawę uniwersalną, jak i specyficzną, w zależności od potrzeb badawczych i istotnych celów politycznych, które zamierzano osiągnąć. Zdaniem A. Bartona i T. Grüne-Yanoffa (2015) kluczowe znaczenie ma zrozumienie, jak działają interwencje *nudge* i leżące u ich podstaw mechanizmy. Rodzaje *nudges* różnią się bowiem w zależności od charakteru interwencji. Mogą to być blokery heurystyczne (zorientowane na proces, zapobiegające błędom poznawczym poprzez blokowanie lub usuwanie irracjonalnego działania skrótów myślowych), wyzwalacze heurystyczne (zorientowane na wynik, aktywujące skróty myślowe do pożądanego celu) lub informacyjne (Barton i Grüne-Yanoff, 2015).

W pierwszej publikacji R. Thaler i C. Sunstein (2008, s. 6, 252) wymieniają następujące rodzaje *nudges*: opcje domyślne, zobowiązania (najlepiej o charakterze publicznym), dostarczanie i przypominanie informacji, normy i interakcje społeczne

oraz motywacje zewnętrzne. Lista ta zmieniała się z czasem i wraz ze wzrostem liczby przeprowadzonych badań. C. Sunstein (2014d) wskazał dziesięć najważniejszych rodzajów *nudges*, do których zaliczył:

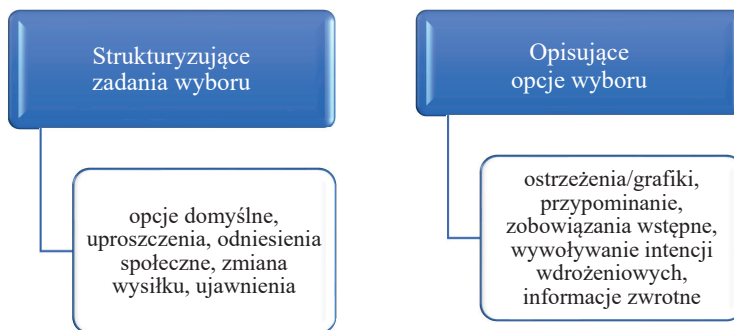
1. Opcje domyślne – automatyczne zapisy do programów (np. edukacyjnych, zdrowotnych, oszczędnościowych).
2. Uproszczenie – w celu promowania udziału w istniejących programach (np. usunięcie niepotrzebnej złożoności).
3. Stosowanie norm i odniesień społecznych – podkreślanie tego, co robi większość ludzi.
4. Zwiększenie łatwości lub wygody wyboru (np. uwidacznianie tanich opcji lub eksponowanie zdrowej żywności).
5. Ujawnienie całkowitych kosztów ekonomicznych lub środowiskowych (np. kart kredytowych, związanych z wykorzystaniem energii).
6. Ostrzeżenia graficzne lub inne – duże czcionki, pogrubione litery i jasne kolory, aby przyciągnąć uwagę ludzi, zdjęcia (np. na paczkach papierosów).
7. Strategie wstępnego zaangażowania, w których ludzie z wyprzedzeniem zobowiązują się publicznie do określonego działania.
8. Przypomnienia – e-mail lub SMS o zbliżających się terminach (np. spotkań, zapłaty rachunków, zobowiązań).
9. Wywoływanie intencji wdrożeniowych (np. „czy planujesz głosować?”, „czy zamierzasz zaszcześcić dziecko?”).
10. Informacje zwrotne – informowanie ludzi o naturze i konsekwencjach ich wyborów i działań.

D. Hummel i A. Maedche (2019) podzielili dziesięć rodzajów *nudges* wymienionych przez C. Sunsteina na dwa typy (rysunek 6.1) zaproponowane w taksonomii E. Johnsona i in. (2012). Taksonomię tę przedstawiono jako pierwszą w tabeli 6.1.

Według J. Krawiec i in. (2021) z drugiej grupy *nudges* wykluczyć należy narzędzie zwane intencjami wdrożeniowymi, ponieważ zdaniem tych badaczy powinno być ono zaliczone do bodźców określanych jako wzmocnienia (*boosts*), których można nauczyć jednostki. Powołują się przy tym na T. Grüne-Yanoffa i R. Hertwiga, według których „skuteczne korzystanie z tego narzędzia wymaga indywidualnego świadomego planowania, co jest umiejętnością bardziej przydatną osobie dobrze zorientowanej w temacie” (Grüne-Yanoff i Hertwig, 2016).

Według C. Sunsteina (2015c, s. 314; 2021) najczęściej stosowanymi *nudges* są ostrzeżenia, normy społeczne, zasady domyślne i ujawnianie informacji. Opierając się na dokonanej metaanalizie 100 pozycji dostępnej literatury przedmiotu, D. Hummel i A. Maedche (2019) wskazują, że w badaniach bardziej faworyzowane są opisy opcji wyboru (187 przykładów) w porównaniu z ustrukturyzowaniem zadania wyboru (117). A spośród 10 wyróżnionych przez C. Sunsteina *nudges*

najczęściej stosowane są wartości domyślne (60 przykładów), następnie ostrzeżenia/grafiki (55), odniesienia społeczne (49), zmiana wysiłku związanego z wyborem (41) i przypomnienia (34).



Rysunek. 6.1. Podział narzędzi architektury wyboru (*nudges*)

Źródło: opracowanie na podstawie Hummel i Maedche (2019).

F. Callaway i in. (2022, s. 3) wskazują natomiast, że powszechnie stosowanymi *nudges* są opcje domyślne, sugestie (sugerowanie alternatyw, rekomendacje) i wyróżnianie informacji. Ich zdaniem najbardziej znanym i odnoszącym największe sukcesy rodzajem *nudges* jest rekonfiguracja lub wprowadzenie opcji domyślnych, które decydent wybierze, jeśli nie podejmie działania (Callaway i in., 2022, s. 3). Oznacza to, że ustawienia opcji domyślnych, które są z góry ustalonymi sposobami działania, wchodzą w życie, jeśli decydent nie określi niczego i nie podejmie żadnej decyzji. Ten rodzaj *nudge*, który działa wraz z ludzką skłonnością do bezczynności, wydaje się szczególnie skuteczny, ponieważ ludzie mogą trzymać się danego wyboru przez wiele lat (Gill, 2018).

Sugerowanie alternatyw to narzędzie, które w wielu dziedzinach proponowane jest ludziom przed dokonaniem wyboru lub po. Badania wykazały, że może być skutecznym instrumentem poprawy wyborów, szczególnie na wczesnym etapie procesu deliberacji (Forwood i in., 2015; van Kleef i in., 2015).

Za pomocą sugestii i rekomendacji można przerwać automatyczne zachowanie lub skróty myślowe, pozwalając ludziom na większą samokontrolę i dokonywanie lepszych wyborów niż w innym przypadku (Callaway i in., 2022, s. 4). Często towarzyszą im nowe informacje podkreślające ich atrakcyjność (Heidig i in., 2017), a zewnętrzne sugestie mogą pomagać ludziom usprawiedliwiać wybory lub zachowania naruszające normy (Hamerman i in., 2018).

Domyślne opcje i sugestie wpływają na ludzi i ułatwiają im niektóre wybory lub dostarczają dodatkowych informacji o opcjach. Z kolei *nudges* podkreślające informacje wpływają na zachowanie ludzi przez zmianę sposobu prezentacji informacji istotnych dla wyboru. Czyniąc niektóre informacje mniej lub bardziej wyrazistymi, wykorzystuje się ograniczoną uwagę, wysiłek i czas, jakie ludzie mają na podjęcie decyzji, co często bez ich wiedzy wpływa na ich wybory (Callaway i in., 2022, s. 4). Skuteczne wyróżnianie informacji zazwyczaj odbywa się za pomocą prostych wskaźników wizualnych (Lin i in., 2017), które od dawna są wykorzystywane w kontekstach marketingowych. Typowym przykładem tego typu *nudges* jest oznakowanie produktów „sygnalizacją świetlną”, której wpływ wydaje się silnie zależny od indywidualnych cech, takich jak wiek, postawy zdrowotne (Freire i in., 2017) i status społeczno-ekonomiczny (Orozco i in., 2017; Sandoval i in., 2019).

Przykłady innych wybranych klasyfikacji przedstawiono w tabeli 6.1, szeregując je według chronologii czasowej.

Tabela 6.1. Typy i rodzaje *nudges*

Autorzy	Opis
1	2
Johnson i in. (2012); Hummel i Maedche (2019)	strukturyzujące zadania wyboru – odnoszą się do pomysłu, co przedstawić decydom (przedstawienie wybranego, ograniczonego zestawu opcji) opisujące opcje wyboru – odnoszą się do pomysłu, jak to przedstawić (przedstawienie opcji w określony sposób)
Hansen i Jespersen (2013); Felsen i in. (2013); Osman i in. (2018)	jawne, przejrzyste (<i>transparent</i>) – wyraźnie określają, które zachowanie wymaga zmiany i jakie są tego przyczyny (np. kampanie edukacyjne, wyraźniejsze oznakowanie produktów) ukryte, nieprzejrzyste (<i>non-transparent</i>) – decydom ma minimalną świadomość manipulacji oraz tego, w jaki sposób ma ona wpływ na jego zachowanie (np. niewykonanie zobowiązania, zmiana alternatyw, wykorzystanie obrazów wizualnych do promowania pozytywnego lub negatywnego przesłania)
Sunstein (2014b, s. 149); Sunstein (2016)	sprzyjające świadomej deliberacji – odwołujące się do świadomego myślenia (np. informacje zwrotne, ujawnienia, przypomnienie) wpływające na podświadome lub nieświadome przetwarzanie – nie muszą pobudzać do świadomego namysłu (np. opcje domyślne, zmiany w architekturze wyboru)
Hagman i in. (2015)	działające dla dobra jednostki (<i>pro-self</i>) – obejmują architekturę wyboru, która ma pomóc jednostkom uniknąć irracjonalnego zachowania (lub ograniczonej racjonalności), które obniża ich długoterminowy dobrostan; mają na celu zrównoważenie irracjonalnego zachowania w celu maksymalizacji ogólnego dobra jednostki działające dla dobra populacji (<i>prospołeczne</i>) – koncentrują się na zniechęcaniu do racjonalnych zachowań maksymalizujących korzyści (zysk); mają na celu zrównoważenie racjonalnego zachowania maksymalizującego indywidualne korzyści (zysk), aby uniknąć nadmiernego wykorzystania lub niedostatecznego zaopatrzenia w dobra publiczne

1	2
Beshears i in. (2020)	<p>automatyzujące niektóre aspekty procesu decyzyjnego jednostki nieautomatyzujące niektórych aspektów procesu decyzyjnego jednostki</p> <p>uruchamiające System 1 – wywołują intuicyjną reakcję prowadzącą do innego wyboru (upraszczają proces, wykorzystują uprzedzenia, budzą emocje) angażujące System 2 – powodują chwilową przerwę, podczas której jednostka angażuje się w bardziej refleksyjny proces poznawczy (stwarzają okazję do refleksji, skłaniają do planowania, inspirują do szerszego myślenia, zwiększają odpowiedzialność, wykorzystują przypomnienia) omijające oba systemy myślenia – usuwają jednostkę z jakiegoś aspektu procesu decyzyjnego (ustawiają wartość domyślną, dokonują automatycznych korekt)</p>
Münscher i in. (2016)	<p>przedstawiające informacje decyzyjne – obejmują różne techniki ukierunkowane na prezentację i dostarczanie informacji istotnych dla decyzji bez zmiany istniejących opcji (kadrowanie i upraszczanie informacji, dostarczanie informacji zwrotnych i zewnętrznych, społeczne punkty odniesienia, jak np. odwołanie do norm czy opinii lidera) zmieniające strukturę decyzyjną – mają na celu zaprojektowanie opcji wyboru i związanych z nimi konsekwencji (zmiana ustawień domyślnych, zmiana wysiłku związanego z opcją domyślną, zmiana zakresu lub składników opcji, zmiana konsekwencji) zapewniające pomoc w podejmowaniu decyzji – obejmują techniki wspierające i wdrażające intencje zmiany danego zachowania (zachęcanie do zaangażowania, informacja zwrotna lub przypomnienia)</p>
Nielsen i in. (2017)	<p>dostarczenie informacji wiarygodnych i dostępnych w czasie rzeczywistym, zmniejszających złożoność wyboru zmiany w środowisku fizycznym – zmieniające fizyczne warunki dokonywanego wyboru (np. wprowadzanie nowych urządzeń do sortowania śmieci, wprowadzenie graficznego oznakowania produktów, zmniejszenie rozmiaru talerzy w restauracjach) wprowadzanie opcji domyślnych z których rezygnacja wymaga przemyślenia, wysiłku i aktywności stosowanie norm społecznych poprzez porównania rówieśnicze i dostarczanie regularnych informacji zwrotnych od społeczeństwa na temat bieżących wzorców zachowań w postaci opinii i raportów</p>
Schubert (2017); Santos Silva (2022)	<p>odwołujące się do wizerunku lub tożsamości ludzi – skłaniają do zachowań korzystnych jednostkowo i/lub społecznie (np. ochrona środowiska) poprzez upraszczanie sposobu przekazywania informacji o właściwościach produktu, większe wyeksponowanie niektórych jego cech, a tym samym uświadomienie ich konsumentom (np. za pomocą oznakowań ekologicznych) odwołujące się do konformizmu społecznego – wykorzystują skłonność ludzi do naśladowania zachowania rówieśników (tendencja do „podążania za stadem”); przekazują pewne normy poprzez porównanie z rówieśnikami, stymulowanie rywalizacji o status społeczny (np. zachęcanie jednostek do sygnalizowania innym swoich właściwych zachowań) polegające na modyfikacji ustawień domyślnych – których ostrożne ustawienie okazało się szczególnie skutecznym bodźcem, ponieważ wymaga zaangażowania i przemyśleń oraz sugestii (reguły domyślne zawierają sygnał informacyjny, który może motywować konsumentów do ich przestrzegania)</p>

– Typy i rodzaje nudges –

1	2
Sunstein i Reisch (2019)	<p>edukacyjne – mają na celu wzmocnienie Systemu 2 przez poprawę roli deliberacji i przemyślanych osądów ludzi</p> <p>nieedukacyjne – mają na celu odwoływanie się do lub aktywację Systemu 1 myślenia</p>
Löfgren i Nordblom (2020)	<p>czyste – zmiana atrybutu nieistotnego dla preferencji w sytuacji nieuważnego wyboru (np. opcje domyślne, ramowanie, zmiany w środowisku fizycznym zwiększające łatwość wyboru)</p> <p>istotne dla preferencji – zmiana oczekiwanej użyteczności w sytuacji nieuważnego wyboru bez zmiany rzeczywistej użyteczności (np. dostarczanie informacji, przypomnienie, normy społeczne)</p> <p>mieszane – np. dostarczanie informacji w postaci przypomnienia</p>
Dowding i Oprea (2021); Carlsson i in. (2021)	<p>komunikatywne – które bezpośrednio komunikują się z celami za pomocą słów, dźwięków lub obrazów (kadrowanie informacji, społeczne dowody słuszności, informacje o przestrzeganiu norm, ratingi – oceny, apele emocjonalne – reklamy odwołujące się do emocji)</p> <p>sytuacyjne – bez bezpośredniego adresowania do wybierającego (zmiany w domyślnych zasadach, zmiany w architekturze wyboru)</p> <p>rozwiązujące konwencjonalne problemy ekonomiczne – efekty zewnętrzne, dobra publiczne, wspólne zasoby, asymetria informacji</p> <p>rozwiązujące behawioralne problemy ekonomiczne – powodowane przewidywalnymi błędami w podejmowaniu decyzji, spowodowanymi czynnikami wewnętrznymi i uprzedzeniami poznawczymi</p> <p>skoncentrowane na sobie (self-focused) – pomagające jednostkom przezwyciężyć błędy w podejmowaniu decyzji</p> <p>„zielone” – nie mają na celu poprawienia błędu w podejmowaniu decyzji przez jednostkę, ale odciążenie od dokonywania wyborów, które tworzą negatywne efekty zewnętrzne</p>
Carlsson i in. (2021)	<p>czyste (zwykle) – zmieniają środowisko wyboru, aby dyskretnie kierować zachowaniem, ułatwiają „robienie właściwych rzeczy” (np. opcje domyślne, dostarczanie i upraszczanie informacji, zmiany środowiska fizycznego i przypomnienia)</p> <p>moralne – celowo wywołują reakcję psychologiczną, która powoduje zmianę zachowania, nagradzają „robienie właściwych rzeczy” psychologiczną użytecznością (np. motywacje międzyludzkie i porównania społeczne, perswazja moralna oraz wyznaczanie celów i zaangażowanie)</p>

Źródło: opracowanie własne.

Istniejące systematyzacje różnią się stosowanymi kryteriami i sposobem klasyfikowania nudges, a w literaturze przedmiotu wciąż toczy się dyskusja na temat najlepszego sposobu ich kategoryzacji. Niektórzy badacze podkreślają potrzebę dalszych badań w celu uzyskania jasnego i wszechstronnego zrozumienia koncepcji nudge. Pełna definicja i kategoryzacja tego narzędzia polityki behawioralnej oraz jego wpływu na zachowanie pozwoliłaby zidentyfikować nudges, które utrudniają refleksyjność i mogą być problematyczne z etycznego punktu widzenia. Jak natomiast

podkreśla J. de Quintana Medina (2021), wszyscy zgadzają się, że różne *nudges* działają inaczej i że uwzględnienie tych różnic ma kluczowe znaczenie dla oceny ich etycznej akceptowalności.

Analiza zawartości tabeli 6.1 pozwala na wysunięcie trzech spostrzeżeń.

Spostrzeżenie pierwsze – wiele klasyfikacji *nudges* wymienia reguły (opcje) domyślne jako ważny rodzaj środków interwencji behawioralnych, które są i mogą być z powodzeniem wykorzystywane w polityce publicznej. Koncepcja zasad (efektów) domyślnych w naukach behawioralnych odnosi się do ludzkiej tendencji do preferowania opcji domyślnej zamiast wybierania alternatywy (Camerer i in., 2003). Według E. Johnsona i D. Goldsteina (2003) ludzie mają tendencję do pozostawiania przy opcji wybranej przez kogoś innego (np. architekta wyboru), nawet jeśli koszt dokonania własnego aktywnego wyboru jest bardzo mały. W ten sposób ustawienie pożądanego zachowania jako domyślnego znacznie zwiększa jego przyjęcie.

C. Sunstein i L. Reisch (2014) identyfikują trzy główne sposoby, w jaki opcje domyślne mogą wpływać na zachowanie:

1. Ludzie mogą je interpretować jako rekomendację od eksperta lub decydenta, kogoś mającego dodatkowe informacje uzasadniające domyślną opcję. W związku z tym ustawienie wartości domyślnej może obniżyć koszty decyzji dla niektórych osób.
2. Ludzie mogą całkowicie unikać decydowania, co oznacza, że zapewnienie domyślnego wyboru może sprawić, że przejdą od braku decyzji do z góry ustalonej decyzji (tj. domyślnej).
3. Niechęć do strat lub błąd *status quo* mogą przyczynić się do efektu domyślnego, ponieważ wiele osób będzie oceniać dostępne opcje względem domyślnej.

W literaturze przedmiotu podkreśla się jednak, że wytłumaczenie sukcesu i skuteczności opcji domyślnych w ekonomii behawioralnej opiera się także na innych koncepcjach i teoriach, jak: bezwładność, zachowanie łatwe i satysfakcjonujące, punkty odniesienia, efekt wyposażenia (Jachimowicz i in., 2019; Kaiser i in., 2020). Istnieją także społeczne wyjaśnienia efektów opcji domyślnych, co podkreślono w rozdziale 2, wskazujące, że komunikują one ukryte normy (Davidai i in., 2012; Ebeling i Lotz, 2015), to znaczy sygnalizują, jaki jest normatywnie pożądanym kierunek działania (McKenzie i in., 2006).

Pomimo że istnieją liczne możliwe wyjaśnienia sposobów oddziaływania reguł domyślnych na dokonywane wybory, nie ma w literaturze przedmiotu jednomyślności w tym temacie. Ogólnie stwierdzono, że czynnikami mitygującymi opcje domyślne są (Sunstein i Reisch, 2013; Schubert, 2017; Sunstein, 2017; Kaiser i in., 2020):

- natura i intensywność wcześniejszych preferencji (np. czy ludzie są silnie przeciwni skutkom wynikającym z tych opcji, co może prowadzić do ich odrzucenia),
- charakterystyki personalne (zmienne socjodemograficzne, socjoekonomiczne i psychograficzne),

- otoczenie i kontekst środowiskowy (różne problemy środowiskowe mogą powodować silniejsze lub słabsze skutki opcji domyślnych),
- cechy samego produktu lub usługi (np. jego złożoność i nowość).

Według C. Sunsteina (2013, s. 10) możliwe jest promowanie celów społecznych z rozsądnymi domyślnymi regułami, które chronią wolność wyboru i pomagają uniknąć sztywności, kosztów i niezamierzonych negatywnych konsekwencji nakazów i zakazów. Jak podkreślają C. Sunstein i L. Reich (2014), jedną z głównych zalet opcji domyślnych, szczególnie mających „zielony” charakter, jest to, że mogą one mieć korzystne skutki społeczne przy jednoczesnym zachowaniu swobody wyboru, a tym samym szacunku dla heterogeniczności.

Zdaniem L. Willisa (2013) dzięki ustawieniu określonej decyzji jako domyślnej decydenci polityczni są w stanie skłonić ludzi do podjęcia decyzji, zwłaszcza gdy brak im informacji, a środowiska wyboru są mylące. Chociaż przez regułę domyślną ludzie są nakierowani na konkretną decyzję, to zawsze mają możliwość wyboru innych opcji, co świadczy o poszanowaniu ich wolności i autonomii (Sunstein i Reisch, 2013; Sintov i Schultz, 2017). Potwierdzają to wyniki badań sugerujące, że domyślne reguły są mniej manipulacyjne i mniej naruszają autonomię, niż się czasem obawiano (Michaelsen i in., 2021).

Choć są subtelne, to ustawienia domyślne mogą mieć znaczący wpływ na wybory ludzi zarówno w warunkach terenowych, jak i laboratoryjnych (Huh i in., 2014; Bergeron i in., 2019). W literaturze przedmiotu podkreśla się także, że decydenci polityczni coraz częściej wykorzystują opcje domyślne do promowania „dobrych” celów poprzez wywieranie pożądanego wpływu na społecznie istotne decyzje (Ghesla i in., 2019, s. 1). Pomimo ich powszechnego stosowania i ogólnego sukcesu opcje domyślne nie zawsze są skuteczne (Sunstein, 2017), a jeśli nawet wywołują znaczące efekty (mają znaczący wpływ na wybór), to występują różnice w wielkości tych efektów (Jachimowicz i in., 2019). Zdaniem F. Callaway i in. (2022) nadal ważnym celem zachęcającym do badań jest wyjaśnienie, dlaczego ustawienia domyślne działają i kiedy działają, a także przewidywanie nowych kontekstów, w których będą skuteczne.

Spostrzeżenie drugie – wprawdzie interwencje behawioralne skierowane są do jednostek, to jednak bardzo często mają na względzie cel społeczny. Podkreślają to W. Hagman i in. (2015) oraz F. Carlsson i in. (2021) w swoich klasyfikacjach *nudges*. Badania nad architekturą wyboru wykazały, że w wielu przypadkach możliwa jest ochrona wolności wyboru jednostek i promowanie celów społecznych (dobra wspólnego) poprzez ustrukturyzowanie środowiska decyzyjnego w taki sposób, aby wyrażane zainteresowania jednostek były ściślej powiązane z celami społecznymi (Thaler i Sunstein, 2008; Sunstein, 2013). Takiego typu *nudges* M. Nagatsu (2015)

nazywa społecznymi. A. Brandon i in. (2019) określają je jako interwencje oparte na spostrzeżeniach z zakresu psychologii społecznej i socjologii. Według W. Hagmana i in. (2015) w odróżnieniu od *pro-self nudges*, które pomagają jednostkom unikać irracjonalnych zachowań obniżających ich indywidualną użyteczność i pogarszających ich długoterminowe samopoczucie (*well-being*), prospołeczne *nudges* mają na celu „odepchnięcie” jednostek od tego, co zgodnie z neoklasyczną teorią ekonomii nazwano by zachowaniem racjonalnym, w celu uniknięcia efektów zewnętrznych np. w postaci tragedii wspólnego pastwiska (*tragedy of the commons*) oraz efektu gapowicza (*free ride effect*). Ich zdaniem prospołeczne *nudges* nie pasują jednak do paradygmatu libertariańskiego paternalizmu, ponieważ zawsze w najlepszym interesie jednostek jest nieprzyczynianie się do dobra wspólnego. Zatem ta kategoria nie nakłania jednostki do działania zgodnie z jej najlepszym interesem, zakładając, że ma on na celu maksymalizację prywatnego dobrobytu. Dlatego też określane są one także mianem „pro-innych” *nudges* (Hands, 2020; 2021). Do tej grupy należą *nudges* wykorzystujące normy społeczne i odwołujące się do konformizmu społecznego, czyli generalnie obejmujące jakąś formę porównania społecznego, które ma na celu kierowanie ludzi w stronę zachowań prospołecznych (Bicchieri, 2023).

Pozostaje jednak pytanie, czy dbanie o dobro wspólne nie leży w interesie jednostki i jej długoterminowego samopoczucia i dobrobytu. Częściowo na to pytanie odpowiada S. van der Linden (2018), wskazując, że społeczne *nudges* są niezmiernie ważnym narzędziem polityki publicznej, gdyż ujawniają ważne informacje o zachowaniu innych ludzi, podnoszą normatywne oczekiwania dotyczące tego, co jest społecznie pożądane, mogą być udostępniane i przekazywane online lub offline oraz wykorzystują społecznościowe zachęty i sankcje regulujące zachowanie indywidualne i grupowe.

Jednym z rodzajów społecznych *nudges* są te, które określa się jako „zielone” (*green nudges*), mające na celu korygowanie różnych niedoskonałości rynku, zmniejszenie negatywnych środowiskowych efektów zewnętrznych oraz promowanie zachowań odpowiedzialnych za środowisko, a w ten sposób niwelowanie ich negatywnego wpływu na środowisko (Schubert, 2017; Carlsson i in., 2021). Bez wątpienia promują one dobrobyt zarówno obecnych, jak i przyszłych pokoleń (Nagatsu, 2015; Santos Silva, 2022). Właśnie użycie wartości (reguł, opcji) domyślnych jest klasycznym, łatwym do wdrożenia i najczęściej stosowanym *green nudges* (Sunstein i Reisch, 2014; Jachimowicz i in., 2019; Brosch, 2020), ale też obiecującym zmiany rzeczywistych zachowań na zrównoważone (Kaiser i in., 2020; Sunstein, 2021).

Oprócz wyżej wspomnianych dwóch rodzajów *nudges* (*pro-self* i prospołecznych) L. Congiu i I. Moscati (2022) wskazują na jeszcze jedną ich grupę, wyróżnioną według kryterium, kto korzysta lub powinien korzystać z *nudges*. Trzecią grupę stanowią te,

które przede wszystkim, ale nie wyłącznie, przynoszą korzyści podmiotom je stosującym. Autorzy ci podkreślają także trudności w odróżnieniu tego typu *nudges* od technik marketingowych, czyli – jak to określili – „prób wyzysku konsumenta”. Dzieje się tak, ponieważ w efekcie wiele rzeczywistych technik marketingowych wydaje się działać jak *nudges*: zachowują swobodę wyboru konsumenta (np. określony układ przedmiotów na półce lub stronie internetowej), ale w rzeczywistości wykorzystują jego zniekształcenia poznawcze (np. odnowienie abonamentu, które wykorzystuje inercję i zapomnienie). Możliwym rozwiązaniem problemu oddzielenia *nudge* od zwykłych technik marketingowych jest włączenie do definicji określonego warunku koniecznego, a mianowicie, że interwencja liczy się jako *nudge*, jeżeli nie zwiększa wyłącznie dobrostanu podmiotu, który ją wprowadza. Według L. Congiu i I. Moscati (2022) warunek ten pozostawia miejsce zarówno na *nudges pro-self*, jak i społeczne, a także na komercyjne *nudges*, które zwiększają dobrobyt zarówno firmy, jak i konsumentów.

Prospołeczne *nudges* stają się coraz bardziej popularnym instrumentem polityki publicznej i dlatego rozprzestrzeniają się poza konteksty, dla których koncepcja *nudgingu* była pierwotnie przeznaczona. Jak podkreśla C. Sunstein (2015c, s. 316), architekci wyboru mogą przedkładać cele społeczne nad własne korzyści jednostki, a egzogeniczna manipulacja architekturą wyboru w celu osiągnięcia celów społecznych może powodować problemy z efektywnością i etycznością (Diederich i in., 2022, s. 3). Zapewnienie jednostkom kontroli nad tym, w jaki sposób będą „popychane” w celach społecznych, jest jedną z możliwych odpowiedzi na rozwiązanie możliwego konfliktu między architektem wyboru a daną osobą. Według J. Diedericha i in. (2022, s. 1) jednym z możliwych rozwiązań tych dylematów jest zapewnienie jednostkom kontroli nad ich *nudgingiem* w postaci *self-nudges*. Jest to inny sposób zastosowania zasad behawioralnych *nudgingu* (Lades, 2014; Torma i in., 2018; Reijula i Hertwig, 2022), różny od *pro-self nudge*. Są to wzmacniające interwencje umożliwiający ludziom projektowanie i organizowanie własnych środowisk decyzyjnych, aby dokonywać lepszych codziennych wyborów. Według S. Reijula i R. Hertwiga (2022) *self-nudges* mają potencjał, aby rozszerzyć zakres zastosowania spostrzeżeń behawioralnych ze społeczeństwa na sferę osobistą, czyli działanie ludzi jako architektów wyborów obywatelskich. *Self-nudge* stosuje spostrzeżenia z nauk behawioralnych w sposób, który jest praktyczny i opłacalny, ale rozwiewa obawy o paternalizm lub manipulację. Wymagają jednak wysokiego poziomu refleksji i świadomości na temat powiązań między własnym zachowaniem a czynnikami kontekstowymi, które je kształtują. Ułatwiając korzystanie z *nudges*, decydenci mogą umożliwić obywatelom stanie się architektami własnego środowiska decyzyjnego, projektującymi swoje życie w sposób, który popycha ich w kierunkach, które sami uznają za pożądane (Nova i Lades, 2022). Aby to zrobić, decydenci polityczni muszą po pierwsze zidentyfikować

środowisko wyboru obejmujące problem behawioralny (często związany z brakiem samokontroli), który można złagodzić lub którego uniknąć dzięki przeprojektowaniu kontekstu decyzyjnego. Po drugie, konieczne jest zaprojektowanie i zakomunikowanie skutecznej strategii, która umożliwi jednostkom dokonanie niezbędnych zmian w ich środowiskach decyzyjnych (Reijula i Hertwig, 2022). Zdaniem J. Diederich i in. (2022, s. 3) dawanie ludziom kontroli nad architekturą wyboru, która strukturalizuje ich środowisko, przynosi informacyjne, etyczne i materialne korzyści. *Self-nudges* mają zatem potencjał, aby pomóc ludziom w podejmowaniu lepszych decyzji dla ich własnej korzyści (Banerjee i John, 2021) oraz przewyciężyć obiekcje wobec społecznych impulsów narzucanych egzogenicznie (Diederich i in., 2022, s. 20).

Spostrzeżenie trzecie – przedstawione w literaturze przedmiotu klasyfikacje *nudges* nie są wyłączne, ale nakładają się i uzupełniają. Przykładowo, posługując się podziałami przedstawionymi w tabeli 6.1, domyślne opcje można określić jako *nudges* ukryte, nieprzejrzyste, czyste, sytuacyjne i nieedukacyjne, promujące zarówno cele jednostkowe, jak i społeczne, zmieniające strukturę decyzyjną poprzez uruchomienie szybkiego systemu myślenia (Systemu 1). Innym przykładem braku wyłączności klasyfikacji jest propozycja F. Carlssona i in. (2021). Wykorzystując zaproponowane kryteria, autorzy wskazują, jak to pokazano w tabeli 5.2 w poprzednim rozdziale, że zarówno w grupie określanych jako zielone, jak i w grupie *nudges* skoncentrowanych na danej osobie (*self-focused*) można wyróżnić takie, które mają charakter zwykłych (czystych) lub moralnych *nudges*. Wprowadzie zarówno skupione na jednostce, jak i zielone *nudges* wykorzystują subtelne zmiany w istniejącym wcześniej środowisku wyboru, aby zmienić zachowanie, to różnią się one pożądanym rezultatem. Skupiony na jednostce czysty *nudge* ma na celu przeciwdziałanie błędom decyzyjnym, takim jak nieuwaga lub problemy z samokontrolą/lenistwo, które prowadzą do niepożądanych skutków dla jednostek. Natomiast zielone czyste *nudges* nie zakładają, że jednostki popełniają błędy w swoich decyzjach, ale zamiast tego wykorzystują ludzkie ograniczenia w podejmowaniu decyzji, aby popchnąć ich zachowanie w kierunku społecznie pożądanego, które może leżeć (lub nie) w interesie jednostki.

Według F. Carlssona i in. (2021) moralne *nudges* celowo wywołują reakcje psychologiczne (zabawa, strach, wstyd lub duma), a ich celem jest przede wszystkim efekt zewnętrzny, co jest również ich najczęstszym zastosowaniem. Jeśli jednak takie *nudges* są stosowane w celu zachęcenia do zachowania korzystnego głównie dla jednostki (np. zwiększenie prywatnych oszczędności emerytalnych), to klasyfikowane są przez tych autorów jako moralne *nudges* skupione na jednostce. Ponieważ moralne *nudges* wyzwalają świadomą reakcję psychologiczną osoby, do której są skierowane, są bardziej podatne na reakcję lub efekt bumerangu niż czyste, zwykłe *nudges*.

Albo dlatego, że zamierzone zachowanie nie jest zgodne z preferencjami danej osoby, albo dlatego, że dana osoba w ogóle sprzeciwia się *nudgingowi*. Autorzy ci uważają także, że z tego samego powodu istnieje ryzyko, że moralne *nudges* przestaną działać szybciej niż czyste *nudges*, które zwykle pozostają niezauważone (Carlsson i in., 2021).

Także P. Hansen i A. Jespersen (2013, s. 20–23) wykorzystując teorię podwójnego procesu myślenia i wynikające z niej dwa typy *nudges* (typ 1 powiązany z Systemem 1 i typ 2 powiązany z Systemem 2 myślenia) oraz kryterium ich przejrzystości, pokazali, że *nudging* niekoniecznie dotyczy „manipulacji”, ani niekoniecznie wpływa na „wybór”. Rozróżnienie między przezroczystymi (transparentnymi) i nieprzezroczystymi (nietransparentnymi) *nudges* służy im jako podstawa do odróżnienia manipulacyjnego użycia *nudges* od innych zastosowań. W rezultacie identyfikują cztery grupy *nudges* (tabela 6.2), a ich podejście można wykorzystać jako określenie ram odpowiedzialnego stosowania podejścia *nudge* w celu zmiany zachowania w polityce publicznej (Möllenkamp i in., 2019).

Tabela 6.2. Typy *nudges* według P. Hansena i A. Jespersena

Wyszczególnienie	Transparentność	Brak transparentności
Myślenie refleksyjne (System 2)	<i>Nudge 1</i> : przejrzyste ułatwienie spójnego wyboru (np. podpowiedzi, przypomnienia, informacje zwrotne, strategie zobowiązań, wywoływanie intencji wdrożeniowych)	<i>Nudge 3</i> : manipulacja wyborem (np. kadrowanie, torowanie, ujawnianie informacji, wykorzystanie norm społecznych)
Myślenie automatyczne (System 1)	<i>Nudge 2</i> : przejrzysty wpływ (manipulacja techniczna) na zachowanie (wrażne ostrzeżenia np. graficzne, jawne ustawienia domyślne)	<i>Nudge 4</i> : nieprzejrzysta manipulacja zachowaniem (np. niejawne zmiany w środowisku fizycznym, niejawne opcje domyślne)

Źródło: opracowanie na podstawie Hansen i Jespersen (2013).

Posługując się tą klasyfikacją, M. Möllenkamp i in. (2019) sformułowali zalecenia dla polityki publicznej odnoszące się do każdego z czterech wyróżnionych typów. Według nich:

1. *Nudges* transparentne typu 2 (lewa górna ćwiartka tabeli 6.2), czyli przejrzyste ułatwienie wyboru, są najmniej inwazyjne, ponieważ wzmacniają popychane osoby i umożliwiają im swobodny wybór poprzez zwrócenie uwagi na pozornie irracjonalne zachowania i ich konsekwencje. Zastosowanie w polityce publicznej *nudges* transparentnych typu 2 jest najmniej kontrowersyjne.

2. *Nudges* nietransparentne typu 2 (prawa górna ćwiartka tabeli 6.2), czyli manipulacja wyborem, są wysoce inwazyjne, ponieważ nieświadomie manipulują procesami refleksyjnego myślenia osób popychanych, a ich wpływ często nie jest rozpoznawany, zatem jednostkom trudno jest ich uniknąć. Ich wdrażanie jest wysoce kontrowersyjne w społeczeństwach demokratycznych, gdyż żaden typ zgody ani aktywne ujawnienie tych *nudges* nie uzasadniają ich użycia.
3. *Nudges* transparentne typu 1 (lewa dolna ćwiartka w tabeli 6.2), czyli przejrzyste wpływy (techniczna manipulacja zachowaniem), są bardziej inwazyjne niż poprzednie, w przejrzysty sposób wpływają na automatyczne zachowania i wynikające z nich konsekwencje. Chociaż ich przejrzystość ujawnia stojące za nimi intencje, w praktyce są one trudne do uniknięcia, ponieważ są skierowane na nieświadome zachowania. Odpowiedzialne korzystanie z nich jest dopuszczalne w polityce publicznej, o ile decydenci mogą zapewnić, że będą w stanie lub będą chcieli publicznie bronić ich wykorzystania przed swoimi obywatelami.
4. *Nudges* nietransparentne typu 1 (prawa dolna ćwiartka w tabeli 6.2), czyli nieprzejrzyste manipulacje zachowaniem, są bardziej inwazyjne niż przezroczyste *nudges* typu 1, wpływają na zachowanie poprzez subtelne aranżacje otoczenia, ale jednostki raczej nie będą w stanie ich uniknąć w swoim codziennym życiu, ponieważ nie są świadome ich wpływu. Decydenci polityczni powinni zawsze ujawniać ich stosowanie i uzyskiwać przynajmniej ogólną zgodę na ich użycie oraz zapewnić, aby były one zgodne z interesami jednostek i oparte na procedurach demokratycznych.

Główny wniosek wynikający z rozważań nad *nudges* przejrzystymi (oczywistymi dla danej osoby) i nieprzejrzystymi (ukrytymi przed tą osobą) jest taki, że podczas gdy niektóre nieprzejrzyste mieszczą się w sferze manipulacji, to sam fakt, że są ukryte, nie oznacza, że z natury są złe. Z definicji *nudges* zaproponowanej przez R. Thalera i C. Sunsteina (2008) wynika, że złe *nudges* (określane także negatywnymi) skłaniają ludzi do podjęcia niekorzystnej dla nich decyzji lub utrudniają podjęcie korzystnej decyzji (tj. zniechęcają do zachowań, które leżą w najlepszym interesie danej osoby). Chociaż każdy rodzaj *nudges* może mieć charakter zamierzonych lub niezamierzonych interwencji, to w przypadku negatywnych *nudges* decyzja, do której podjęcia ludzie są zachęceni, może być pozytywna dla kogoś innego. Na przykład dla firmy, aby przekonać ludzi do zakupu sprzedawanego niezdrowego produktu poprzez umieszczenie go w pobliżu kas. Negatywne *nudges* R. Thaler (2018b) nazywa szlamem (*sludge*), czyli „lepką mieszaniną”, w którym „grzęzną” dobre decyzje indywidualne. Za *sludges* uważa wszystko, co utrudnia ludziom uzyskanie wyniku, który poprawi ich sytuację, wskazując, że źródłem złych *nudges* może być także sektor publiczny. Uważa także, że są one „złym bliźniakiem” *nudges* i dokładnym przeciwieństwem *nudges for good* (Thaler, 2018b), które pomagają ludziom podjąć lepsze decyzje.

Odwołując się do klasycznej definicji *nudge*, S. Mills (2020) wyjaśnia zatem, że *sludge* to dowolny aspekt architektury wyboru, który zwiększa hedoniczne, społeczne lub niejasne tarcia związane z określonym wynikiem w stosunku do innych wyników, a czyniąc to, zmienia zachowanie ludzi w przewidywalny sposób, nie zabraniając żadnych opcji ani znacząco nie zmieniając tarć ekonomicznych. Aby można było zaliczyć interwencję do *sludge*, jej uniknięcie musi być łatwe i tanie. *Sludges* to nie kary. Podobnie C. Sunstein (2022) podkreśla, że *sludges* powodują nadmierne lub nieuzasadnione tarcie w podejmowaniu decyzji, a te pochodzące z sektora publicznego są często pośrednią, ukrytą i niedostatecznie zbadaną metodą osiągania określonych celów polityki poprzez ograniczanie dostępu do różnych programów i świadczeń publicznych. Utrudniają one naszą zdolność do wykonywania zadań, tworząc psychologiczne „ogrodzenia” i bariery, ostatecznie zmniejszając dobrobyt (Soman, 2020). *Nudges* i *sludges* mają wpływ na to, jak łatwo lub trudno jest poruszać się po życiu (Mills, 2020).

Na zakończenie prowadzonych rozważań poczynić należy dwie uwagi. Po pierwsze, nie wszystkie *nudges* mogą być łatwo i z całą pewnością zaliczone do któregoś z rodzajów, typów czy grupy. Niektóre mogą mieć charakter rozmyty, niewyraźny, zamazany (tzw. *fuzzy nudges*), a czasami nie jest nawet jasne, czy dana interwencja w ogóle kwalifikuje się jako *nudging* czy też nie (Selinger i Whyte, 2011). Po drugie, w literaturze przedmiotu znajdują się także rozważania i analizy dotyczące zastosowania *nudges* wraz z innymi instrumentami behawioralnej polityki publicznej. Takim przykładem jest *nudge plus* (zmienione następnie na *nudge+*), opierające się na pracach promujących edukacyjne zachęty, wzmocnienia (*boosts*) i myślenie (*things*) oraz zawierające element refleksji jako część dostarczania *nudge* (John i Stoker, 2019; Banerjee i John, 2021). Próbują one pogodzić ideę ułatwiania większej refleksji obywatelskiej w ramach *nudges* oraz pokazują, że modyfikacja *nudges* wiąże się z procesem zmiany perspektyw u obywateli, aby skutecznie zmienić ich zachowanie (Banerjee, 2021).

Argumenty za stosowaniem *nudge+* opierają się na bardziej subtelnym związku między szybkim i wolnym myśleniem, niż powszechnie zakłada się w klasycznej literaturze dotyczącej behawioralnej polityki publicznej. *Nudge+* odnosi się do szeregu strategii poznawczych zaprojektowanych w celu zachęcenia ludzi do refleksji nad wyborami, przed którymi stoją, dla ich osobistego i społecznego dobra, samodzielnie lub we współpracy z innymi (Banerjee i John, 2022). Włączenie refleksji i namysłu do procesu decyzyjnego może być skuteczniejsze, powodując zmiany zachowania, które trwają dłużej (Banerjee i John, 2021). Co więcej, czasami *nudges* są krytykowane za manipulację, a dodatkowa refleksja może zmniejszyć ten niepokój. *Nudge plus* szanuje zdolność jednostek do samodzielnego decydowania i sprawia, że projekt instrumentu behawioralnej polityki jest przejrzysty (Nova i Lades, 2022).

Pod względem etycznym mogą być one lepszym narzędziem behawioralnej polityki publicznej niż standardowe *nudges*, ponieważ promują autonomię i sprawczość (John, 2023). Takie hybrydowe narzędzie przewidujące dostarczanie jakiejś formy *nudge*, ale wraz z zachęcaniem do myślenia (przed, w trakcie lub tuż po jego dostarczeniu), które ostatecznie wzmocniłoby *nudge* (stąd plus) – może być użyteczną strategią projektowania interwencji prospołecznych (CESCP, 2019), która ułatwia obu typom procesów poznawczych, szybkim i powolnym, osiągnięcie zmiany behawioralnej (Banerjee, 2021).

Podkreślić należy, że *nudges* jako duża grupa narzędzi behawioralnej polityki publicznej ciągle się rozwijają i wymagają dalszych badań, analiz, a także opracowywania teoretycznych podstaw do ich implementacji. Równie ważne jest też to, jak narzędzia te postrzegane są przez jednostki (obywateli), którym mają zapewnić dokonywanie lepszych wyborów. Jest to przedmiotem rozważań w kolejnych rozdziałach.

7. Zasadność i charakterystyka metod badań oraz próby badawczej

Prezentowane w rozdziale badania ankietowe dotyczące akceptowalności *nudges* jako narzędzi BPP są trzonem analizy przeprowadzonej w następnym rozdziale. Z tego powodu charakterystykę i zasadność przyjętych metod badań przedstawiono stosunkowo szeroko.

Badania ankietowe w Polsce przeprowadzane w dniach 21–27 października 2020 roku wykonano na zlecenie Uniwersytetu Szczecińskiego wśród uczestników ogólnopolskiego panelu badawczego Ariadna audytowanego przez Organizację Firm Badania Opinii Rynku (OFBOR). W panelu zarejestrowanych jest ok. 100 tys. polskich konsumentów w wieku 15–65 lat. Każdy uczestnik panelu podlega weryfikacji. Zastosowane procedury rejestracji gwarantują, że zebrane dane są wiarygodne i rzetelne, a w badaniu biorą udział rzeczywiste osoby o ustalonej tożsamości. To odróżnia badania na panelu Ariadna od sond internetowych i sondaży realizowanych z przypadkowymi osobami. Panel Ariadna wyklucza prowadzenie badań z zastosowaniem przypadkowych metod doboru respondentów (Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna; Panel).

Badania przeprowadzono metodą *Computer Assisted Web Interviewing* (CAWI). Wchodzi ona w skład ogólnej grupy technik gromadzenia danych empirycznych wspomaganych komputerowo o nazwie *Computer Assisted Data Collection* (CADAC), której częścią jest *Computer Self-Administered Questionnaire* (CSAQ), będący typowym elektronicznym kwestionariuszem, który może być dostarczony respondentowi na wybranym typie nośnika czy też za pomocą Internetu (e-maila) lub online (np. podanie linku do strony internetowej) (Stanisławski, 2017).

CAWI powstał w wyniku ewolucji wcześniej stosowanych popularnych metod takich jak wywiady papierowe (PAPI) i wywiady telefoniczne/osobiste wspomagane komputerowo (CATI/CAPI), które wraz z rozwojem nowych technologii i popularyzacją internetu tracą na znaczeniu (Sowa i in., 2015). Metoda CAWI jest obecnie często stosowana przez liczne grono badaczy z różnych dyscyplin nauk społecznych.

Zdaniem D. Midera (2018) metoda CAWI polega na stworzeniu kwestionariusza badawczego, który powinien być pokazany na stronie internetowej w taki sposób, aby był dostępny online do wypełnienia przez respondentów. Jest to badanie ankietowe, w którym respondenci wypełniają kwestionariusz bez udziału osoby przeprowadzającej badanie (Mider, 2018). Ostatnio CAWI stało się trybem badania obejmującym różne urządzenia, w tym komputery stacjonarne, laptopy, smartfony i tablety (Toepoel i Lugtig, 2015).

Według R. Seljaka i Ł. Arendta (2022, s. 15) CAWI to samodzielny sposób zbierania danych ankietowych, w którym respondent jest proszony o wypełnienie kwestionariusza dostępnego online. Ten sposób dostarczenia kwestionariusza sprawia, że ankietowani mogą go wypełnić w dogodnym dla siebie czasie (Przewłocka, 2009, s. 99), wykorzystując różne urządzenia mobilne do łączenia się z internetem. Ponadto profil mobilnych respondentów pokrywa się z profilami trudno dostępnych respondentów (Zijlstra i in., 2018). Zwracana jest niewielka liczba błędnych ankiet, gdyż pominięcie pytania nie pozwala przejść do dalszej części, a nieprawidłowo wypełniony kwestionariusz nie może zostać wysłany (Sowa i in., 2015).

W trybie CAWI nie ma interakcji między ankierem a respondentem, co jest zaletą, zwłaszcza gdy pytania dotyczą drażliwych tematów, które mogą być źródłem dyskomfortu dla respondenta, zapewnia mu także wrażenie większej anonimowości. Tryb ten umożliwia bezpośredni zapis odpowiedzi badanych w bazie danych, co nie tylko skraca czas badania, ale pozwala również wyeliminować błędy mogące wystąpić podczas zadawania pytań i kodowania danych, a także ustrzec się fałszerstw ze strony ankierów i kodujących (Przewłocka, 2009, s. 100; Sowa i in., 2015). W badaniu CAWI można zamieścić dodatkowe krótkie komentarze do poszczególnych pytań, które uzupełniają wiedzę respondenta i rozwiewają ewentualne niejasności pojawiające się podczas udzielania odpowiedzi. Zwykle jest to linijka tekstu umieszczonego bezpośrednio przed pytaniem kluczowym lub po nim (Barbu i Isaic-Maniu, 2011). CAWI może zawierać więcej pytań niż tradycyjne badanie kwestionariuszowe, umożliwia zebrania odpowiedzi w krótkim czasie, pozwala na stworzenie bazy danych respondentów oraz wprowadzanie poprawek technicznych w kwestionariuszu. Jest jednym z najtańszych i najmniej czasochłonnych sposobów zbierania danych, a można dzięki niemu dotrzeć do respondentów z wielu lokalizacji (np. krajów, regionów, miast i wsi) (Sowa i in., 2015; Lugtig i in., 2022, s. 4; Seljak i Arendt, 2022, s. 15).

Oprócz niewątpliwych zalet metoda ta nie jest oczywiście pozbawiona pewnych wad, z którymi zapoznać się można w literaturze przedmiotu¹. Zdaniem R. Seljaka

¹ Szerzej o wadach oraz zaletach CAWI piszą: Przewłocka (2009); Mąciak (2014); Dangubic i Voorpostel (2017); Stanisławski (2017); Mider (2018); Lugtig i in. (2022).

i Ł. Arendta (2021, s. 14), aby można było skutecznie wykorzystać CAWI w badaniach, powinny być spełnione głównie dwa warunki:

- wystarczający zasięg internetu wśród gospodarstw domowych,
- wystarczające umiejętności cyfrowe respondentów.

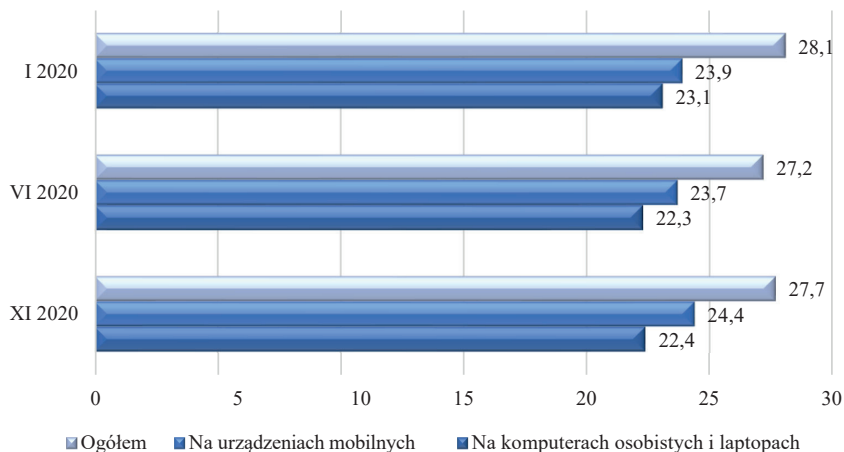
Zasięg internetu w Polsce w gospodarstwach domowych uzależniony jest od rodzaju dostępu. Według badań Urzędu Komunikacji Elektronicznej (UKE) wskaźnik nasycenia usługami internetu stacjonarnego (inaczej wskaźnik penetracji internetem stacjonarnym) w 2020 roku wynosił w Polsce 56,7%. Oznacza to, że taki był wówczas udział gospodarstw domowych korzystających z internetu stacjonarnego. Był on o 1,9 pp. większy niż w 2019 roku (UKE, 2021, s. 8). Penetracja usługami internetu stacjonarnego na 100 mieszkańców wynosiła w Polsce 20,8%, a średnia dla krajów UE była wyższa – 34,3% (UKE, 2021, s. 21). Wielokrotnie wyższy był natomiast wskaźnik penetracji mobilnym dostępem do internetu za pomocą wszystkich możliwych kategorii dostępu mobilnego². W Polsce w 2020 roku wynosił on 195,3%³. Wskaźnik penetracji usługami internetu mobilnego na 100 mieszkańców był w tym samym czasie nieco niższy i wynosił 190,3%, a średnio w krajach UE – 107% (UKE, 2021, s. 29).

Według Badań Polskiego internetu (BPI) przeprowadzanych przez międzynarodową firmę badawczo-technologiczną Gemius i opublikowanych 9 października 2020 roku liczba internautów w Polsce (rysunek 7.1) była duża (ok. 28 mln) i stanowiła ponad 70% całej populacji (BPI, 2020). Według danych Eurostatu corocznie wzrasta w Polsce udział osób w wieku 16–74 lat korzystających z internetu co najmniej raz w tygodniu (w tym codziennie). W 2020 roku wynosił on 81,36%, czyli o ponad 3 pp. więcej niż w 2019 roku, a ponad 2 pp. mniej niż w 2021 roku i ponad 4 pp. mniej niż w 2022 roku. W 2020 roku zróżnicowanie regionalne było dość duże. W Makroregionie Wschodnim udział takich osób wynosił wówczas 75,87%, a w Makroregionie Mazowieckim – 85,0%. Trzy miesiące przed badaniem w 2020 roku codziennie z internetu korzystało w Polsce 72,34% osób [o ponad 4 pp. więcej niż w 2019 roku (efekt pandemii – praca i nauka zdalna), a o prawie 1,5 pp. mniej niż w 2021 i o 8 pp. mniej niż w 2022 roku]. Udział osób codziennie korzystających z internetu w Polsce był wyższy od średniej dla UE, która w 2020 roku wynosiła 62,62%. Zróżnicowanie regionalne w Polsce było jeszcze większe. Udział osób codziennie użytkujących

² Do kategorii dostępu mobilnego zaliczono: faktycznie używane aktywnej karty SIM w sieciach ruchomych w ramach usług głosowych; oferty transmisji danych na dodatkowe pakiety do usługi głosowej, wymagające dodatkowej opłaty i oferty transmisji danych dla usług sprzedawanych odrębnie i świadczonych wyłącznie za pośrednictwem kart/modemów/kluczy (np. modemy USB, karty PCMCIA i ExpressCard (UKE, 2021, s. 21).

³ Penetracja powyżej 100% oznacza w tym przypadku dostęp do Internetu mobilnego u danego użytkownika za pomocą więcej niż jednego rodzaju dostępu (UKE, 2021, s. 23).

internet kształtował się w 2020 roku od 65,15% w Makroregionie Wschodnim do 79,77% w Makroregionie Mazowieckim (Eurostat 1).



Rysunek 7.1. Liczba internautów w Polsce w 2020 roku (w mln)

Źródło: opracowanie własne na podstawie PBI (2020).

Gorzej wypadają umiejętności cyfrowe polskiego społeczeństwa. Według Eurostatu, przeprowadzającego co dwa lata badania umiejętności cyfrowych Europejczyków w wieku 16–74 lat, w 2021 roku w Polsce 42,93% osób miało przynajmniej podstawowe ogólne umiejętności cyfrowe dotyczące obsługi komputera oraz korzystania z internetu (szukanie informacji w sieci, komunikacja cyfrowa przy użyciu poczty online lub komunikatorów). Taki poziom umiejętności cyfrowych miało wówczas średnio 53,92% Europejczyków (Eurostat 2). Według metodologii badań z wcześniejszych lat, w 2019 roku podstawowe lub wyższe ogólne umiejętności cyfrowe miało 44,45% Polaków, wobec średniej dla UE wynoszącej 56,06% (Eurostat 3). Jednak wykorzystanie panelu Ariadna w badaniach akceptowania *nudges* przez polskie społeczeństwo pozwoliło na spełnienie warunku wystarczających umiejętności cyfrowych respondentów. Do panelu włączono tylko te osoby, które subiektywnie uznały, że takie umiejętności mają, a było to wielokrotnie weryfikowane podczas ich uczestnictwa w innych badaniach. Ponadto wykorzystanie tego panelu powoduje, że respondenci są mniej skłonni odrzucić zaproszenie do udziału w badaniu lub je przerwać, a próba ankietowa może być właściwie dobrana pod względem liczebności i cech socjodemograficznych.

Metodę CAWI wykorzystano w badaniach dotyczących akceptowania *nudges* przez Polaków ze względu na to, że ten tryb przeprowadzenia ankiety był stosowany

przez badaczy prowadzących podobne badania w innych krajach, o których wspomniano we Wprowadzeniu. W badaniach przeprowadzonych w Polsce wykorzystano także metodologię i kwestionariusz zastosowane w innych badaniach dotyczących akceptowalności *nudges* w różnych krajach. Anglojęzyczna wersja dla Australii udostępniona jest w artykule C. Sunsteina i in. (2018). Kwestionariusz ankiety badawczej przetłumaczono na język polski, a niektóre pytania (np. o uczestnictwie w wyborach i poparciu dla polityków, poziomie dochodu, poziomie wykształcenia) dostosowano do polskich warunków. Ankieta nie była ramowana.

W kwestionariuszu udostępnionym respondentom nie używano oryginalnego terminu *nudge* ani jego tłumaczenia na języki polski, tak jak zaleca się w literaturze przedmiotu (de Quintana Medina, 2021, s. 111–112). W badaniach nie zamierzano także opisywać polityki w sposób, który wypaczyłby odpowiedzi respondentów. Zamiast tego opisano te instrumenty w zrozumiałym i prostym sposób, jak to tylko możliwe. Tak przygotowany kwestionariusz ankiety składał się z 53 pytań mających na celu uzyskanie szerokiej charakterystyki próby badawczej (15 pytań), oceny zdrowia i satysfakcji z życia respondentów (9 pytań), zaufania, ryzyka i obaw respondentów (10 pytań) oraz stosunku do wybranych *nudges* jako instrumentów architektury wyboru (15 pytań). Trzy dodatkowe pytania pełniły funkcję filtra uwagi. Pytania zostały przedstawione respondentom w losowej kolejności. Zastosowano także filtr czasowy – odrzucono respondentów, którzy udzielali odpowiedzi w czasie krótszym niż połowa mediany czasu potrzebnego na wypełnienie ankiety.

Respondentów zapytano, czy zaaprobowaliby lub odrzucili wybrane *nudges*. W ten sposób oceniono ich postawy wobec wybranych instrumentów BPP. Podobnie jak we wcześniejszych badaniach przeprowadzonych w innych krajach respondentów poproszono jedynie o oświadczenie o aprobacie (akceptacji) lub dezaprobatie (nieakceptacji), bez mierzenia ich intensywności w jakiegokolwiek skali. Uzyskane wyniki analizowano początkowo z wykorzystaniem powszechnie znanych statystycznych metod analizy opisowej – miary rozkładu tendencji centralnej (średnia), asymetrii i miary dyspersji (odchylenie standardowe i współczynnik zmienności). Pozwalają one na podstawową analizę statystyczną uzyskanych wyników oraz ukazanie podobieństw i różnic między poszczególnymi grupami respondentów w obszarze ich postaw wobec instrumentów BPP. Oprócz porównania odpowiedzi dotyczących akceptowania osobno 15 *nudges* w analizie wykorzystano cztery dodatkowe miary:

- ogólnej aprobaty 15 *nudges*,
- aprobaty *nudges* uruchamiających System 1 i System 2 myślenia,
- aprobaty pięciu różnych rodzajów *nudges* sklasyfikowanych według poziomu ingerencji w życie ludzi,

- aprobaty *nudges* sklasyfikowanych z punktu widzenia celów ich zastosowania (problemów, do rozwiązania których mają się przyczynić).

Główną zmienną w analizie przeprowadzonej w kolejnym rozdziale były zatem odpowiedzi respondentów na pytania dotyczące akceptowania 15 wybranych *nudges*, a procent odpowiedzi wskazujących na zaaprobowanie danego instrumentu BPP przyjęty został jako wskaźnik jego zatwierdzenia (zaakceptowania, aprobaty) przez respondentów. Analizowane instrumenty charakteryzują się różnym poziomem głębokości interwencji publicznej w życie ludzi, mają nieco inny charakter, uruchamiają różne systemy myślenia, dotyczą różnych problemów indywidualnych i społecznych, a zatem mogą być odmiennie postrzegane i oceniane przez różnych respondentów.

Tak jak inne instrumenty polityki publicznej *nudges* są opracowywane dla populacji ogółem lub stosowane do docelowych grup ludności, które mogą z nich skorzystać (np. z powodu nastawienia czy cech behawioralnych, braku informacji). Charakterystyki społeczno-gospodarcze i geograficzne grupy docelowej można zaliczyć do odpowiednich kryteriów podziału tych instrumentów, oprócz zdrowia, czynników środowiskowych lub innych kryteriów kontekstowych. Na przykład *nudges* mogą być zaprojektowane tak, aby pomóc wybranym grupom osób (biednym, rodzicom, mającym wysokie rachunki za energię czy problemy z oszczędzaniem). W zasadzie mogą być skierowane do określonych grup wiekowych, o określonym poziomie dochodów, kobiet lub mężczyzn oraz gospodarstw domowych różniących się składem lub mogą koncentrować się na obszarach miejskich w porównaniu z obszarami wiejskimi (zob. World Bank, 2015; OECD, 2017a).

Biorąc pod uwagę, że różnice statusu społeczno-ekonomiczno-geograficznego kształtują myśli, uczucia i zachowania ludzi (Manstead, 2018), podczas analizy akceptacji *nudges* w Polsce do pierwszej grupy zmiennych niezależnych włączono wybrane (z tabeli 7.1) charakterystyki próby badawczej, tj. płeć, wiek, poziom wykształcenia, wielkość miejscowości zamieszkania, posiadanie dzieci, miesięczne dochody netto gospodarstwa domowego.

Interwencje publiczne wykorzystujące *nudges* są uzasadniane libertariańskim paternalizmem, dlatego w literaturze przedmiotu toczy się dyskusja, czy i jakie sympatie polityczne (preferowane partie krajowej sceny politycznej) oraz wyznawane poglądy polityczne (konserwatywne czy liberalne) mogą wyjaśniać zróżnicowanie akceptowania przez obywateli tego typu instrumentów BPP (Sunstein i in. 2019; Almqvist i Andersson, 2021). Z tego powodu drugą grupę zmiennych niezależnych tworzyły dwie zmienne odwołujące się do ideologii: preferencje partyjne i poglądy polityczne respondentów reprezentowane kolejno przez odpowiedzi na dwa następujące pytania ankiety:

- na którą partię głosowałeś/głosowałaś w ostatnich wyborach parlamentarnych? (zmienna Gpp),

- który z poglądów politycznych, jakie mogą mieć ludzie, odnosi się do Twoich poglądów? (zmienna Pp).

W pierwszym z tych pytań respondenci wybierali spośród następujących odpowiedzi: Prawo i Sprawiedliwość, Koalicja Obywatelska, Polskie Stronnictwo Ludowe, Sojusz Lewicy Demokratycznej, Inne partie oraz Nie głosowałem/głosowałam, Nie wiem. W drugim z pytań swoje poglądy polityczne respondenci oceniali w skali Likerta od 1 do 7, gdzie 1 oznaczało poglądy skrajnie liberalne (lewicowe), a 7 – poglądy skrajnie konserwatywne (prawicowe). Respondenci mieli także możliwość wybrania odpowiedzi: Nie chcę odpowiadać na to pytanie.

Do określenia pozycji polskich partii na scenie politycznej wykorzystano *Chapel Hill Expert Survey* (Jolly i in., 2021), który zawiera eksperckie oceny stanowisk partii w 31 krajach (wszyscy członkowie Unii Europejskiej, Norwegia, Szwajcaria i Turcja). Każda partia jest w tym badaniu rozpatrywana w dwóch wymiarach:

- ekonomicznym – spektrum lewicowo-prawicowe (skala L-P),
- kulturowym – spektrum, które wartości zielone, alternatywne i libertariańskie, niektórzy twierdzą – postmodernistyczne (oznaczone jako GAL) przeciwstawia tradycyjnym, autorytarnym i nacjonalistycznym (oznaczone jako TAN) (skala GAL-TAN).

Pozycja koalicji partyjnych w Polsce została określona jako średnia z pozycji partii wchodzących w skład koalicji.

Niemal wszystkie *nudges* przedstawione w ankiecie odnoszą się do dwóch ważnych problemów indywidualnych i społecznych: ochrony środowiska (OŚ) oraz dbałości o zdrowie i życie (ZŻ). Wyższa czy niższa ich akceptacja może wynikać z wyznaczanych przez respondentów norm i wartości, określanych mianem reguł społecznych (Sztompka, 2012, s. 181). Wartości społeczne, czyli godne, społecznie akceptowane cele postępowania wraz z normami społecznymi, wyznaczają system wartości danej społeczności. Normy społeczne jasno precyzują, jakie zachowania są dopuszczalne, a jakie nie, tym samym spełniają pewną funkcję aksjologiczną. Ponadto poprzez stosowanie sankcji zabezpieczają wartości społeczne i wynikający z nich porządek społeczny oraz koordynację społeczną (Bicchieri i in., 2018). Normy społeczne składają się z tego, co robimy, w co wierzymy, że robią inni, oraz co – jak sądzimy – inni aprobują i czego od nas oczekują. Normy społeczne polegają zatem na wzajemnym oddziaływaniu między zachowaniem, przekonaniem i oczekiwaniami. Niektóre cechy behawioralne, w tym normy opisowe i poczucie własnej skuteczności, są silniej związane z podejmowanymi działaniami (Lapinski i Rimal, 2005; Rimal i Lapinski, 2015).

Do kolejnej grupy zmiennych objaśniających włączono zatem dwie normy społeczne o charakterze moralnym: troskę o środowisko i troskę o zdrowie. Troska o środowisko odgrywa istotną rolę w teorii wartości, przekonań i norm (*value-belief-norm theory*, VBN) (Stern, 2000), która została specjalnie opracowana w celu wyjaśnienia

zachowań środowiskowych. Troska o środowisko oznacza stopień, w jakim jednostki wierzą, że ich własne zachowanie wywołuje negatywne konsekwencje środowiskowe (tj. świadomość konsekwencji). Osoby bardziej troszczące się o środowisko mają większą świadomość wpływu, jaki mają na nie ich działania. Im bardziej ludzie są świadomi tych konsekwencji, tym bardziej prawdopodobne jest, że przejmą odpowiedzialność za problemy środowiskowe (tj. przypisanie odpowiedzialności). Z kolei poczucie odpowiedzialności zwiększa prawdopodobieństwo, że czują silne poczucie moralnego obowiązku działania na rzecz środowiska (Stern, 2000; Han i in., 2016; Dursun i in., 2017).

T. Milfont i J. Duckitt (2010) uważają, że troska o środowisko naturalne może być traktowana jako synonim postaw proekologicznych. A te często są powiązane z troską o zdrowie i życie, ponieważ gorsza jakość środowiska naturalnego, zwiększenie jego zanieczyszczenia i zmiany klimatu przejawiać się mogą w pogorszeniu stanu zdrowia, na co są liczne dowody odnoszące się do środowiskowych uwarunkowań zdrowia (Wierzbicka, 2013; Woźniak i in., 2015; Sobieszkańska i in., 2016). Jak podkreśla Światowa Organizacja Zdrowia (*World Health Organization*, WHO), zmiany środowiskowe, a dokładnie zmiany klimatyczne – są największym pojedynczym zagrożeniem dla zdrowia całej ludzkości (WHO, 2021).

Zdrowie można zdefiniować jako stan dobrego samopoczucia wyłaniający się ze sprzyjających interakcji między potencjałami jednostek, wymaganiami życiowymi oraz determinantami społecznymi i środowiskowymi (Bircher i Kuruville, 2014). A. Goździalska i J. Jaśkiewicz (2015, s. 7) podkreślają, że troska o szeroko rozumiany stan zdrowia i jego zachowanie jest istotnym obowiązkiem w nowoczesnym społeczeństwie, mając wymiar zarówno indywidualny, jak i społeczny (Goździalska i Jaśkiewicz, 2015). Zdaniem J. Gocko (2020) zdrowie jest istotnym elementem dobra wspólnego, a świadomość wspólnotowego charakteru troski o zdrowie (i życie) jest coraz bardziej powszechna. Wymiar ten jest oczywisty w kontekście społecznej i relacyjnej natury człowieka i wynika z wyznawanych wartości i norm społecznych.

Chociaż do badania zachowań zdrowotnych najlepiej wykorzystywać łącznie różne modelowe podejścia, to w literaturze przedmiotu wskazuje się, że obecnie najczęściej stosowanym jest model przekonań zdrowotnych (*health belief model*, HBM), powstały pod koniec lat 60. XX wieku, wyjaśniający zachowania zdrowotne i skupiający się na przekonaniach jednostki związanych z tymi zachowaniami (Daniati i in., 2021; Sumita i in., 2022). Wprawdzie oparty jest on na przekonaniach jednostek, ale odnosi się do kontekstu społecznego, w którym zdrowotne zachowania mają miejsce (Green i in., 2020, s. 2).

Model ten sugeruje, że jednostki będą bardziej zmotywowane do zdrowego postępowania, jeśli będą wierzyć, że są podatne na określony negatywny skutek

zdrowotny (na chorobę), będą dostrzegać jego dotkliwość, widzieć więcej korzyści niż kosztów związanych z zachowaniem zdrowotnym oraz mieć świadomość przydatności (poczucie użyteczności) swojego działania (Carpenter, 2010; Lee i in., 2018; Włodarczyk, 2019). Te cztery elementy tworzą gotowość do podjęcia decyzji o zdrowotnym zachowaniu, którą są wzmacniane przez wskazówki do działania (wydarzenia, ludzie lub rzeczy, które są związane ze zmianą zachowania) oraz poczucie własnej skuteczności (pewność działania) (Ritchie i in., 2021). Czynniki ujęte w modelu HBM wpływają na promocję lub redukcję zachowań związanych ze zdrowiem. Dodatkowym elementem wprowadzanym ostatnio do tego modelu jest ryzyko, a osoby o relatywnie większej awersji do ryzyka są bardziej skłonne do przyjmowania zdrowych zachowań (Riddell i Hales, 2018; Sumita i in., 2022).

Świadomość i promocja zdrowia dotyczą czynników behawioralnych. Kiedy ludzie zrozumieją ryzyko związane z pewnymi wyborami stylu życia, będą wiedzieć, że powinni zacząć wprowadzać zmiany. Osoby wykazujące większą troskę o zdrowie powinny zatem bardziej akceptować nie tylko *nudges* mające promować zdrowe zachowania, ale także potencjalnie wpływające na poprawę jakości środowiska naturalnego.

Biorąc pod uwagę rozważania dotyczące modeli VBN oraz HBM, utworzono trzecią grupę zmiennych pomocniczych ustalonych na podstawie wyników odpowiedzi respondentów na następujące pytania ankiety:

- jak bardzo martwisz się o środowisko? (zmienna ToŚ),
- jak bardzo martwisz się swoim przyszłym stanem zdrowia? (zmienna ToZw),
- jak bardzo martwisz się przyszłym stanem zdrowia swoich przyjaciół i krewnych? (zmienna ToZi).

W każdym z tych pytań respondenci zaznaczali swoją odpowiedź na siedmiostopniowej skali Likerta, gdzie 1 oznaczało „brak obaw”, a 7 – „duże obawy”.

Wykorzystane w analizie zmienne mają charakter ilościowy i jakościowy, wyrażone są w różnych skalach pomiarowych (nominalnej, porządkowej, przedziałowej). Z tego powodu są analizowane odrębnie. Do weryfikacji hipotez ich niezależności wykorzystano nieparametryczny test niezależności χ^2 (chi-kwadrat), który zaliczany jest do metod wnioskowania statystycznego⁴. Tak jak pozostałe testy nieparametryczne służy on do weryfikacji hipotez z udziałem zmiennych jakościowych. Może być używany do zbadania istnienia zależności między dwiema zmiennymi nominalnymi. Nie służy on do oceny siły ani kierunku związku pomiędzy zmiennymi, ale do orzekania, czy związek występuje, czy też go nie ma (Mider i Marcinkowska, 2013, s. 218). Został opracowany w 1900 roku przez Karla Pearsona i z tego powodu

⁴ Szerszy opis procedury przeprowadzenia testu χ^2 łącznie z przykładami jego zastosowania (w różnych dziedzinach) znaleźć można w: Kwasiborski i Sobol (2011); Sulewski (2013); Aczel i Sounderpandian (2018, s. 946–953); Słowińska (2019).

nazywany jest także testem niezależności χ^2 Pearsona. Jest najczęściej wykorzystywanym testem służącym do weryfikacji hipotezy zerowej (H_0) o braku różnic istotnych statystycznie między rozpatrywanymi cechami (tzn. dwie badane zmienne są niezależne) (Sulewski, 2013; Słowińska, 2019).

Bazuje on na porównywaniu ze sobą wartości obserwowanych (otrzymanych w badaniu) z wartościami oczekiwanymi (czyli takimi, które zakłada test, gdyby nie było żadnego związku pomiędzy zmiennymi). Jeżeli różnica pomiędzy wartościami obserwowanymi a oczekiwanymi jest duża (istotna statystycznie), to można powiedzieć, że zachodzi relacja pomiędzy zmiennymi. Test opiera się na danych zebranych w postaci tabeli kontyngencji (krzyżowej) dla dwóch zmiennych, która w zależności od liczby porównywanych grup danych może mieć rozmaite wymiary. Wiersze tabeli kontyngencji dla dwóch zmiennych odpowiadają wariantom pierwszej zmiennej (jednej kategorii klasyfikacyjnej), a kolumny – wariantom drugiej zmiennej (drugiej kategorii klasyfikacyjnej) (Aczel i Sounderpandian, 2018, s. 946). Tablica kontyngencji podaje, ile razy zachodzi określona koincydencja, czyli zbieżność często nieoczekiwana i bez dostrzegalnej przyczyny wartości wyników pomiarów obu porównywanych zmiennych (Moczko i in., 1998, s. 52).

Warunkami poprawności stosowania testu χ^2 jest, aby (Moczko i in., 1998, s. 53; Sobczyk, 2002, s. 228; Sulewski, 2016; Słowińska, 2019):

- test był obliczany tylko dla wystarczająco licznych prób; za taką próbę należy uznać tę, która ma co najmniej 30 jednostek analizy ($N \geq 30$), choć niektórzy postulują, że minimalna liczba jednostek analizy powinna wynosić 50 ($N \geq 50$),
- wartość oczekiwana pomiarów w każdej komórce tablicy kontyngencji była nie mniejsza niż 5 (ale najlepiej, by nie schodziła poniżej 8),
- wystąpiła niezależność między grupami, tj. jeden element (respondent) nie może znaleźć się w więcej niż jednej podgrupie (komórce tabeli kontyngencji).

Pierwsze dwa ograniczenia dotyczą wpływu liczebności próby na wyniki wnioskowania statystycznego. Im próba jest większa, tym mniejszy błąd w uogólnianiu wyników na populację (Mider i Marcinkowska, 2013, s. 218). Przy dużych badaniach (dużej liczebności próby) spełnienie dwóch pierwszych warunków nie sprawia problemu, a do spełnienia trzeciego w zasadzie wystarczy zwrócić uwagę na to, aby wynik otrzymany dla jednej osoby (respondenta) odzwierciedlał jedną cechę. Oznacza to, że zadawane pytania nie mogą zakładać możliwości wielokrotnej odpowiedzi, gdyż wtedy danego respondenta można będzie zaliczyć do wielu grup (Kwasiborski i Sobol, 2011; Słowińska, 2019). W przedstawionych w następnym rozdziale wynikach badań polskich respondentów opisane warunki stosowania testu niezależności χ^2 zostały zatem spełnione.

W analizie zależności między poziomem akceptacji *nudges* a zmiennymi z pierwszej i drugiej grupy zmiennych objaśniających przyjęto w każdym przypadku, że:

H0: badane zmienne są niezależne,

H1: badane zmienne są zależne.

Obliczeń testu χ^2 dokonywano dla poziomu istotności $\alpha = 0,05$, korzystając z programu komputerowego MS Excel. Funkcja CHI.TEST w tym programie nie zwraca wartości χ^2 , ale wartość p (p -value). O odrzuceniu (lub nie) hipotezy zerowej decyduje się zatem na podstawie wartości p , która wyznacza najniższy poziom istotności, przy którym należy odrzucić hipotezę zerową (Trzpiot, 2016). Interpretacja wyniku funkcji CHI.TEST jest zatem następująca (Pułaska-Turyna, 2011, s. 270):

- jeśli wartość współczynnika p jest mniejsza od przyjętego poziomu istotności, $\alpha = 0,05$ ($p \leq \alpha$), wówczas należy odrzucić hipotezę zerową o niezależności zmiennych,
- jeśli wartość p jest większa od α ($p > \alpha$), nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej; oznacza to, że nie istnieje związek między badanymi zmiennymi.

Polska próba badawcza liczyła 1064 osoby. Była to próba losowo-kwotowa, gdzie kwoty zostały dobrane według reprezentacji w populacji Polaków w wieku 18 lat i więcej dla płci, wieku, wielkości miejscowości zamieszkania i wykształcenia⁵. Gromadzono dane zgodnie z kwotami dla określonych cech socjodemograficznych, a następnie obserwacje ważono zgodnie z ich częstotliwością w populacji.

Główne charakterystyki polskiej próby badawczej przedstawiono w tabeli 7.1. Większość osób biorących udział w badaniu to kobiety (52,4%), osoby po 55. roku życia (32,0%), mające średni poziom wykształcenia (41,8%), mieszkające w miastach (42,4%), w większości w miastach średniej wielkości (19,6%), w województwie mazowieckim (17,2%) lub śląskim (11,5%). W czasie przeprowadzania badań były to głównie osoby pracujące, zatrudnione na umowę o pracę (47,3%). Największą część respondentów, którzy nie odmówili odpowiedzi na pytanie o poziom dochodów, tworzyły osoby, w których gospodarstwach domowych dochód netto zawierał się w przedziale od 2 tys. zł do 4 tys. zł (36,7%). Z punktu widzenia analizy akceptowalności wybranych *nudges* ważne jest także to, że były to głównie osoby mające dzieci (65,0%), przeważnie dwoje (44,3% respondentów mających dzieci) oraz pozostające w formalnym związku małżeńskim lub długotrwałym związku nieformalnym (w sumie 66,9% respondentów).

⁵ Według GUS na koniec 2019 roku w Polsce było 31 438 tys. osób w wieku 18 lat i więcej (GUS, 2020). Zarówno dla populacji dorosłych Polaków, jak i polskich internautów przy poziomie istotności 95% błąd próby wynosi 3%. Można zatem powiedzieć, że z określonym wysokim prawdopodobieństwem (poziom ufności badania) odsetek z próby nie będzie się różnił od odsetka w tych populacjach o więcej niż błąd statystyczny.

Tabela 7.1. Charakterystyka próby badawczej

Cechy		Liczebność	Udział w %
1		2	3
Płeć	kobieta	561	52,7
	mężczyzna	503	47,3
Wiek	18–24 lata	145	13,6
	25–34 lata	215	20,2
	35–44 lata	169	3,0
	45–54 lata	195	18,3
	55 lat lub więcej	340	32,0
Wykształcenie	podstawowe/zawodowe	213	20,0
	średnie	445	41,8
	wyższe	406	38,2
Wielkość miejscowości zamieszkania	wieś	400	37,6
	małe miasto (do 20 tys. mieszkańców)	137	12,8
	średnie miasto (20–99 tys. mieszkańców)	209	19,6
	duże miasto (100–500 tys. mieszkańców)	189	17,8
	wielkie miasto (powyżej 500 tys. mieszkańców)	129	12,2
Województwo zamieszkania	dolnośląskie	71	6,7
	kujawsko-pomorskie	56	5,3
	lubelskie	56	5,3
	lubuskie	32	3,0
	łódzkie	64	6,0
	małopolskie	91	8,5
	mazowieckie	183	17,2
	opolskie	30	2,9
	podkarpackie	68	6,4
	podlaskie	47	4,4
	pomorskie	39	3,6
	śląskie	122	11,5
	świętokrzyskie	33	3,1
	warmińsko-mazurskie	41	3,8
	wielkopolskie	96	9,1
zachodniopomorskie	35	3,3	

	1	2	3
Dochód netto gospodarstwa domowego	do 1000 zł ($N = 839$)	42	5,0
	1001–2000 zł ($N = 839$)	93	11,2
	2001–3000 zł ($N = 839$)	159	19,1
	3001–4000 zł ($N = 839$)	146	17,6
	4001–5000 zł ($N = 839$)	145	17,5
	5001–7500 zł ($N = 839$)	144	17,4
	7501–10 000 zł ($N = 839$)	73	8,8
	powyżej 10 000 zł ($N = 839$)	31	3,7
	odmawiam odpowiedzi ($N = 1064$)	233	21,8
Stan cywilny	w formalnym związku małżeńskim	528	49,6
	długotrwały związek nieformalny	184	17,3
	wolny/wolna (singiel)	223	21,0
	wdowiec/wdowa	48	4,5
	rozwódziona/rozwódziona, w separacji	78	7,4
	inny	3	0,3
Status zawodowy	umowa o pracę	504	47,3
	umowa zlecenia	65	11,7
	umowa o dzieło	16	1,5
	własna działalność gospodarcza	78	7,3
	bezrobotny/bezrobotna	125	11,8
	emeryt/emerytka lub rencista/rencistka	213	20,0
	uczeń/uczennica lub student/studentka	63	5,9
Posiadanie dzieci	tak	692	65,0
	nie	373	35,0
Liczba dzieci ($N = 692$)	jedno	240	34,7
	dwoje	307	44,3
	troje	106	15,3
	czworo	25	3,5
	pięcioro	11	1,6
	sześcioro lub więcej	4	0,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Obszerną analizę uzyskanych wyników poparcia dla *nudges* oraz zależności między badanymi zmiennymi przedstawiono w następnym rozdziale.

8. Wyniki badań postaw Polaków wobec *nudges* i ich analiza

W rozdziale przedstawiono główne wyniki badań ankietowych przeprowadzonych w Polsce. Respondentów zapytano o akceptację 15 wybranych instrumentów behawioralnych hipotetycznej polityki publicznej. W ankiecie uwzględniono *nudges* obejmujące różnorodne obszary oddziaływania polityki publicznej oraz różne poziomy ingerencji rządowej (władz). Celowo zawarto również jeden element (instrument nr 8 – podprogowa reklama przeciwko przejadaniu się i paleniu), który jest niezgodny ze standardową definicją zaproponowaną przez R. Thaler i C. Sunsteina (2008, s. 6), gdyż jest formą ukrytej manipulacji. Uzyskane odpowiedzi przedstawiono w tabeli 8.1.

Szczególnie interesującą kwestią, na którą warto zwrócić uwagę podczas analizy postawy wobec tych instrumentów, jest ich typ i rodzaj oraz obszary i cele, do których się odnoszą. Jak wskazano wcześniej, termin *nudge* może oznaczać wiele interwencji o różnym stopniu ingerencji i oddziaływania. Instrumenty te mogą być stosowane do promowania różnych celów, zarówno indywidualnych, jak i społecznych, mogą też mieć znaczenie w wielu odrębnych obszarach. Dlatego przeprowadzana w dalszej części rozdziału analiza postaw Polaków wobec *nudges* opiera się na podziale tych hipotetycznych instrumentów BPP na grupy przedstawione w tabeli 8.1.

Poziom akceptacji w Polsce wybranych instrumentów polityki publicznej jest ogólnie wysoki. Wyniki pokazały, że 12 z 15 *nudges* uzyskało akceptację zwykłą większością głosów. Respondenci w zdecydowanej większości popierali *nudges*, jeśli mają one uzasadnione cele i są zgodne z interesami oraz wartościami większości ludzi. *Nudges* nr 7, 6 i 10 otrzymały najwyższe poparcie (ponad 80%), co wskazuje, że Polacy dostrzegają ważność problemów społecznych, na których zmianę instrumenty te miałyby oddziaływać (np. otyłość wśród dzieci, wypadki spowodowane nieostrożną jazdą, nadmierne spożywanie soli). Wydaje się zatem, że potencjalne zastosowanie tych instrumentów w Polsce ma istotne i mocne uzasadnienie społeczne oraz że polska opinia publiczna dobrze postrzega cele i środki stosowane w zakresie tych interwencji behawioralnych.

Tabela 8.1. Akceptacja wybranych instrumentów BPP (w %) oraz ich kategoryzacja przyjęta w analizie

Nr	Opis	Wyniki ankiety		Podział na grupy według		
		akceptuję	nie akceptuję	systemów myślenia	głębokości interwencji	strefy i celu implementacji
1	2	3	4	5	6	7
1	Rząd wymaga etykiet kaloryczności posiłków w restauracjach sieciowych (takich jak McDonald's i Burger King)	77,3	22,7	2	II	ZŻ
2	Rząd wymaga systemu „sygnalizacji świetlnej” dla żywności, w ramach którego zdrowa żywność byłaby sprzedawana z małą zieloną etykietą, niezdrowa żywność z małą czerwoną etykietą, a żywność, która nie jest ani szczególnie zdrowa, ani szczególnie niezdrowa – z małą żółtą etykietą	72,3	27,7	2	II	ZŻ
3	Rząd zachęca (bez wymagania) dostawców energii elektrycznej do przyjęcia systemu, w którym konsumenci byliby automatycznie przypisywani do „zielonego” (przyjaznego dla środowiska) dostawcy energii, ale mogliby z niego zrezygnować, gdyby chcieli	67,7	32,3	1	III	OŚ
4	Prawo wymaga od ludzi, aby po uzyskaniu prawa jazdy zdecydowali, czy chcą zostać dawcami narządów	57,4	42,6	2	III	ZŻ
5	Prawo wymaga, aby wszystkie duże sklepy spożywcze umieszczały swoje najzdrowsze produkty w dobrze widocznym miejscu	77,0	23,0	1	III	ZŻ
6	Aby zmniejszyć liczbę ofiar śmiertelnych i obrażeń związanych z nieostrożną jazdą, rząd krajowy przeprowadza publiczną kampanię edukacyjną, składającą się z realistycznych graficznych historii lub obrazów, mającą na celu zniechęcenie ludzi do wysyłania SMS-ów, e-maili lub rozmów przez telefony komórkowe podczas prowadzenia samochodu	82,1	17,9	2	I	ZŻ
7	Aby zmniejszyć otyłość u dzieci, rząd krajowy przeprowadza publiczną kampanię edukacyjną obejmującą informacje, z których mogą korzystać rodzice, aby dokonywać zdrowszych wyborów dla swoich dzieci	84,3	15,7	2	I	ZŻ
8	Rząd wymaga, aby kina zapewniały podprogowe reklamy (to znaczy reklamy, które pojawiają się tak szybko, że widzowie nie są ich świadomi) mające na celu zniechęcenie ludzi do palenia i przejadania się	48,5	51,5	1	IV	ZŻ
9	Rząd wymaga, aby linie lotnicze pobierały od ludzi określoną kwotę w ramach biletów lotniczych w celu wyrównania emisji dwutlenku węgla (równowartość około 10 EUR za bilet); w ramach programu pasażerowie mogą zrezygnować z płatności, jeśli wyraźnie stwierdzą, że nie chcą jej uiszczać	48,5	51,5	1	III	OŚ
10	Rząd wymaga umieszczania etykiet na produktach, które mają niezwykle wysoki poziom soli, np. „Stwierdzono, że ten produkt zawiera niezwykle wysoki poziom soli, który może być szkodliwy dla zdrowia”	81,2	18,8	2	II	ZŻ

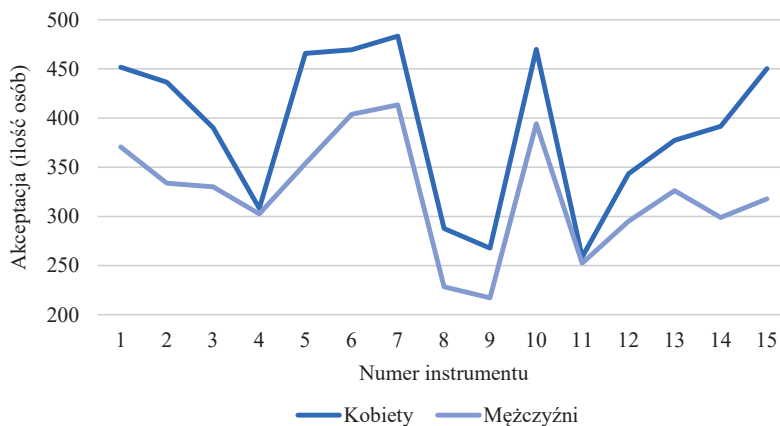
1	2	3	4	5	6	7
11	Rząd zakłada, że w zeznaniach podatkowych ludzie chcą przekazać 50 zł na rzecz Czerwonego Krzyża (lub na inny ważny cel) z zastrzeżeniem rezygnacji, jeśli podatnicy wyraźnie zaznaczą, że nie chcą przekazać takiej darowizny	48,1	51,9	1	III	ZŻ
12	Rząd wymaga, aby kina nadawały publiczne komunikaty edukacyjne mające na celu zniechęcenie ludzi do palenia i przejadania się	60,0	40,0	2	II	ZŻ
13	Rząd wymaga od dużych dostawców energii elektrycznej przyjęcia systemu, w którym konsumenci byłiby automatycznie przypisywani do „zielonego” (przyjaznego dla środowiska) dostawcy energii, ale mogliby z niego zrezygnować, gdyby chcieli	66,1	33,9	1	III	OŚ
14	Aby powstrzymać narastający problem otyłości, rząd wymaga od dużych sieci supermarketów, aby przy kasach nie było słodczy	66,1	33,9	1	V	ZŻ
15	Ze względu na zdrowie publiczne i ochronę klimatu rząd wymaga, aby stołówki w instytucjach publicznych (przedszkolach, szkołach, administracji publicznej itp.) miały jeden dzień bezmięsny w tygodniu	72,1	27,9	1	V	OŚ

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

Najmniejsze poparcie wśród polskich respondentów otrzymały *nudges* nr 9 i 11 (odpowiednio 48,5% i 48,1%), które wprawdzie również mają na celu dobro społeczne (ochrona klimatu, pomoc ubogim), ale związane są z poniesieniem prywatnych wydatków w przypadku, gdy nie zadeklaruje się ich nieponoszenia (opcja domyślna). Wydaje się, że w tych dwóch przypadkach przy ich ocenie przez respondentów zadziałały heurystyka niechęci do ponoszenia strat oraz efekt posiadania, które oddziałują silniej niż korzyści społeczne związane z zastosowaniem tych dwóch instrumentów. Dlatego ponad 51% polskich respondentów nie akceptuje tych narzędzi polityki publicznej.

Co ciekawe, z nieco niższą (48,5%) akceptacją respondentów spotkała się także podprogowa reklama kinowa zniechęcająca do palenia i przejadania się (instrument 8). Wydaje się, że ten dość wysoki poziom akceptacji dla niedozwolonego i nieetycznego sposobu oddziaływania na podświadomość wynikać może z tego, że cel reklamy został uznany za godny poparcia. U większości Polaków nie znajduje ona jednak akceptacji, gdyż jest postrzegana jako naruszająca autonomię jednostek.

Na rysunku 8.1 zaprezentowano wyniki akceptowania *nudges* według płci respondentów. Pod tym względem dostrzegane jest dość duże zróżnicowanie akceptacji dla analizowanych instrumentów. Ogólny wskaźnik aprobaty przez kobiety wszystkich analizowanych *nudges* wynosi 68,8% (por. tabela 8.2) i jest o 5,4 pp. większy niż u mężczyzn. Wprawdzie uzyskane wyniki pokazały, że średnio 13 z 15 wskazanych w ankiecie instrumentów zostało zatwierdzonych zwykłą większością głosów respondentów każdej z płci, to jednak tu także widoczne są różnice.



Rysunek 8.1. Akceptacja wybranych instrumentów polityki publicznej według płci respondentów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Zarówno respondenci płci żeńskiej, jak i męskiej zwykłą większością głosów nie zaakceptowali instrumentu nr 9 (opcja domyślna dotycząca pobierania określonej kwoty w ramach biletów lotniczych w celu wyrównania emisji dwutlenku węgla). Dodatkowo wśród ankietowanych kobiet poparcia zwykłą większością głosów nie uzyskał także instrument nr 11 (opcja domyślna dotycząca datku na rzecz organizacji dobroczynnej w zeznaniu podatkowym), a niewiele więcej niż połowa ankietowanych mężczyzn wyraziła swoją akceptację dla niego (50,2%). Drugim z instrumentów niepopieranym przez mężczyzn zwykłą większością głosów jest reklama podprogowa, która jednak uzyskała akceptację 51,3% ankietowanych kobiet.

Biorąc pod uwagę wszystkie analizowane instrumenty, wyższy wskaźnik akceptacji (aprobaty) kobiet niż mężczyzn zauważalny jest dla 13 *nudges* i tylko w przypadku pozostałych dwóch (nr 4 i 11) sytuacja jest odwrotna, czyli większa część ankietowanych mężczyzn niż badanych kobiet wyraziła poparcie dla nich (odpowiednio o 5,2 pp. i 4 pp.). Ponad 80% ankietowanych kobiet akceptuje sześć z analizowanych instrumentów (nr 2, 5, 6, 7, 10, 15), a tyle samo mężczyzn jedynie dwa z nich (nr 6 i 7). W przypadku tych dwóch instrumentów różnice w poziomie wskaźnika ich akceptowalności przez kobiety i mężczyzn są niewielkie i wynoszą ok. 3,5–4 pp. Najmniejsze różnice poparcia między ankietowanymi kobietami i mężczyznami widoczne są w przypadku dwóch instrumentów nr 12 (2,6 pp.) i 13 (2,4 pp.), a największe w przypadku czterech instrumentów: 15 (17,1 pp.), 5 (12,7 pp.), 2 (11,4 pp.) oraz 14 (10,4 pp.).

Być może tak duże różnice w akceptowaniu tych czterech *nudges* można wyjaśnić innymi dodatkowymi wynikami przeprowadzonej ankiety. Wskazały one, że w porównaniu z ankietowanymi kobietami respondenci płci męskiej:

- częściej w tygodniu jedzą mięso (trzykrotnie więcej ankietowanych mężczyzn niż kobiet jada mięso codziennie), dlatego zdecydowanie mniej akceptują wprowadzenie dnia bezmięsnego w placówkach żywienia zbiorowego (instrument nr 15),
- częściej (o połowę) oceniają swój stan zdrowia jako doskonały i rzadziej mają duże obawy (o 10 pp.) dotyczące przyszłego stanu swojego zdrowia, dlatego mniej z nich popiera umieszczanie najzdrowszych produktów w dobrze widocznych miejscach sklepów (instrument nr 5) oraz graficzne oznakowanie zdrowych i niezdrowych produktów (instrument nr 2),
- są bardziej skłonni do podejmowania ryzyka, co jest wielokrotnie potwierdzaną hipotezą, czyli zgodnie z teorią perspektywy silniej mogą doczuwać stratę, jaką może być dla nich brak słodczy przy kasach, chociaż ich indeks BMI (26,5) jest wyższy niż u kobiet (25,6), co wskazuje na większą otyłość u męskiej części respondentów.

Oczywiście te przypuszczenia wymagają dalszych pogłębionych badań. Biorąc jednak pod uwagę pozostałe analizowane zmienne niezależne, stanowiące cechy badanej zbiorowości, na podstawie wyników zamieszczonych w tabelach 8.2 i 8.3 wskazać należy, że w porównaniu z pozostałymi respondentami z danej kategorii cechy mniejsze poparcie dla *nudges* wykazują nie tylko mężczyźni, ale także osoby:

- w okresie wczesnej dorosłości (25–34 lata),
- zamieszkujące wieś,
- mające najniższe wykształcenie,
- niemające dzieci,
- których miesięczny dochód netto w gospodarstwie domowym znajdował się w pierwszym przedziale dochodowym (do 1 tys. zł)¹,
- głosujące w ostatnich wyborach na Konfederację (pozycja L-GAL),
- o liberalnych przekonaniach politycznych.

Ważne jest także, czy wskazane wyżej różnice poparcia *nudges* mają znaczenie statystyczne. W tabeli 8.4 zaprezentowano wyniki obliczeń funkcji CHI.TEST programu Excel MS dla różnych charakterystyk próby badawczej. W przypadku predyktora płeć na podstawie tych wyników należy odrzucić hipotezę H₀, co oznacza, że przy założonym poziomie istotności płeć ma znaczenie dla akceptowania analizowanych instrumentów BPP. Nie jest to jedyny związek między badanymi zmiennymi charakteryzującymi populację a postawami wobec analizowanych instrumentów BPP.

¹ W październiku 2020 roku średnie wynagrodzenie netto w Polsce wynosiło 3938 zł (GUS, 2021).

Hipotezę zerową o braku związku należy odrzucić także dla wieku i wielkości miejscowości zamieszkania respondentów. Wykształcenie, posiadanie dzieci i poziom dochodu gospodarstwa domowego nie są natomiast statystycznie istotnymi predyktorami postaw wobec *nudges*. Okazuje się także, że postawy wobec badanych 15 *nudges* nie są związane z preferencjami i poglądami politycznymi respondentów (tabela 8.5).

Dodatkowym uzasadnieniem, dlaczego płeć i inne wybrane charakterystyki Polaków są związane z akceptowaniem badanych instrumentów interwencji behawioralnych (czyli są istotnie statystycznymi zmiennymi różnicującymi uzyskane wskaźniki poparcia dla *nudges*) mogą być wartości zmiennych ToZw, ToZi i ToŚ zamieszczone w tabelach 8.4 i 8.5. Można potraktować je jako określające świadomość skali problemu, który proponuje się rozwiązać dzięki zastosowaniu analizowanych *nudges*.

Polacy umiarkowanie martwią się swoim przyszłym stanem zdrowia (ToZw), chociaż – jak wskazano wcześniej – kobiety wykazują większą troskę w tym względzie. Jedyne 17% populacji wykazało w badaniu duże obawy o przyszły stan swojego zdrowia. Generalnie jednak zróżnicowanie obaw o własne zdrowie wśród Polaków nie jest duże, na co wskazuje wartość odchylenia standardowego dla całej próby badawczej oraz $V \approx 27\%$. Biorąc pod uwagę pozostałe analizowane cechy zbiorowości (zmiennie niezależne z pierwszej grupy), wskazać należy, że w porównaniu z pozostałymi osobami wyróżnionymi według kategorii tych cech większe obawy o własne zdrowie wykazują kobiety oraz osoby:

- mające więcej niż 55 lat,
- mieszkające w wielkich miastach,
- z wykształceniem średnim i wyższym,
- mające dzieci,
- których miesięczny dochody netto w gospodarstwie domowym znajdował się w ostatnim z analizowanych przedziałów dochodowych (powyżej 10 tys. zł),
- głosujące w ostatnich wyborach parlamentarnych na Koalicję Obywatelską (spektrum P-GAL) oraz SLD + Wiosna Roberta Biedronia + Lewica Razem (pozycja L-GAL),
- mające raczej liberalne przekonania polityczne.

Potencjalnie te grupy osób mogą być bardziej gotowe i skłonne do podjęcia decyzji o zdrowotnym zachowaniu, wzmacnianych przez wskazówki do działania zawarte w *nudges* oraz do akceptowania tych instrumentów mających prozdrowotne cele.

Nieco bardziej Polacy martwią się przyszłym stanem zdrowia swoich krewnych i znajomych (zmienna ToZi), a kobiety ponownie wykazują większą troskę w tym względzie. Ponad jedna piąta populacji ma duże obawy o przyszłe zdrowie

swoich bliskich. Wśród Polaków zróżnicowanie obaw o zdrowie innych jest jednak mniejsze niż o zdrowie własne, na co wskazują wartość odchylenia standardowego dla całej próby badawczej oraz $V \approx 25\%$. Biorąc pod uwagę analizowane cechy zbiorowości, wnioskować można, że w porównaniu z pozostałymi osobami wyróżnionymi według kategorii tych cech mniejsze obawy o zdrowie krewnych i przyjaciół wykazują mężczyźni oraz osoby:

- pełnoletnie do 24. roku życia,
- zamieszkujące wieś,
- z wykształceniem podstawowym i zawodowym,
- bezdzietne,
- których miesięczny dochody netto w gospodarstwie domowym nie przekroczył 1 tys. zł,
- głoszące w ostatnich wyborach parlamentarnych na Konfederację,
- o bardzo konserwatywnych poglądach politycznych.

Potencjalnie te grupy osób mogą być mniej skłonne do akceptowania *nudges* mających promować zdrowe zachowania.

Obawy Polaków o środowisko (zmienna ToŚ), ogólnie ujmując, są umiarkowanie wysokie. Jedynie 17% populacji wykazuje duże obawy o środowisko naturalne. Polacy są nieco zróżnicowani pod względem tych obaw, na co wskazuje wartość odchylenia standardowego dla całej próby badawczej oraz $V \approx 28\%$. Biorąc pod uwagę cechy zbiorowości (analizowane zmienne niezależne), zauważyć można, że w porównaniu z pozostałymi osobami wyróżnionymi według kategorii tych cech mniejsze obawy o środowisko mają mężczyźni oraz osoby:

- w pierwszym etapie wczesnej dorosłości (25–34 lata),
- zamieszkujące wieś,
- mające najniższe wykształcenie,
- niemające dzieci,
- których miesięczny dochód netto w gospodarstwie domowym znajdował się w pierwszym przedziale dochodowym lub 5–7,5 tys. zł,
- głoszące w ostatnich wyborach na Konfederację,
- o bardzo konserwatywnych przekonaniach politycznych.

Potencjalnie te grupy osób mogą być mniej świadome wpływu własnych działań na środowisko i mieć ograniczone poczucie moralnego obowiązku podejmowania działania na rzecz środowiska. Z tego powodu mogą być mniej skłonne do popierania *nudges* promujących cele ochrony środowiska.

Analizowane w badaniach *nudges* mogą być różnie klasyfikowane zgodnie z ich typami i rodzajami przedstawionymi w rozdziale 7. Jak zaznaczono, klasyfikacje te nie są jednak wyłączne. Na przykład wymieniony w tabeli 8.1 jako pierwszy

z rozpatrywanych instrumentów – wymagania rządu dotyczące etykiet kaloryczności posiłków w fastfoodach – należy do kategorii jawnych, czyli przejrzystych, dostarcza informacji decyzyjnych, sprzyja świadomej deliberacji, uruchamiając refleksyjny system myślenia (System 2), służy realizacji dobra jednostki (jest *pro-self nudge*), ale jednocześnie powinien zapewnić redukcję kosztów zewnętrznych złego odżywiania się (kosztów walki z otyłością i utratą z tego tytułu jakości zdrowia ponoszonych przez społeczeństwo). Dlatego uznany powinien być także prospołeczny charakter tego instrumentu, gdyż ma on na celu rozwiązywanie nie tylko behawioralnego problemu ekonomicznego (niezdrowe odżywianie się jednostek), ale także konwencjonalnego problemu ekonomicznego (ograniczonych środków publicznych, które mogą być przeznaczone na ochronę zdrowia). Podobnie jest także z innymi analizowanymi instrumentami.

W dalszej analizie wykorzystano trzy kryteria klasyfikacji analizowanych 15 *nudges*. Pierwsze dzieli analizowane instrumenty według dwóch systemów myślenia i zostało wymienione w tabeli 6.1. Pozostałe dwa kryteria, których nie ukazano w tabeli 6.1, umożliwiają podział instrumentów na innym poziomie szczegółowości: według typu ich oddziaływania (głębokości oddziaływania, intruzji) oraz sfery implementacji (ochrona życia i zdrowia, ekologia – ochrona środowiska). Wyznaczają one doniosłość celu interwencji i zasadność środków zastosowanych do jego osiągnięcia, które mogą wpływać nie tylko na poziom akceptowania każdego konkretnego *nudges*, ale także ich wyróżnionych grup.

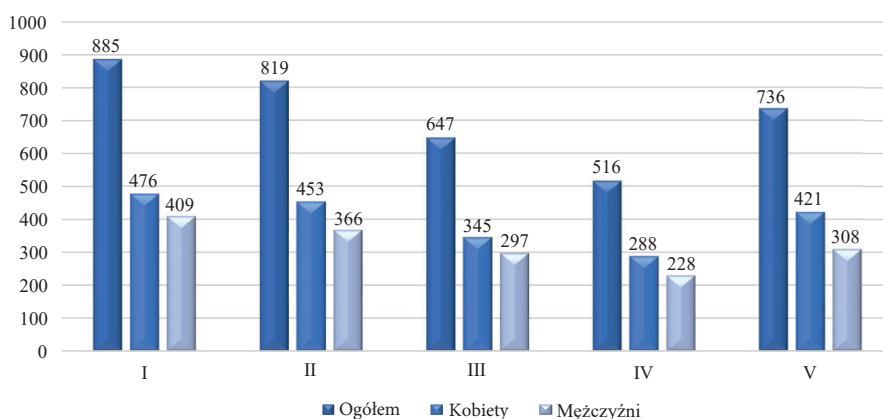
Analizowane instrumenty polityki publicznej charakteryzują się różnymi poziomami głębokości interwencji publicznej w życie ludzi i pod tym względem sklasyfikowano je na pięć grup (Loibl i in., 2018; Sunstein i in., 2018):

- I grupa – kampanie informacyjne (nr 6 i 7),
- II grupa – obowiązkowe etykiety informacyjne (uproszczenia i ujawnianie informacji) (nr 1, 2, 10 i 12),
- III grupa – zasady (opcje) domyślne (nr 3, 4, 5, 9, 11 i 13),
- IV grupa – obowiązkowa reklama podprogowa (nr 8),
- V grupa – interwencje w architekturę wyboru (nr 14 i 15).

Dla każdej z tych grup obliczono średni poziom akceptowania zaliczonych do niej instrumentów, a wyniki przedstawiono na rysunku 8.2 (liczba akceptujących) i w tabeli 8.6 (wskaźnik akceptacji).

Najwyższy poziom poparcia respondentów otrzymały najmniej inwazyjne rządowe kampanie informacyjne (grupa I – ponad 83%) oraz wymogi nałożone przez władze publiczne dotyczące ujawniania informacji (grupa II – prawie 77%). Interesujące jest to, że najmniejsze poparcie wśród wyróżnionych grup instrumentów, pomijając mającą manipulacyjny charakter reklamę podprogową, która nie jest *nudge*, otrzymały opcje (ustawienia) domyślne, które są ważnym elementem architektury

wyboru i często stosowane są z powodzeniem w innych krajach w ramach polityki behawioralnej (Benartzi i in., 2017; Afif i in., 2019). Jest to najliczniejsza grupa analizowanych *nudges* będących obowiązkowymi zasadami dotyczącymi niewykonania zobowiązań nałożonych przez rządy. Tak niskie poparcie dla całej grupy tych narzędzi może wynikać stąd, że dwie spośród należących do niej opcji domyślnych, jak wskazano wyżej, nie znalazły poparcia większości badanych. Z powodu powiązania ich z poniesieniem kosztów przez jednostki (instrumenty 9 i 11) oraz ograniczeniem indywidualnego dobrobytu jednostek na rzecz innych większość ankietowanych jest przeciwna skutkom wynikającym z tych opcji, co prowadzi do ich nieakceptowania oraz obniża wskaźnik akceptacji dla całej grupy III.



Rysunek 8.2. Poparcie dla grup instrumentów polityki publicznej wyróżnionych według głębokości oddziaływania (liczba akceptujących)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Badania ankietowe przeprowadzone w Polsce na przełomie lutego i marca 2019 roku przez Polski Instytut Badawczy wskazują, że w praktyce urzędy publiczne (departamenty i biura w centralach urzędów rządowych) dość rzadko wykorzystują ustawienia domyślne. Jedyne 17% badanych jednostek je stosowało wobec 77% wykorzystujących uproszczenia informacji (Śliwowski i Wincewicz-Price, 2019, s. 19 i 56). Jak podkreślają autorzy tych badań, w bardzo wielu działaniach publicznych należy zaprojektować jakiś stan początkowy lub opisać, co się stanie, gdy obywatele nie podejmą żadnych działań. Ustawienia domyślne to szczególnie przypadek zastosowania instrumentów behawioralnych, a twórcy polityki publicznej, kierując się przy tym społecznie pożądanym stanem lub działaniem, powinni świadomie je wybierać oraz stosować je jako rozwiązania proste i łatwo dostępne (Śliwowski i Wincewicz-Price, 2019, s. 30).

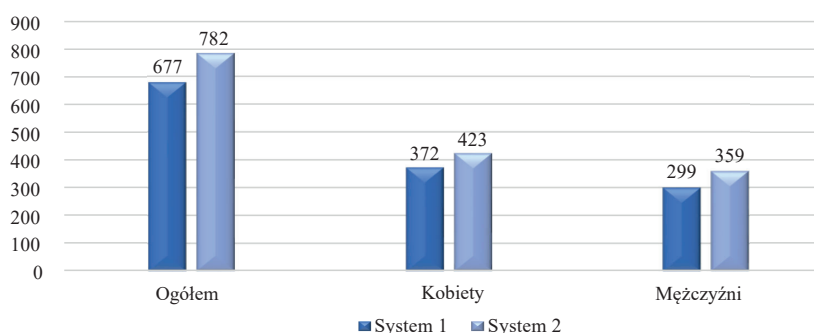
Przy ocenie poziomu akceptowania tych grup instrumentów według płci respondentów ponownie widoczna jest różnica między kobietami i mężczyznami. W przypadku opcji domyślnych (grupa III) różnica ta jest niewielka (2,4 pp.), za to w przypadku grupy V już bardzo zdecydowana – o 13,7 pp. więcej respondentów płci żeńskiej akceptuje interwencje w architekturę wyborów. Może to świadczyć o większym dla kobiet niż mężczyzn subiektywnym znaczeniu celu *nudges* należących do tej grupy oraz większym przyzwoleniu na sugerowane w nich sposoby ich osiągnięcia.

Biorąc pod uwagę pozostałe wykorzystane zmienne charakteryzujące próbę badawczą, zauważyć można, że w porównaniu z pozostałymi osobami wyróżnionymi według kategorii tych charakterystyk większe poparcie dla grup *nudges* wyróżnionych według głębokości interwencji wykazują:

- grupa I (informacyjne kampanie publiczne) – osoby w wieku 55 lat i starsze, z wielkich miast, z wyższym wykształceniem, mające dzieci, których gospodarstwa domowe dysponują dochodem w wysokości wyższej niż 7,5 tys. zł do 10 tys. zł, głoszące w ostatnich wyborach na SLD + Wiosna Roberta Biedronia + Lewica Razem (pozycja L-GAL) i mające konserwatywne poglądy polityczne,
- grupa II (wymogi dotyczące ujawniania i upraszczania informacji) oraz grupa III (opcje domyślne) – osoby z najstarszej grupy wiekowej, mieszkańcy dużych miast, mający wyższe wykształcenie oraz dzieci, których gospodarstwa domowe dysponują dochodem powyżej 10 tys. zł, głoszące w ostatnich wyborach na koalicję Prawo i Sprawiedliwość + Solidarna Polska + Porozumienie (pozycja R-TAN) i mające konserwatywne poglądy polityczne,
- grupa V (interwencje w architekturę wyborów) – osoby w wieku 55 lat i starsze, z wielkich miast, z wyższym wykształceniem, mające dzieci, których gospodarstwa domowe dysponują dochodem wyższym niż 10 tys. zł, głoszące w ostatnich wyborach na SLD + Wiosna Roberta Biedronia + Lewica Razem (pozycja L-GAL) i deklarujące raczej konserwatywne poglądy polityczne.

Badania istnienia zależności między analizowanymi zmiennymi testem parametrycznym χ^2 wskazują, że jednak nie wszystkie zmienne socjodemograficzne mają związek z postawami respondentów wobec tych grup *nudges* (tabele 8.8 i 8.9). Ich akceptacja związana jest z płcią respondentów (grupa II i V), wiekiem (wszystkie grupy oprócz IV), wykształceniem (grupy I, II, IV i V), posiadaniem dzieci (grupy I, II i V) oraz dochodami (grupa IV). Preferencje polityczne nie mają natomiast związku z akceptacją *nudges* z grupy II i IV, a poglądy polityczne – z poparciem dla grupy II i III.

Na rysunku 8.3 przedstawiono liczbę respondentów akceptujących *nudges* z uwzględnieniem podziału na uruchamiające System 1 i angażujące System 2 myślenia zaproponowanego przez J. Beshearsa i H. Kosowsky’ego (2020) lub inaczej – w podziale zaproponowanym przez C. Sunsteina i L. Reisch (2019) na nieedukacyjne i edukacyjne. Jeśli *nudge* jest ukierunkowany na celową, przemyślaną, opartą na zasadach ocenę i aprobatę, zaliczany jest do edukacyjnych, pobudzających System 2. Jeśli ma na celu automatyczne, intuicyjne, często nieświadome procesy i pasywne podejmowanie decyzji, czyli uruchamia System 1, zaliczany jest jako instrument nieedukacyjny.



Rysunek 8.3. Akceptacja instrumentów polityki publicznej według dwóch systemów myślenia (liczba akceptujących)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Obie grupy *nudges* uzyskały akceptację respondentów zwykłą większością głosów, jednak zdecydowanie większe poparcie znalazły instrumenty oddziałujące na System 2, czyli edukacyjne (o ponad 11,7 pp.), co sugeruje mniejsze kontrowersje ich dotyczące w porównaniu z *nudges* Systemu 1. Jest to widoczne zarówno w grupie badanych kobiet, jak i mężczyzn, ale tu także dostrzegalne są wyraźne różnice (tabela 8.6). Chociaż kobiety zdają się bardziej pozytywnie niż mężczyźni oceniać zarówno nieedukacyjne, jak i edukacyjne *nudges*, to różnica wysokości wskaźnika akceptowania tych dwóch grup instrumentów przez kobiety jest zdecydowanie mniejsza (11 pp.) niż w przypadku respondentów przeciwnej płci (13,6 pp.). Może to być spowodowane tym, że ankietowane kobiety odczuwają większą niż mężczyźni swobodę wyboru i kontroli, jeśli chodzi o przebieg swojego życia (w siedmiostopniowej skali Likerta $M = 4,6$, a $SD = 1,23$ dla kobiet wobec $M = 4,4$ oraz $SD = 1,24$ dla mężczyzn), dlatego skłonne są bardziej akceptować obie grupy instrumentów.

Mniejsze kontrowersje dla *nudges* pobudzających refleksyjny system myślenia zdają się także wykazywać osoby (tabele 8.6 i 8.7):

- najstarsze (ostatnia grupa wiekowa),
- zamieszkujące duże miasta,
- z wyższym wykształceniem,
- mające dzieci,
- o wysokim poziomie dochodu gospodarstwa domowego (7,5–10 tys. zł),
- deklarujące oddany głos w wyborach parlamentarnych na koalicję SLD + Wiosna Roberta Biedronia + Lewica Razem,
- o raczej konserwatywnych poglądach.

Wyniki nieparametrycznego testu χ^2 wskazują, że jedynie płeć, wiek i sympatie polityczne są zmiennymi wykazującymi związek z postawą respondentów wobec grupy instrumentów uruchamiających refleksyjny system myślenia.

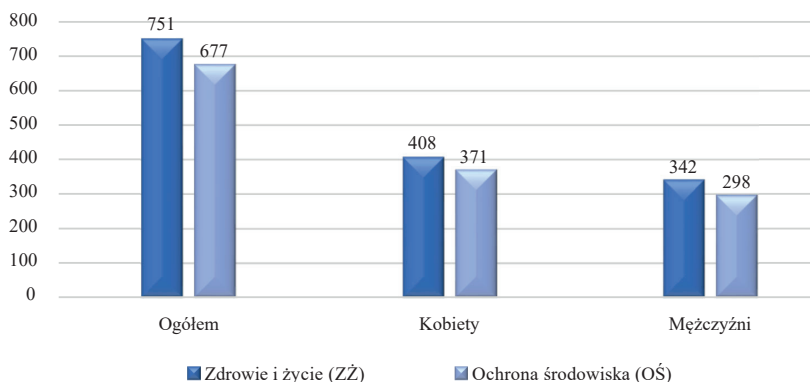
Analizowane w badaniach *nudges* odnoszą się do dwóch ważnych problemów zarówno indywidualnych, jak i społecznych: dbałości o zdrowie i życie oraz ochrony środowiska. Ich akceptacja (lub jej brak) może wynikać nie tylko z oceny ważności celu proponowanych interwencji behawioralnych, ale może być także związana z wyznawanymi przez respondentów normami i wartościami, odnoszącymi się do tych dwóch kwestii oraz z ich świadomością skali problemu, który mógłby być rozwiązany proponowanymi interwencjami BPP. Z tego punktu widzenia można zatem podzielić analizowane instrumenty na dwie grupy:

- mające na celu poprawę zdrowia i życia (nr 1, 2, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 14) – zdrowie i życie (grupa ZZ),
- mające na celu poprawę ochrony środowiska naturalnego (nr 3, 9, 13, 15) – ochrona środowiska (grupa OŚ).

Pewne wątpliwości może budzić zaliczenie do pierwszej z tych grup instrumentów nr 4 i 11, a do drugiej – nr 15, ale wyjaśnienie przedstawione niżej wydaje się uzasadniać ten wybór.

Składana po uzyskaniu prawa jazdy deklaracja (zobowiązanie publiczne) dotycząca stania się dawcą narządów (instrument nr 4), pozwalająca na liczniejsze pozyskiwanie organów od uczestników śmiertelnych wypadków, z pewnością ma na celu ogólną poprawę zdrowia publicznego. Natomiast uwzględnienie w deklaracjach podatkowych (zobowiązanie publiczne), że ludzie chcą przekazać ustaloną z góry kwotę darowizny (np. 50 zł, ale mogą dobrowolnie z tego zrezygnować) na rzecz ważnego celu (instrument nr 11), oznacza, że pozostawia się im wolność wyboru, czy chcą mieć wpływ na zmianę redystrybucji dochodów, a tym samym także na warunki życia innych osób.

Wprowadzenie dnia bezmięsnego w tygodniu w stołówkach zbiorowego żywienia (instrument nr 15) spowodować może bardzo nieznaczną poprawę zdrowia osób z nich korzystających, jeśli tylko ten jeden ich posiłek (spożyty w stołówce) w ciągu tygodnia będzie bezmięśny. Natomiast wprowadzenie takiego dnia we wszystkich placówkach zbiorowego żywienia w danym kraju (np. w Polsce) pozwoliłoby na zsumowanie jednostkowych drobnych zmian behawioralnych w mające duży efekt popytowy ograniczenie spożycia mięsa, a tym samym zmniejszenie szkodliwych dla środowiska efektów hodowli zwierząt rzeźnych. Jest to klasyczny przykład argumentu, że „niewielkie efekty mogą sumować się w istotne dla polityki konsekwencje na dużą skalę” (Cialdini i in., 2015).



Rysunek 8.4. Poparcie dla grup instrumentów polityki publicznej wyróżnionych według problemu, którego dotyczą (liczba akceptujących)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Instrumenty mające na celu poprawę zdrowia i życia (grupa ZŻ) są akceptowane przez większą liczbę respondentów, bez względu na płeć, niż te, których celem ma być potencjalna poprawa ochrony środowiska (grupa OŚ) (rysunek 8.4). Wskaźnik poparcia dla tych dwóch grup *nudges* (tabela 8.6) wskazuje ponownie, że większa część ankietowanych kobiet niż mężczyzn akceptuje obie grupy instrumentów BPP (o 6,7 pp. dla grupy ZŻ i o 7 pp. dla grupy OŚ). Poparcie kobiet dla tych dwóch grup *nudges* jest także mniej zróżnicowane (o 6,5 pp.) niż poparcie wśród mężczyzn (o 8,8 pp.). Może to wynikać nie tylko z powodów wspomnianych wcześniej w rozdziale (różnic w zachowaniach żywieniowych, ocenie stanu zdrowia i skłonności do ryzyka), ale także różnego postrzegania dwóch norm społecznych troski o zdrowie i troski o środowisko, opisanych w poprzednim rozdziale, a traktowanych w przeprowadzonej analizie jako pomocnicze zmienne objaśniające.

Większa aprobatą celów wspieranych przez te dwie grupy *nudges* oraz sugerowanych środków ich osiągnięcia dostrzegalna jest nie tylko wśród kobiet, ale także wśród respondentów (tabela 8.6 i 8.7):

- najstarszych (55 lat i więcej),
- mających wyższe wykształcenie,
- mieszkańców dużych miast,
- mających dzieci,
- których gospodarstwa domowe dysponują stosunkowo wysokim poziomem dochodu netto (przedostatnia i ostatnia grupa dochodowa),
- deklarujących raczej konserwatywne poglądy.

Różni ich natomiast wyrażone w ostatnich wyborach poparcie dla ugrupowań i partii politycznych. Największa część osób aprobujących grupę narzędzi ZŻ głosowała na koalicję, której przewodzi PiS, a grupę narzędzi OŚ – na koalicję SLD + Wiosna + Lewica Razem. W tym miejscu przypomnieć należy, że w 100% wymienione wyżej charakterystyki respondentów (płeć, wiek, miejsce zamieszkania, posiadanie dzieci, poziom dochodu) wykazujących wysoki wskaźnik aprobaty dla tych dwóch grup instrumentów BPP pokrywają się z charakterystykami osób wykazujących największą troskę o zdrowie i środowisko naturalne. Można zatem wnioskować, że osoby mające większe obawy o zdrowie i środowisko są bardziej skłonne do akceptowania tych dwóch grup instrumentów. Natomiast zupełnie nie pokrywają się ich preferencje i poglądy polityczne. To osoby o poglądach konserwatywnych w większości akceptują te grupy *nudges*, przejawiając mniej troski o zdrowie i środowisko, podczas gdy osoby o poglądach liberalnych wykazują wyższy poziom obaw związanych z problemami zdrowia i środowiska, ale są mniej skłonne do aprobowania *nudges* jako instrumentów polityki publicznej.

Wartości parametru p (tabele 8.8 i 8.9) wskazują na brak statystycznie istotnej zależności pomiędzy:

- dochodami gospodarstwa domowego, płcią, wielkością miejscowości zamieszkania, wykształceniem, posiadaniem dzieci i sympatiami politycznymi respondentów a ich postawą wobec *nudges* tworzących grupę instrumentów ZŻ,
- dochodami gospodarstwa domowego, wielkością miejscowości zamieszkania i poglądami politycznymi respondentów a ich postawą wobec *nudges* tworzących grupę instrumentów OŚ.

Tabela 8.2. Wskaźniki akceptacji analizowanych *mudges* według charakterystyk respondentów

Wyszczególnienie		Numer instrumentu															Średnia
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Płeć	kobieta	80,5	77,8	69,6	55,0	83,0	83,7	86,1	51,3	47,7	83,7	46,1	61,2	67,2	69,8	80,3	68,8
	mężczyzna	73,7	66,4	65,6	60,2	70,3	80,3	82,2	45,4	43,2	78,4	50,2	58,7	64,8	59,4	63,2	63,4
Wiek	18–24 lata	64,6	69,5	69,4	57,5	68,3	71,0	75,4	44,0	43,0	76,3	42,7	48,8	64,2	57,8	70,3	61,5
	25–34 lata	63,1	73,7	60,9	46,0	61,8	76,7	76,3	51,6	45,3	73,3	43,6	54,6	59,4	59,1	62,4	60,5
	35–44 lata	71,0	77,7	64,3	56,3	76,8	69,4	84,1	53,0	39,4	76,9	54,1	67,1	61,7	67,3	69,9	65,9
	45–54 lata	74,7	79,7	74,7	58,3	83,3	90,5	87,2	41,4	44,8	85,7	45,3	61,4	62,5	60,3	70,8	68,0
	55 lat lub więcej	80,8	81,2	68,8	64,7	86,8	91,6	91,4	50,3	50,4	87,9	51,7	63,9	75,4	72,9	81,0	73,3
Wielkość miejscowości zamieszkania	wieś	67,7	71,6	64,5	59,5	74,0	79,0	82,3	46,3	45,2	75,5	49,0	57,0	62,8	63,3	67,4	64,3
	małe miasto	78,9	79,3	69,5	57,5	75,1	84,1	88,5	47,1	51,6	83,6	37,0	55,9	61,2	60,7	76,8	67,1
	średnie miasto	71,8	76,2	69,0	58,5	78,7	83,4	81,9	52,4	39,6	88,4	44,6	60,2	70,5	65,4	76,6	67,8
	duże miasto	74,4	82,5	72,3	57,4	78,9	83,6	83,3	54,8	46,6	82,7	52,5	69,5	68,3	71,2	70,6	69,9
	wielkie miasto	77,7	86,6	66,5	49,2	82,6	85,1	91,2	41,4	48,5	82,5	56,0	59,5	71,2	64,0	77,0	69,3
Wykształcenie	podstawowe/zawodowe	62,6	66,1	60,1	54,8	73,3	73,3	74,8	41,8	40,4	72,5	45,0	50,6	58,2	60,3	68,0	60,1
	średnie	75,4	78,6	65,9	58,9	78,9	83,0	85,5	50,4	46,3	83,2	47,2	59,0	67,4	59,6	73,6	67,5
	wyższe	74,1	81,6	73,6	57,2	76,9	85,6	87,9	49,9	47,4	83,5	50,6	66,0	68,9	73,0	72,8	69,9
Posiadanie dzieci	tak	75,9	78,5	68,1	57,3	80,9	85,2	87,0	49,3	47,4	83,5	48,2	62,3	68,2	66,7	75,6	69,0
	nie	65,7	75,0	66,9	57,6	69,8	76,2	79,1	46,9	42,1	76,9	47,8	55,7	62,2	61,5	65,8	63,3
Dochód netto gospodarstwa domowego	do 1000 zł	52,0	68,2	50,0	50,0	65,4	74,0	70,7	27,0	22,8	63,4	46,3	51,1	54,5	73,2	60,0	54,6
	1001–2000 zł	74,2	70,5	54,7	54,7	83,1	77,9	82,4	49,4	48,5	80,1	48,4	53,6	67,7	59,3	71,7	64,8
	2001–3000 zł	72,2	66,5	60,9	60,9	85,0	79,4	88,2	49,1	49,0	77,2	45,7	63,7	73,4	62,8	83,7	67,7
	3001–4000 zł	75,9	78,5	54,6	54,6	77,9	82,7	82,7	44,0	42,3	79,7	51,0	55,2	65,9	65,8	75,2	65,5
	4001–5000 zł	78,9	85,0	63,5	63,5	82,6	86,1	86,8	65,5	53,8	83,2	52,9	69,6	74,7	74,4	78,9	74,6
Dochód netto gospodarstwa domowego	5001–7500 zł	66,2	83,1	60,2	60,2	66,7	82,7	86,5	48,6	48,9	86,0	48,7	60,0	64,0	66,0	70,1	66,6
	7501–10 000 zł	74,8	79,6	61,5	61,5	75,9	97,6	91,8	45,0	40,9	90,9	49,3	67,3	65,9	75,1	69,8	69,9
	powyżej 10 000 zł	82,6	78,0	76,4	76,4	64,4	91,8	87,7	53,0	46,3	93,1	45,9	62,5	67,8	66,9	73,8	71,1
odmawiam odpowiedzi	70,7	78,8	69,0	50,0	75,5	77,5	80,0	44,2	42,3	79,6	44,4	56,1	58,5	56,2	62,3	63,0	

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Tabela 8.3. Wskaźniki akceptowania analizowanych *nudges* według preferencji i poglądów politycznych respondentów

Wyszczególnienie	Numer instrumentu															Średnia	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
Sympatie polityczne	Prawo i Sprawiedliwość + Solidarna Polska + Porozumienie	78,9	79,5	71,0	59,4	81,8	87,3	89,5	55,2	49,9	85,1	68,7	69,1	67,8	75,3	71,5	
	Koalicja Obywatelska (PO + Nowoczesna + Inicjatywa Polska + Zieloni)	79,5	79,6	72,6	60,5	80,3	88,2	91,1	40,4	51,2	87,2	43,9	59,0	69,3	68,1	74,1	69,6
	SLD + Wiosna Roberta Biedronia + Lewica Razem, czyli Partia Razem, Unia Pracy, RSS	74,8	84,9	70,5	56,7	82,2	89,8	93,4	41,9	48,3	86,8	44,5	63,0	74,2	70,2	80,0	70,8
	PSL + Kukiz 15	80,1	79,7	65,9	59,8	78,5	85,0	86,1	48,3	42,5	80,2	54,0	68,2	54,9	67,4	80,7	68,8
	Konfederacja (KORWIN + Ruch Narodowy)	72,6	80,6	62,7	45,8	66,6	76,1	80,5	46,7	36,2	77,9	34,8	55,8	56,7	56,5	53,7	60,2
	inne ugrupowanie	74,6	79,8	67,6	48,2	85,8	89,4	77,7	48,7	40,2	86,2	62,7	53,7	47,1	61,7	59,7	65,5
	bardzo konserwatywne (prawicowe)	77,2	75,7	75,8	46,2	79,5	85,2	86,5	64,1	44,6	81,9	55,2	68,0	64,5	73,9	70,2	69,9
	konserwatywne	75,9	87,3	73,7	67,4	81,0	91,8	93,6	47,8	47,3	86,1	53,9	63,2	69,7	60,7	81,8	72,1
	raczej konserwatywne	69,3	86,0	68,7	64,1	79,5	79,5	84,3	57,8	46,7	78,2	57,6	73,6	73,6	67,7	83,5	71,3
	trudno powiedzieć, trochę konserwatywne, a trochę liberalne	71,5	75,7	65,2	57,7	77,1	82,0	84,0	47,4	48,4	83,2	46,1	58,8	66,2	63,9	71,3	66,6
	raczej liberalne	73,8	78,5	65,2	48,0	82,8	85,9	85,7	39,0	43,5	81,1	44,2	61,9	59,5	69,6	66,2	65,7
	liberalne	70,6	82,6	65,8	53,9	72,4	82,0	91,5	37,6	39,8	79,0	44,1	54,5	71,0	60,9	67,2	64,9
	bardzo liberalne (lewicowe)	66,1	66,1	67,0	65,9	72,0	74,1	78,3	58,2	45,3	71,4	46,0	62,5	62,3	67,9	70,2	64,9
	odmawiam odpowiedzi	76,1	68,5	73,0	55,7	71,8	74,2	69,6	54,5	38,9	77,2	49,4	51,2	60,7	64,5	71,7	63,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Tabela 8.4. Zależność charakterystyk i postaw respondentów wobec analizowanych *nudges* oraz podstawowe miary statystyczne dla pomocniczych zmiennych

Wyszczególnienie		Wyniki testu χ^2 (wszystkie instrumenty)		Zmienne pomocnicze							
				ToZw			ToZi			ToS	
				M	SD		M	SD		M	SD
Płeć	kobieta	5,4	1,33		5,5	1,35		5,4	1,29		
	mężczyzna	5,0	1,44	H1	5,1	1,30		4,9	1,46		
Wiek	18-24 lata	4,7	1,28		5,0	1,37		4,8	1,34		
	25-34 lata	4,9	1,36		5,1	1,38		4,7	1,38		
	35-44 lata	4,9	1,53	H1	5,0	1,46		5,0	1,41		
	45-54 lata	5,4	1,32		5,6	1,31		5,2	1,46		
	55 lat lub więcej	5,6	1,31		5,6	1,20		5,5	1,27		
Wielkość miejscowości zamieszkania	wieś	5,1	1,36		5,2	1,28		5,0	1,38		
	małe miasto	5,0	1,46		5,1	1,48		5,1	1,39		
	średnie miasto	5,3	1,45	H1	5,6	1,32		5,2	1,42		
	duże miasto	5,2	1,36		5,4	1,36		5,2	1,33		
	wielkie miasto	5,4	1,37		5,3	1,36		5,3	1,47		
Wykształcenie	podstawowe/zawodowe	5,0	1,52		4,9	1,43		4,8	1,49		
	średnie	5,2	1,43	H0	5,4	1,34		5,2	1,40		
	wyższe	5,2	1,28		5,4	1,27		5,1	1,35		
Posiadanie dzieci	tak	5,3	1,40		5,4	1,36		5,3	1,37		
	nie	4,9	1,37	H0	5,1	1,31		4,9	1,41		
Dochód netto gospodarstwa domowego	do 1000 zł	5,4	1,26		5,1	1,55		5,0	1,46		
	1001-2000 zł	5,2	1,31		5,2	1,52		5,2	1,30		
	2001-3000 zł	5,3	1,46		5,4	1,35		5,3	1,34		
Dochód netto gospodarstwa domowego	3001-4000 zł	5,4	1,43		5,4	1,48		5,1	1,40		
	4001-5000 zł	5,3	1,29	H0	5,3	1,29		5,2	1,29		
	5001-7500 zł	5,0	1,44		5,3	1,29		5,0	1,47		
	7501-10 000 zł	5,1	1,48		5,3	1,37		5,3	1,67		
	powyżej 10 000 zł	5,7	1,39		5,9	1,20		5,6	1,35		
odmawiam odpowiedzi			-	4,9	1,36		5,2	1,23	5,0	1,36	

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Tabela 8.5. Zależność postaw respondentów wobec analizowanych *nudges* od poparcia dla partii i poglądów politycznych respondentów oraz podstawowe miary statystyczne dla pomocniczych zmiennych

Wyszczególnienie	Wyniki testu χ^2 (wszystkie instrumenty)		Zmienne pomocnicze							
	wartość <i>p</i>	hipoteza	ToZw			ToZi			ToŚ	
			M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Sympatie polityczne	0,0836	H0	PiS + Solidarna Polska + Porozumienie	5,3	1,36	5,4	1,25	5,1	1,39	
			Koalicja Obywatelska (PO + Nowoczesna + Inicjatywa Polska + Zieloni)	5,5	1,21	5,6	1,19	5,4	1,42	
			SLD + Wiosna Roberta Biedronia + Lewica Razem, czyli Partia Razem, Unia Pracy, RSS	5,5	1,25	5,6	1,20	5,4	1,24	
			PSL + Kukiz 15	5,4	1,36	5,6	1,19	5,2	1,31	
			Konfederacja (KORWiN + Ruch Narodowy)	4,7	1,52	5,1	1,29	4,5	1,34	
inne ugrupowanie	5,1	1,64	5,1	1,58	5,2	1,23				
Przekonania polityczne	0,9208	H0	bardzo konserwatywne (prawicowe)	5,0	1,55	5,0	1,68	4,8	1,59	
			konserwatywne	5,2	1,50	5,3	1,35	4,9	1,35	
			raczej konserwatywne	5,3	1,33	5,4	1,29	4,8	1,44	
			trudno powiedzieć, trochę konserwatywne, a trochę liberalne	5,2	1,36	5,2	1,38	5,1	1,38	
			raczej liberalne	5,2	1,18	5,4	1,07	5,3	1,42	
			liberalne	5,3	1,22	5,5	1,14	5,5	1,27	
			bardzo liberalne (lewicowe)	5,2	1,64	5,6	1,25	5,5	1,22	
odmawiam odpowiedzi	–	–	4,8	1,62	5,2	1,51	4,6	1,43		

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Tabela 8.6. Wskaźniki akceptacji analizowanych grup nudges według charakterystyk respondentów

Wyszczególnienie		I	II	III	IV	V	System 1	System 2	ZŻ	OŚ
Ogółem		83,2	76,9	60,8	48,5	69,1	63,7	73,5	70,6	63,6
Płeć	kobieta	84,9	80,7	61,4	51,3	75,0	66,2	75,4	72,7	80,3
	mężczyzna	81,2	72,8	59,0	45,4	61,3	59,5	71,4	68,0	63,2
Wiek	18–24 lata	73,2	64,8	57,5	44,0	64,0	59,4	66,2	63,2	61,7
	25–34 lata	76,5	66,2	52,8	51,6	60,8	56,1	66,2	62,8	57,0
	35–44 lata	76,8	73,2	58,8	53,0	68,6	61,9	71,8	70,1	58,8
	45–54 lata	88,9	75,4	61,5	41,4	65,5	63,1	76,8	72,6	63,2
	55 lat lub więcej	91,5	78,4	66,3	50,3	77,0	69,6	80,2	77,3	68,9
Wielkość miejscowości zamieszkania	wieś	76,5	67,1	59,2	46,3	65,3	60,9	69,9	67,6	64,5
	małe miasto	79,6	72,1	58,6	47,1	68,8	61,7	74,1	69,1	69,5
	średnie miasto	81,1	73,5	60,2	52,4	71,0	63,5	73,9	70,6	69,0
	duże miasto	81,2	76,8	62,7	54,8	70,9	65,8	75,9	73,4	72,3
	wielkie miasto	83,9	73,8	62,3	41,4	70,5	66,5	74,4	72,3	66,5
Wykształcenie	podstawowe/zawodowe	74,1	63,0	55,3	41,8	64,2	57,9	66,4	63,3	56,7
	średnie	84,2	74,1	60,8	50,4	66,6	62,7	74,9	70,9	63,3
	wyższe	86,7	76,3	62,4	49,9	72,9	66,2	77,6	73,6	65,7
	tak	86,1	75,1	61,7	49,3	71,1	65,0	75,7	72,6	64,8
Posiadanie dzieci	nie	77,6	68,3	57,7	46,9	63,7	59,4	69,5	66,5	59,2
	do 1000 zł	72,4	58,7	48,1	27,0	66,6	53,2	61,3	61,4	46,8
Dochód netto gospodarstwa domowego	1001–2000 zł	80,1	69,6	59,5	49,4	65,5	61,9	70,5	68,4	60,7
	2001–3000 zł	83,8	69,9	62,5	49,1	73,3	65,8	72,6	70,2	66,8
	3001–4000 zł	82,7	72,3	57,7	44,0	70,5	61,8	72,8	70,4	59,5
	4001–5000 zł	86,4	79,2	65,2	65,5	76,7	68,7	79,0	76,3	67,7
	5001–7500 zł	84,6	73,8	58,1	48,6	68,0	60,7	75,0	70,6	60,8
	7501–10 000 zł	94,7	78,1	59,2	45,0	72,4	62,6	80,5	76,4	59,5
	powyżej 10 000 zł	89,8	79,1	62,9	53,0	70,3	63,1	81,7	74,9	66,1
	odmawiam odpowiedzi	78,8	71,3	56,6	44,2	59,3	59,1	75,6	71,0	58,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Tabela 8.7. Wskaźniki akceptacji analizowanych grup *nudges* według preferencji i poglądów politycznych respondentów

	I	II	III	IV	V	System 1	System 2	ZŻ	OŚ	
Sympatie polityczne	Wyszególnienie									
	Prawo i Sprawiedliwość + Solidarna Polska + Porozumienie	88,4	78,0	64,3	55,2	71,5	67,1	78,3	75,3	66,3
	Koalicja Obywatelska (PO + Nowoczesna + Inicjatywa Polska + Zieloni)	89,6	76,3	63,0	40,4	71,1	65,6	77,8	73,7	66,8
	SLD + Wiosna Roberta Biedronia + Lewica Razem, czyli Partia Razem, Unia Pracy, RSS	91,6	77,4	62,7	41,9	75,1	67,1	78,5	74,6	68,3
	PSL + Kukiz 15	85,6	77,0	59,3	48,3	74,0	63,4	77,0	73,9	61,0
	Konfederacja (KORWiN + Ruch Narodowy)	78,3	71,7	50,5	46,7	55,1	52,4	69,9	64,7	52,3
	inne ugrupowanie	83,6	73,6	58,6	48,7	60,7	60,7	72,8	72,0	53,7
	bardzo konserwatywne (prawicowe)	85,9	75,7	61,0	64,1	72,0	66,2	74,4	72,9	63,8
	konserwatywne	92,7	78,1	65,5	47,8	71,2	66,9	80,8	76,1	68,1
	raczej konserwatywne	81,9	76,8	65,0	57,8	75,6	68,2	76,4	74,0	68,1
Przekonania polityczne	trudno powiedzieć, trochę konserwatywne, a trochę liberalne	83,0	72,3	60,1	47,4	67,6	62,6	73,3	70,0	62,8
	raczej liberalne	85,8	73,8	57,2	39,0	67,9	61,5	73,6	71,2	58,6
	liberalne	86,8	71,7	57,8	37,6	64,0	60,2	73,4	69,1	60,9
	bardzo liberalne (lewicowe)	76,2	66,5	59,7	58,2	69,0	61,5	69,2	67,0	61,2
	odmawiam odpowiedzi	71,9	68,2	58,3	54,5	68,1	61,4	67,5	65,8	61,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Tabela 8.8. Zależność charakterystyk i postaw respondentów wobec analizowanych grup *nudges*

Wyszczególnienie	I		II		III		IV		V		System 1		System 2		ZZ		Oś	
	wartość <i>p</i>	hipoteza	wartość <i>p</i>	hipoteza	wartość <i>p</i>	hipoteza	wartość <i>p</i>	hipoteza	wartość <i>p</i>	hipoteza	wartość <i>p</i>	hipoteza	wartość <i>p</i>	hipoteza	wartość <i>p</i>	hipoteza	wartość <i>p</i>	hipoteza
Płeć	0,1085	H0	0,0024	H1	0,4250	H0	0,0561	H0	1,477E-06	H1	0,0234	H1	0,1348	H0	0,0909	H0	0,0184	H1
Wiek	4,363E-09	H1	0,0037	H1	0,0277	H1	0,1027	H0	0,0006	H1	0,0202	H1	0,0008	H1	0,0013	H1	0,0446	H1
Wielkość miejscowości zamieszkania	0,3597	H0	0,1464	H0	0,8987	H0	0,0784	H0	0,5444	H0	0,6949	H0	0,5765	H0	0,6325	H0	0,6802	H0
Wykształcenie	0,0009	H1	0,0043	H1	0,2834	H0	3,3E-05	H1	0,0470	H1	0,1603	H0	0,0199	H1	0,0487	H1	0,1269	H0
Posiadanie dzieci	0,0005	H1	0,0199	H1	0,2104	H0	0,4537	H0	0,0135	H1	0,0749	H0	0,0298	H1	0,0419	H1	0,0748	H0
Dochód netto gospodarstwa domowego	0,0656	H0	0,2131	H0	0,1055	H0	0,0008	H1	0,6548	H0	0,5541	H0	0,3792	H0	0,6582	H0	0,2263	H0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Uwagi końcowe

Ludzie nie zawsze kierują się własnym interesem, mają także preferencje społeczne. Nie skupiają się głównie na maksymalizacji korzyści i minimalizacji kosztów, ale często podejmują decyzje w warunkach niepewności, nie mając wystarczającej wiedzy, informacji zwrotnych ani możliwości ich przetwarzania. Czasem brakuje im samokontroli, a ich preferencje zmieniają się nierzadko w zależności od kontekstów decyzyjnych.

Wykorzystanie SB w polityce publicznej wzrosło w ciągu ostatniej dekady, a najwięcej nowych zespołów behawioralnych przybyło w ciągu ostatnich pięciu lat. Według danych OECD w kwietniu 2023 roku na całym świecie funkcjonowały 202 instytucje stosujące wiedzę behawioralną w polityce publicznej. Instytucje te przyjęły różną formę organizacyjną – niektóre stanowią część rządu centralnego, władz stanowych, wojewódzkich lub lokalnych, inne są niezależnymi podmiotami finansowanymi przez rząd, uczelniami, jednostkami sektora prywatnego współpracującymi z rządem czy też jednostkami wchodzącymi w skład międzynarodowej organizacji. Podmioty te prowadziły 274 projekty w różnych dziedzinach polityki publicznej, jak np. zdrowie, środowisko, komunikacja, finanse, rozwój, gospodarka, praca i zatrudnienie, edukacja, opieka społeczna, administracja, sprawiedliwość, bezpieczeństwo, polityka miejska (OECD, 2023). Na tej liście znajduje się tylko jedna jednostka mająca swoją siedzibę w Polsce, chociaż z raportu Polskiego Instytutu Ekonomicznego wynika, że 50% komórek organizacyjnych z urzędów centralnych biorących udział w badaniu w 2019 roku stosowało rozwiązania nawiązujące do wiedzy behawioralnej. Polskie urzędy nie prowadzą eksperymentów ani innych metod testujących skuteczność wprowadzonych rozwiązań behawioralnych. Nie są to zatem działania testowane behawioralnie, a jedynie poinformowane lub dostosowane behawioralnie, a te innowacje behawioralne w polskiej administracji nie mają charakteru zinstytucjonalizowanego (Śliwowski i Wincewicz-Price, 2019, s. 4–5).

W ostatnich latach wyniki badań ekonomii behawioralnej znacznie wpłynęły na tradycyjne rozumienie procesów i wzorców podejmowania decyzji oraz prowadzenia polityki publicznej. Powszechnie już wiadomo, że podejmowanie decyzji przez jednostki odbiega od racjonalnego oraz doskonale poinformowanego procesu optymalizacji i wymaga dogłębnego zrozumienia aspektów behawioralnych. Niejednorodność poszczególnych wymiarów społeczno-demograficznych (np. wykształcenie i wiek), cechy strukturalne (np. wielkość gospodarstwa domowego, liczba dzieci), cechy behawioralne i społeczne (np. świadomość i normy) oraz interakcje społeczne przyczyniają się do wzmocnienia tych różnic.

Podjęmowane interwencje publiczne powinny brać pod uwagę, że istnieje wiele sił, które działają, gdy decydujemy, jak zachować się w danej sytuacji. Projektowanie architektury wyboru (*nudging*) jest jednym z podejść, które uwzględnia te spostrzeżenia na temat ludzkich zachowań. *Nudges*, zaliczane do tzw. miękkich instrumentów polityki publicznej, składają się z całego spektrum działań publicznych, które bez ograniczania możliwych opcji powinny wpływać na poprawę jednostkowych wyborów. Międzynarodowe badania nad nimi wykazały także, że w dość licznych przypadkach możliwe jest ustrukturyzowanie środowiska decyzyjnego w taki sposób, aby te wybory jednostek były ściślej powiązane z celami społecznymi (Hertwig, 2017). Badania są ciągle kontynuowane i dotyczą także testowania poparcia dla tych instrumentów.

Przedstawione w pracy badania wpisują się w ten szeroki program badawczy, dostarczając pewnych spostrzeżeń i potwierdzając (lub nie) wyniki badań przeprowadzonych przez innych autorów. Mogą stać się także pomocne dla twórców polityki publicznej i architektów wyboru z nimi współpracujących, zapewniając decydom rozważającym wykorzystanie *nudge* w swoim repertuarze politycznym ważne informacje na temat popularności *nudges* wśród Polaków, co może wpłynąć zarówno na zwiększenie, jak i ograniczenie zastosowania tych instrumentów w polskiej praktyce publicznej. Po pierwsze, przeważnie Polacy akceptują *nudges* jako instrumenty BPP. W porównaniu z innymi 17 krajami, w których przeprowadzono badania akceptacji *nudges* z wykorzystaniem tej samej metodologii, wskaźnik poparcia dla badanych instrumentów ogółem pozwala na zaklasyfikowanie Polaków do grupy narodów zdecydowanie je popierających (Sunstein i in., 2019). To wyraźne poparcie dla *nudges* sugeruje, że Polacy chcą dokonywać wyborów, które są im podsuwane. Powinno być to wykorzystane do stosunkowo taniego osiągnięcia celów polityki publicznej. Po drugie, Polacy mają dużą świadomość problemów społecznych, które mogłyby zostać złagodzone dzięki zastosowaniu analizowanych *nudges* (wysoki poziom norm: obawa o zdrowie i środowisko), co także powinno zostać wykorzystane, by przyczynić się do lepszej realizacji strategii polityki zdrowotnej i środowiskowej prowadzonych w Polsce. Po trzecie, wskaźnik aprobowania przez

Polaków analizowanych *nudges* różni się nie tylko w zależności od ich rodzaju, ale także wyróżnionych ich grup (typów). Uzyskane w Polsce wyniki potwierdzają badania innych autorów, wskazujące, że ludzie zazwyczaj z zadowoleniem przyjmują *nudges*, jeśli promują cele, które oni popierają i które są realizowane przez strony, z którymi mogą się identyfikować (Hagman i in., 2015; Reisch i Sunstein, 2016; Reisch i in., 2017; Sunstein, 2016; Almqvist, 2020).

Niektórzy autorzy stwierdzili także, że poglądy lewicowe implikowały większe poparcie dla *nudges* niż poglądy prawicowe, ale nie odkryli „żadnej systematycznej korelacji między aprobatą a przynależnością partyjną” (Sunstein i in., 2018). Wyniki innych badań wykazały, że preferencje poszczególnych partii politycznych były istotnymi predyktorami poparcia dla *nudges* ze strony lewicowej GAL (Almqvist i Andersson, 2021). Z przeprowadzonych w Polsce badań wynika jednak wniosek, że zasadniczo to prawicowe (konserwatywne) poglądy implikują większe poparcie dla *nudges* niż poglądy lewicowe (liberalne) (tabele 8.3 i 8.7). Wyniki badań wskazują także, że wszystkie analizowane *nudges* ogółem mają największe poparcie u osób, które głosowały w ostatnich wyborach na ugrupowanie w składzie Prawo i Sprawiedliwość + Solidarna Polska + Porozumienie, którego pozycja R-TAN została określona na podstawie pozycji partii wchodzących w jego skład. Wyniki te nie potwierdzają w ten sposób poprzednich ustaleń innych autorów. Ale z kolei najmniej inwazyjne *nudges* z grupy I (kampanie informacyjne) oraz edukacyjne (uruchamiające System 2 myślenia) zyskały największą akceptację wśród wyborców koalicji SLD + Wiosna Roberta Biedronia + Lewica Razem, zajmującej pozycję L-GAL, co jest spójne z poprzednimi ustaleniami innych autorów. Podobnie jest z poparciem niektórych pojedynczych *nudges* lub ich grup zyskujących większą akceptację wśród respondentów przyznających się do liberalnych poglądów. Choć z analizy wynika, że zależności te nie są istotne statystycznie, to stanowią pewną ramę politycznego poparcia dla działań architektów wyboru w Polsce. Po czwarte, nie tylko opinie polityczne wyjaśniają poparcie dla *nudges*. Przy tworzeniu BPP opierającej się na tych instrumentach powinny być brane pod uwagę pewne istotne różnice cech osób i ich grup, do których będą one adresowane, co powinno jeszcze wzmocnić ich skuteczność. Wyniki badania podsumowane w tabelach 8.4 i 8.8 podkreślają określone atrybuty bardziej podatne na efekty *nudgingu*.

Przedstawione w pracy badania mają swoją specyfikę, implikacje i ograniczenia. Po pierwsze, specyfika badań znajduje odzwierciedlenie w doborze próby badawczej oraz zmiennych zależnych i niezależnych przyjętych do analizy. Włączenie innych zmiennych do badań, np. cech kulturowych czy pokoleniowych, zaufania uogólnionego i instytucjonalnego oraz ich ramowanie, np. przekazanie respondentom w trakcie badań informacji o możliwości osiągnięcia tych samych celów tradycyjnymi narzędziami polityki lub możliwości ich łączenia, powinno rzutować na otrzymane wyniki.

Po drugie, badania te powinny zostać powtórzone. Warunki społeczno-gospodarcze w Polsce i na arenie międzynarodowej zdecydowanie uległy zmianie od czasu pierwszych badań, dlatego z całą pewnością będą rzutować na otrzymane wyniki.

Wykorzystanie *nudges* w polityce publicznej wymaga nie tylko oceny ich akceptacji przez obywateli, ale także dyskusji na temat tego, czy i jak je stosować, czyli jakie cele powinny być promowane, jak różne typy *nudges* działają i wpływają na podejmowanie decyzji oraz w jakich kontekstach ich stosowanie jest normatywnie dopuszczalne. W ostatniej dekadzie szeroko dyskutowano nad normatywnymi implikacjami *nudges*. Koncepcja ta wywołała dyskusję zarówno w środowisku naukowców, jak i praktyków polityki publicznej, którzy przedstawiali zarówno głosy krytyki, jak i jej poparcia (podsumowanie tej dyskusji zob. White, 2013; Sunstein, 2015d; Schmidt i Engelen, 2020; de Quintana Medina, 2021; Congiu i Moscati, 2022; Neuhaus, 2022).

Celem pracy nie jest zabieranie głosu w niniejszej debacie, stąd jej przebieg nie został omówiony. Podkreślenia jednak wymaga fakt, że sprzeciw wobec ich stosowania był widoczny i doprowadził do różnych wniosków na temat ich etycznej dopuszczalności jako narzędzia do zmiany zachowania. Zdaniem G. Almqvista (2020, s. 2) *nudges* stosowane w polityce publicznej charakteryzują się architekturą celowego wyboru, dlatego mogą budzić obawy natury etycznej, które nie mają zastosowania do przypadkowych (niecelowych) wpływów. Celowo stosowany *nudge* stwarza zatem wyzwania etyczne, a wstępnym warunkiem jest odpowiedzialność architekta za wybór.

Już w 2009 roku filozof L. Bovens (2009) sformułował następujące cztery zasady wykorzystania *nudges*:

1. Powinny pozwolić ludziom działać zgodnie z ich ogólnymi preferencjami.
2. Nie powinny wywoływać zmiany w preferencjach, która nie utrzymałaby się w warunkach ich niestosowania.
3. Nie powinny prowadzić do „infantyilizacji”, tak aby ludzie nie byli już w stanie podejmować autonomicznych decyzji.
4. Powinny być przejrzyste, aby ludzie mieli kontrolę nad byciem w sytuacji *nudgingu*.

Autor ten wskazywał jednocześnie, że wymienione wymagania legalności stosowania *nudges* są spełnione, jeśli pozwalają ludziom działać zgodnie z ich ogólnymi preferencjami i pozwalają na podejmowanie autonomicznych decyzji, a także jeśli efekty *nudgingu* nie zależą od Systemu 1 myślenia, a uczynienie tych narzędzi przezroczystymi nie zagraża ich efektom (Bovens, 2009). Konstatacje te świadczą o legitymizacji przez niego *nudges* o charakterze edukacyjnym.

Z kolei R. Thaler (2015b) sformułował trzy zasady, którymi powinni się kierować etycznie zorientowani architekci wyboru:

1. Wszelkie *nudges* powinny być przejrzyste i nigdy nie wprowadzać w błąd.
2. Rezygnacja z *nudge* powinna być możliwie najłatwiejsza, najlepiej za pomocą zaledwie jednego kliknięcia myszką.
3. Powinien istnieć dobry powód, aby sądzić, że zachowanie, do którego się zachęca, poprawi dobrostan tych, wobec których stosuje się *nudging*.

Stosunkowo niedawno C. Sunstein i L. Reisch (2019, s. xii) przedstawili „kartę praw” dla *nudgingu*, która jest podsumowaniem wniosków z wielu badań przeprowadzonych w różnych krajach. Nie sugeruje ona praw podlegających egzekucji na drodze sądowej, ale jest zestawem zobowiązań, które należy rozsądnie uważać za prawa, których urzędnicy polityczni powinni przestrzegać. Karta praw sugeruje sześć zasad legitymizacji *nudges* (Sunstein i Reisch, 2019, s. 131–134):

1. Urzędnicy publiczni muszą promować uzasadniony cel.
2. *Nudges* muszą szanować prawa jednostki.
3. *Nudges* muszą być zgodne z wartościami i interesami ludzi.
4. *Nudging* nie może manipulować ludźmi.
5. *Nudges* nie powinny zabierać ludziom czegoś ani dawać tego innym bez ich wyraźnej zgody.
6. *Nudges* powinny być raczej przezroczyste niż ukryte.

C. Sunstein i L. Reisch (2019, s. 130) wskazują, że pozycje umieszczone na tej liście należy traktować jako ogólne zasady, a nie zalecenia. Dokładna treść powinna być im nadana w odniesieniu do konkretnych przypadków. W niektórych sytuacjach należy je traktować jedynie jako domniemane i podlegające uchyleciu na podstawie przekonującego uzasadnienia. Przypominają także, że *nudges* to tylko jedno z podejść do polityki publicznej oparte na wiedzy behawioralnej, co oznacza, że istnieje więcej wątpliwości i pytań dotyczących sposobu oceny BPP, wykraczających daleko poza ideę karty praw do *nudgingu* (Sunstein i Reisch, 2019, s. 134). Podobnego zdania są także R. Lepenies i M. Małecka (2019, s. 515), którzy dodatkowo podkreślają, że etykieta *nudge* jest nadal zbyt często używana (niepotrzebnie) jako ogólny termin określający interwencje behawioralne.

Zdaniem B. Ewarta (2020) początkowe pytanie o to, czy decydenci powinni wykorzystywać wiedzę behawioralną, zostało zastąpione bardziej praktycznymi pytaniami: gdzie, kiedy i jak należy ją wykorzystać w procesie kształtowania polityki. Pytania te okazują się nie mniej kontrowersyjne niż pierwsze, ponieważ otwierają debatę na temat faktycznego celu, zakresu i skali BPP. Autor ten wskazuje także, że zwiększone wykorzystanie spostrzeżeń behawioralnych wymaga szerszego porozumienia w sprawie praktycznych wytycznych i standardów (Ewart i Loert, 2021),

na przykład takich jak przedstawione w rozdziale 4 pracy ramy FORGOOD, które opracowano do etycznej oceny interwencji behawioralnych.

Próbie odpowiedzi na te kontrowersje i krytykę programu badawczego BPP ukazał ostatnio M. Hallsworth (2023), przedstawiając dziesięć propozycji, które podzielił na trzy kategorie: zakres (zakres i skala zagadnień, do których stosuje się nauki behawioralne), metody (techniki i zasoby, które wykorzystują nauki behawioralne) oraz wartości (zasady, ideały i standardy postępowania, które przyjmują behawiorysty). Wskazał także, w jaki sposób odpowiedzialność za wdrażanie propozycji programu badawczego BPP jest podzielona między cztery główne grupy w ekosystemie nauk behawioralnych: praktyków (osoby lub zespoły, które stosują ustalenia nauk behawioralnych w praktyce), klientów, którzy dają zlecenia tym praktykom (np. publiczne lub prywatne organizacje branżowe), naukowców zajmujących się naukami behawioralnymi (w tym dyscyplin takich jak antropologia, ekonomia i socjologia) oraz grantodawców, którzy wspierają pracę tych naukowców.

Dzięki tym propozycjom nauki behawioralne będą mogły wykorzystać swój potencjał w nadchodzących dziesięcioleciach i zrobić o wiele więcej dla dobra jednostek, organizacji i społeczeństw niż dotychczas. Jednak głosy krytyki oznaczają, że aby tak się stało, potrzebne są zmiany i stosowana nauka behawioralna musi dalej ewoluować w ciągu następnej dekady.

Bibliografia

- Aczel A.D., Sounderpandian J. (2018). *Statystyka w zarządzaniu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Afif Z., Wade W., Calvo-Gonzalez O., Dalton A.G. (2019). *Behavioral science around the world. Profiles of 10 countries*. Washington: World Bank Group. Pobrane z: <http://documents.worldbank.org/curated/en/710771543609067500/pdf/132610-REVI-SED-00-COUNTRY-PROFILES-dig.pdf> (dostęp: 8.12.2022).
- Allcott H., Sunstein C.R. (2015). Regulating internalities. *Journal of Policy Analysis and Management*, 34(3), 698–705. DOI: 10.1002/pam.21843.
- Almqvist G. (2020). *The good place. Essays on nudging*. Gothenburg: Brand Factory. Pobrane z: https://www.hhs.se/contentassets/a6f8c612f38b47de8c49ac8a5a8b9614/sse-phd-diss_2020_kappa_gustav-almqvist_the-good-place.pdf (dostęp: 4.02.2023).
- Almqvist G., Andersson P. (2021). Low support for nudging among Swedes in a population-representative sample. *Behavioural Public Policy*, 1–13. DOI: 10.1017/bpp.2021.4.
- Altman M. (ed.) (2006). *Handbook of contemporary behavioral economics. Foundations and developments*. New York: Armonk.
- Angner E. (2019). We're all behavioral economists now. *Journal of Economic Methodology*, 26(3), 195–207. DOI: 10.1080/1350178X.2019.1625210.
- Angner E., Loewenstein G. (2012). *Behavioral economics*. W: U. Mäki (ed.), *Handbook of philosophy of science. Philosophy of economic* (s. 641–690). Amsterdam: Elsevier. DOI: 10.1016/B978-0-444-51676-3.50022-1.
- Arnsperger C., Varoufakis Y. (2008). What is neoclassical economics? The three axioms responsible for its theoretical oeuvre, practical irrelevance and, thus, discursive power. *Panoeconomicus*, 1, 5–18. DOI: 10.2298/PAN0601005A.
- Aronson E. (1997). *Człowiek – istota społeczna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Arrow K.J. (1994). Methodological individualism and social knowledge. *The American Economic Review*, 84(2), 1–9. Pobrane z: <https://pages.ucsd.edu/~aronatas/project/academic/Arrow%20on%20meth.%20indiv.pdf> (dostęp: 10.11.2022).

- Ayton P., Fischer I. (2004). The hot hand fallacy and the gambler's fallacy. Two faces of subjective randomness? *Memory & Cognition*, 32(8), 1369–1378.
- Backhouse R.E., Medema S.G. (2009). Defining economics. The long road to acceptance of the Robbins definition. *Economica*, 76, 805–820. DOI: 10.1111/j.1468-0335.2009.00789.x.
- Baggio M., Ciriolo E., Marandola G., van Bavel R. (2021). The evolution of behaviourally informed policy-making in the EU. *Journal of European Public Policy*, 28(5), 658–676. DOI: 10.1080/13501763.2021.1912145.
- Banerjee S. (2021). Rethinking the origin of the behavioural policy cube with nudge plus. W: M. Viorel (ed.), *Behavioral-based interventions for improving public policies* (s. 1–16). Hershey: IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-7998-2731-3.ch001.
- Banerjee S., John P. (2021). *Nudge plus. Incorporating reflection into behavioral public policy*. W: A. Oliver, G.A. Akerlof, C.R. Sunstein (eds.), *Behavioural public policy* (s. 1–16). Cambridge University Press: Cambridge. DOI: 10.1017/bpp.2021.6.
- Banerjee S., John P. (2022). *To nudge plus or nudge+ a dilemma*. Pobrane z: <https://bpblog.com/2022/02/18/to-nudge-plus-or-nudge-a-dilemma/> (dostęp: 10.03.2023).
- Barbu A., Isaic-Maniu A. (2011). Data collection in Romanian market research. A comparison between prices of PAPI, CATI and CAWI. *Management & Marketing Challenges for the Knowledge Society*, 6(3), 349–364.
- Barros G. (2010). Herbert A. Simon and the concept of rationality. Boundaries and procedures. *Brazilian Journal of Political Economy*, 30(3), 455–472. DOI: 10.1590/S0101-31572010000300006.
- Barton A., Grüne-Yanoff T. (2015). From libertarian paternalism to nudging – and beyond. *Review of Philosophy and Psychology*, 6(3), 341–359. DOI: 10.1007/s13164-015-0268-x.
- Benartzi S., Beshears J., Milkman K.L., Sunstein C.R., Thaler R.H., Shankar M., Tucker-Ray W., Congdon W.J., Galing S. (2017). Should governments invest more in nudging? *Psychological Science*, 28(8), 1041–1055. DOI: 10.1177/0956797617702.
- Benson B. (2022). *Cognitive bias cheat sheet. An organized list of cognitive biases because thinking is hard*. Pobrane z: <https://betterhumans.pub/cognitive-bias-cheat-sheet-55a472476b18> (dostęp: 28.02.2023).
- Bergeron S., Doyon M., Saulais L., Labrecque J. (2019). Using insights from behavioral economics to nudge individuals towards healthier choices when eating out. A restaurant experiment. *Food Quality and Preference*, 73, 56–64. DOI: 10.1016/j.foodqual.2018.12.001.
- Berthet V., Ouvrard B. (2019). Nudge. Towards a consensus view? *Psychology and Cognitive Sciences Open Journal*, 5(1), 1–5. DOI: 10.17140/PCSOJ-5-143.
- Beshears J., Gino F. (2015). Leaders as decision architects. Structure your organization's work to encourage wise choices. *Harvard Business Review*, 93(5), 52–62. DOI: 10.1109/EMR.2016.7559057.

- Beshears J., Kosowsky H. (2020). Nudging. Progress to date and future directions. *Organisational Behavior and Human Decision Processes*, 161, 3–19. DOI: 10.1016/j.obhdp.2020.09.001.
- Bicchieri C. (2023). Norm nudging and twisting preferences. *Behavioural Public Policy*, 1–10. DOI: 10.1017/bpp.2023.5.
- Bicchieri C., Muldoon R., Sontuoso A. (2018). Social norms. W: E.N. Zalta (ed.), *The Stanford encyclopedia of philosophy*. Pobrane z: <https://plato.stanford.edu/archives/win2018/entries/social-norms/> (dostęp: 20.11.2022).
- Bickley S.J., Torgler B. (2021). Behavioural economics, what have we missed? Exploring “classical” behavioural economics roots in AI, cognitive psychology, and complexity theory. *CREMA Working Paper*, 21. Pobrane z: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/234636/1/2021-21.pdf> (dostęp: 21.11.2022).
- Bircher J., Kuruvilla S. (2014). Defining health by addressing individual, social, and environmental determinants. New opportunities for health care and public health. *Journal of Public Health Policy*, 35(3), 363–386. DOI: 10.1057/jphp.2014.19.
- Blaug M. (1995). *Metodologia ekonomii*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bossaerts P., Murawski C. (2015). From behavioural economics to neuroeconomics to decision neuroscience. The ascent of biology in research on human decision making. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 5, 37–42. DOI: 10.1016/j.cobeha.2015.07.001.
- Bovens L. (2009). The ethics of nudge. W: T. Grüne-Yanoff, S.O. Hansson (eds.), *Preferences change. Approaches from philosophy, economics and psychology* (s. 207–219). Berlin: Springer.
- BPI (2020). *Polski internet we wrześniu 2020*. Pobrane z: <https://pbi.org.pl/badanie-gemius-pbi/polski-internet-we-wrzesniu-2020/> (dostęp: 22.11.2022).
- Brandon A., List J.A., Metcalfe R.D., Price M.K., Rundhammer F. (2019). Testing for crowd out in social nudges. Evidence from a natural field experiment in the market for electricity. *Proceedings of the National Academy of Sciences USA*, 116(12), 5293–5298. DOI: 10.1073/pnas.1802874115.
- Brosch T. (2020). *Behavioral insights for climate action*. Pobrane z: <https://gspi.ch/activities/behavioral-insights-for-climate-action/> (dostęp: 25.01.2023).
- Brzezicka J., Wiśniewski R., Napiórkowska-Baryła A. (2016). Libertarian paternalism and self-government housing policy in Poland. *Olsztyn Economic Journal*, 11(2), 103–118. DOI: 10.31648/oiej.2911.
- Bunge M. (1998). *Social science under debate. A philosophical perspective*. Toronto: University of Toronto Press.
- Callaway F., Hardy M., Griffiths T.L. (2022). Optimal nudging for cognitively bounded agents. A framework for modeling, predicting, and controlling the effects of choice architectures. *PsyArXiv Preprints*. Pobrane z: <https://psyarxiv.com/7ahdc>. DOI: 10.31234/osf.io/7ahdc (dostęp: 12.03.2023).

- Camerer C., Loewenstein G. (2004). *Behavioral economics. Past, present, future*. W: C.F. Camerer, G. Loewenstein, M. Rabin (eds.), *Advances in behavioral economics* (s. 3–51). New York–Princeton: Russell Sage Foundation–Princeton University Press.
- Camerer C., Issacharoff S., Loewenstein G., O’Donoghue T., Rabin M. (2003). Regulation for Conservatives. Behavioral economics and the case for asymmetric paternalism. *University of Pennsylvania Law Review*, 151, 1211–1254. DOI: 10.2307/3312889.
- Carlsson F., Gravert C.A., Kurz V., Johansson-Stenman O. (2021). The use of green nudging as an environmental policy instrument. *Review of Environmental Economics and Policy*, 15(2), 216–237. DOI: 10.1086/715524.
- Carpenter C.J. (2010). A meta-analysis of the effectiveness of health belief model variables in predicting behavior. *Health Communication*, 25(8), 661–669. DOI: 10.1080/10410236.2010.521906.
- Cartwright E. (2011). *Behavioral economics*. London: Routledge.
- Cesarini D., Johannesson M., Magnusson P., Wallace B. (2012). The behavioral genetics of behavioral anomalies. *Management Science*, 58(1), 21–34.
- CESCP (2019). *Nudge plus. A theory of behaviour change incorporating reflection*. Pobrane z: <https://www.sciencespo.fr/centre-etudes-europeennes/sites/sciencespo.fr/centre-etudes-europeennes/files/Sem%20191126%20SGCEE%20invit.pdf> (dostęp: 10.03.2023).
- Chetty R. (2015). Behavioral economics and public policy. A pragmatic perspective. *American Economic Review*, 105(5), 1–33. DOI: 10.1257/aer.p20151108.
- Cialdini R.B., Martin S.J., Goldstein N.J. (2015). Small behavioral science-informed changes can produce large policy-relevant effects. *Behavioral Science & Policy*, 1(1), 21–27. DOI: 10.1353/BSP.2015.0008.
- Congiu L., Moscati I. (2022). A review of nudges. Definitions, justifications, effectiveness. *Journal of Economic Surveys*, 36, 188–213. DOI: 10.1111/joes.12453.
- Congleton R. (2022). Behavioral economics and the Virginia school of political economy. Overlaps and complementarities. *Public Choice*, 191, 387–404. DOI: 10.1007/s11127-019-00679-3.
- Costa E., Halpern D. (2019). *The behavioural science of online harm and manipulation, and what to do about it*. Pobrane z: https://www.bi.team/wp-content/uploads/2019/04/BIT_The-behavioural-science-of-online-harm-and-manipulation-and-what-to-do-about-it_Single.pdf (dostęp: 11.12.2022).
- Dangubic M., Voorpostel M. (2017). Computer-Assisted Web Interviewing (CAWI) in the Swiss Household Panel. Demographics, participation and data quality. *Swiss Household Panel Working Paper*, 1(17).
- Daniati N., Widjaja G., Olalla G.M., Chaudhary P., Nader S.M., Chupradit S., Fakri M.Y. (2021). The health belief model’s application in the development of health behaviors. *Health Education and Health Promotion*, 9, 521–527.

- Davidai S., Gilovich T., Ross L.D. (2012). The meaning of default options for potential organ donors. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 109(38), 15201–15205. DOI: 10.1073/pnas.1211695109.
- Dawnay E., Shah H. (2011). Behavioural economics. Seven key principles for environmental policy. W: S. Dietz, J. Michie, C. Oughton (eds.), *The political economy of the environment* (s. 74–97). London: Routledge.
- Dewies M., Denктаş S., Giel L., Noordzij G., Merkelbach I. (2022). Applying behavioural insights to public policy. An example from Rotterdam. *Global Implementation Research and Applications*, 2, 53–66. DOI: 10.1007/s43477-022-00036-5.
- Diacon P.E., Donici G.A., Maha L.G. (2013). Perspectives of economics – behavioural economics. *Theoretical and Applied Economics*, 20(7), 27–32.
- Diederich J., Goeschl T., Waichman I. (2022). Self-nudging vs. social nudging in social dilemmas. An experiment. *AWI Discussion Paper*, 710. Pobrane z: https://archiv.ub.uni-heidelberg.de/volltextserver/31339/7/Diederich_Goeschl_Waichman_2022_dp710.pdf (dostęp: 22.02.2023).
- Dolan P. (2013). *Influencing the financial behaviour of individuals. The mindspace way*. W: A. Oliver (ed.), *Behavioural public policy* (s. 191–208). Cambridge: Cambridge University Press.
- Dolan P., Hallsworth M., Halpern D., King D., Metcalfe R., Vlaev I. (2012). Influencing behaviour. The MINDSPACE way. *Journal of Economic Psychology*, 33(1), 264–277.
- Dolan P., Hallsworth M., Halpern D., King D., Vlaev I. (2010). *MINDSPACE. Influencing behaviour through public policy*. London: Institute for Government. Pobrane z: https://www.instituteforgovernment.org.uk/sites/default/files/publications/MINDSPACE-Practical-guide-final-Web_1.pdf (dostęp: 25.11.2022).
- Dold M. (2022). *Methodological individualism in behavioral economics*. W: N. Bulle, F. Di Iorio (eds.), *Palgrave handbook of methodological individualism*. Pobrane z: https://www.researchgate.net/publication/364608968_Methodological_Individualism_in_Behavioral_Economics (dostęp: 9.12.2022).
- Dowding K., Oprea A. (2021). *Reconsidering nudges and manipulation*. Pobrane z: https://www.researchgate.net/publication/357227067_Reconsidering_Nudges_and_Manipulation (dostęp: 14.12.2023).
- Dursun I., Kabadayi E.T., Tuger A.T. (2017). *Application of value-belief-norm theory to responsible post consumption behaviour. Recycling and reuse*. International Congress of the New Approaches and Technologies for Sustainable Development, 21–24 September, 21–24. Pobrane z: https://www.researchgate.net/publication/320087119_Application_of_Value-Belief-Norm_Theory_to_Responsible_Post_Consumption_Behaviors_Recycling_and_Reuse (dostęp: 10.10.2022).
- Earl P.E. (2016). *The evolution of behavioural economics*. W: R. Frantz, S.H. Chen, K. Dopfer, F. Heukelom, S. Mousavi (eds.), *Routledge handbook of behavioral economics* (s. 5–17). New York: Routledge.

- Ebeling F., Lotz S. (2015). Domestic uptake of green energy promoted by opt-out tariffs. *Nature Climate Change*, 5(9), 868–871. DOI: 10.1038/nclimate2681.
- EC (2017). *Better regulation guidelines*. SWD(2017)350, European Commission 7 July. Luxembourg: Publications Office of the EU.
- Egan M. (2017). *An analysis of Richard H. Thaler and Cass R. Sunstein's nudge improving decisions about health, wealth, and happiness*. London: Routledge.
- Engelen B. (2019). Nudging and rationality. What is there to worry? *Rationality and Society*, 31(2), 204–232. DOI: 10.1177/1043463119846743.
- Engelen B., Schmidt A. (2020). The ethics of nudging. An overview. *Philosophy Compass*, 15. DOI: 10.1111/phc3.12658.
- Esmark A. (2019). Communicative governance at work. How choice architects nudge citizens towards health, wealth and happiness in the information age. *Public Management Review*, 21(1), 138–158. DOI: 10.1080/14719037.2018.1473476.
- Eurostat 1 (2023). *Individuals who used the internet, frequency of use and activities*. Pobrane z: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_R_IUSE_I__custom_4358695/default/table?lang=en (dostęp: 3.01.2023).
- Eurostat 2 (2023). *Individuals' level of digital skills (from 2021 onwards)*. Pobrane z: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_sk_dskl_i21/default/table?lang=en (dostęp: 3.01.2023).
- Eurostat 3 (2023). *Individuals' level of digital skills (until 2019)*. Pobrane z: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_sk_dskl_i/default/table?lang=en (dostęp: 3.01.2023).
- Evans J.S., Stanovich K.E. (2013). Dual-process theories of higher cognition advancing the debate. *Perspectives on Psychological Science*, 8(3), 223–241. DOI: 10.1177/1745691612460.
- Ewert B. (2020). Moving beyond the obsession with nudging individual behaviour. Towards a broader understanding of behavioural public policy. *Public Policy and Administration*, 35(3), 337–360. DOI: 10.1177/0952076719889090.
- Ewert B., Loer K. (2021). Advancing behavioural public policies. In pursuit of a more comprehensive concept. *Policy & Politics*, 49(1), 25–47. DOI: 10.1332/030557320X15907721287475.
- Ewert B., Loer K., Thomann E. (2021). Beyond nudge. Advancing the state-of-the-art of behavioural public policy and administration. *Policy & Politics*, 49(1), 3–23. DOI: 10.1332/030557320X15987279194319.
- Fabbro G.D. (2021). Nudging and COVID-19. Behavioural insights as policy tools in the fight against the virus. *BioLaw Journal*, 1, 191–219. DOI: 10.15168/2284-4503-741.
- Fehr E., Hoff K. (2011). Introduction. Tastes, castes and culture. The influence of society on preferences. *The Economic Journal*, 121(556), 396–412.
- Feitsma J.N. (2018). The behavioural state. Critical observations on technocracy and psychocracy. *Policy Science*, 51, 387–410. DOI: 10.1007/s11077-018-9325-5.

- Feitsma J.N. (2019). *Inside the behavioural state*. Hague: Eleven International Publishing.
- Feitsma J.N. (2020). Rationalized incrementalism. How behavior experts in government negotiate institutional logics. *Critical Policy Studies*, 14(2), 156–173. DOI: 10.1080/19460171.2018.1557067.
- Felsen G., Castelo N., Reiner P.B. (2013). Decisional enhancement and autonomy. Public attitudes towards overt and covert nudges. *Judgment and Decision Making*, 8, 202–213. DOI: 10.1017/S1930297500005933.
- Finucane M.L., Alhakami A., Slovic P., Johnson S.M. (2000). The affect heuristic in judgments of risks and benefits. *Journal of Behavioral Decision Making*, 13, 1–17. DOI: 10.1002/(SICI)1099-0771.
- Forwood S.E., Ahern A.L., Marteau T.M., Jebb S.A. (2015). Offering within-category food swaps to reduce energy density of food purchases. A study using an experimental online supermarket. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 12(1), 1–10. DOI: 10.1186/s12966-015-0241-1.
- Frankish K., Evans J.S. (2009). The duality of mind. An historical perspective. W: J.S. Evans, K. Frankish (eds.), *In two minds. Dual processes and beyond* (s. 1–29). Oxford: Oxford University Press.
- Frantz R. (2013). *Frederick Hayek's behavioral economics in historical context*. W: R. Frantz, R. Leeson (eds.), *Behavioral economics and Hayek* (s. 1–34). New York: Palgrave Macmillan.
- Frederick S. (2002). *Automated choice heuristics*. W: T. Gilovich, D. Griffin, D. Kahneman (eds.), *Heuristics and biases. The psychology of intuitive judgment* (s. 548–58). New York: Cambridge University Press. DOI: 10.1017/CBO9780511808098.032.
- Freire W.B., Waters W.F., Rivas-Mariño G. (2017). Nutritional traffic light system for processed foods. Qualitative study of awareness, understanding, attitudes, and practices in Ecuador. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 34(1), 11–18. DOI: 10.17843/rpmesp.2017.341.2762.
- Freire W.B., Waters W.F., Rivas-Mariño G., Nguyen T., Rivas P. (2017). A qualitative study of consumer perceptions and use of traffic light food labelling in Ecuador. *Public Health Nutrition*, 20(5), 805–813. DOI: 10.1017/S1368980016002457.
- Ghesla C., Grieder M., Schmitz J. (2019). Nudge for good? Choice defaults and spillover effects. *Frontiers in Psychology*, 10, 178. DOI: 10.3389/fpsyg.2019.00178.
- Gigerenzer G. (2015a). *Simply rational. Decision making in the real world*. New York: Oxford University Press.
- Gigerenzer G. (2015b). On the supposed evidence for libertarian paternalism. *Review of Philosophy and Psychology*, 6(3), 361–383. DOI: 10.1007/s13164-015-0248-1.
- Gigerenzer G. (2018). The bias bias in behavioral economics. *Review of Behavioral Economics*, 5(3–4), 303–336. DOI: 10.1561/105.00000092.

- Gigerenzer G. (2021a). Axiomatic rationality and ecological rationality. *Synthese*, 198, 3547–3564. DOI: 10.1007/s11229-019-02296-5.
- Gigerenzer G. (2021b). Embodied heuristics. *Frontiers Psychology*, 12, 711289. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.711289.
- Gigerenzer G., Brighton H. (2009). *Homo Heuristicus*. Why biased minds make better inferences. *Topics in Cognitive Science*, 1(1), 107–143. DOI: 10.1111/j.1756-8765.2008.01006.x.
- Gigerenzer G., Todd P.M. (1999). *Simple heuristics that make us smart*. New York: Oxford University Press.
- Gill D. (2018). *When 'nudging' is forever. The case of Sweden*. Pobrane z: <http://review.chicagobooth.edu/behavioral-science/2018/article/when-nudging-forever-case-sweden> (dostęp: 12.03.2023).
- Gočko J. (2020). Moralno-społeczne aspekty troski o zdrowie w kontekście epidemii COVID-19. *Roczniki Teologiczne*, 67(3), 121–135. DOI: 10.18290/rt.20673-7.
- Golberg E. (2018). Better regulation. European Union Style. *M-RCBG Associate Working Paper Series*, 98.
- Gopalan M., Pirog M.A. (2017). Applying behavioral insights in policy analysis. Recent trends in the United States. *The Policy Studies Journal*, 45(S1), 82–114. DOI: 10.1111/psj.12202.
- Gordon W. (2011). Behavioural economics and qualitative research. A marriage made in heaven? *International Journal of Market Research*, 53(2), 171–185. DOI: 10.2501/IJMR-53-2-171-186.
- Goździalska A., Jaśkiewicz J. (2015). Wstęp. W: A. Goździalska, J. Jaśkiewicz (red.), *Troska o zdrowie w aspekcie społecznym* (s. 7–8). Kraków: Oficyna Wydawnicza AFM.
- Grayot J.D. (2019). From selves to systems. On the intrapersonal and intraneural dynamics of decision making. *Journal of Economic Methodology*, 26(3), 208–227. DOI: 10.1080/1350178X.2019.1625213.
- Grayot J.D. (2020). Dual process theories in behavioral economics and neuroeconomics. A critical review. *Review of Philosophy and Psychology*, 11, 105–136. DOI: 10.1007/s13164-019-00446-9.
- Green E., Murphy E., Gryboski K. (2020). *Health belief model*. W: *The Wiley encyclopedia of health psychology* (s. 211–214). DOI: 10.1002/9781119057840.ch68.
- Grüne-Yanoff T., Hertwig R. (2016). Nudge versus boost. How coherent are policy and theory? *Minds and Machines*, 26(1–2), 149–183. DOI: 10.1007/11023-015-9367-9.
- Guala F. (2008). *Experimentation in economics*. W: U. Mäki (ed.), *Handbook of the philosophy of science* (s. 597–640). Amsterdam: Elsevier. Pobrane z: <http://users.unimi.it/guala/Handbook%20Elsevier3.pdf> (dostęp: 12.12.2022).
- GUS (2020). *Mały rocznik statystyczny 2020*. Pobrane z: www.stat.gov.pl (dostęp: 16.12.2022).

- GUS (2021). *Komunikat Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 9 lutego 2021 r. w sprawie przeciętnego wynagrodzenia w gospodarce narodowej w 2020 r.* Pobrane z: <https://stat.gov.pl/sygnalne/komunikaty-i-obwieszczenia/lista-komunikatow-i-obwieszczen/komunikat-w-sprawie-przecietnego-wynagrodzenia-w-gospodarce-narodowej-w-2020-roku,273,8.html> (dostęp: 19.11.2022).
- Hacking I. (1987). The inverse gambler's fallacy – the argument from design. The anthropic principle applied to Wheeler Universes. *Mind*, 96, 331–340.
- Hagman W., Andersson D., Västfjäll D., Tinghög G. (2015). Public views on policies involving nudges. *Review of Philosophy and Psychology*, 6, 439–453. DOI: 10.1007/s13164-015-0263-2.
- Hallsworth M. (2023). A manifesto for applying behavioural science. *Nature Human Behaviour*, 7, 310–322. DOI: 10.1038/s41562-023-01555-3.
- Hallsworth M., Egan M., Rutter J., McCrae J. (2018). *Behavioural government. Using behavioural science to improve how governments make decisions.* Pobrane z: [https://www.instituteforgovernment.org.uk/sites/default/files/publications/BIT%](https://www.instituteforgovernment.org.uk/sites/default/files/publications/BIT%2020180101.pdf) (dostęp: 18.01.2023).
- Hallsworth M., Kirkman E. (2020). *Behavioral insights.* Cambridge: MIT Press.
- Halpern D. (2015). *Inside the nudge unit. How small changes can make a big difference.* London: WH Allen.
- Halpern D., Gallagher R. (2015). *Can 'nudging' change behaviour? Using 'behavioural insights' to improve program redesign.* W: J. Wanna, H.A. Lee, S. Yates (eds.), *Managing under austerity, delivering under pressure. Performance and productivity in public service* (s. 165–121). Canberra: The Australian National University Press.
- Halpern D., Sanders M. (2016). Nudging by government. Progress, impact and lessons learnt. *Behavioral Science & Policy*, 2(2), 53–65.
- Hamerman E.J., Rudell F., Martins C.M. (2018). Factors that predict taking restaurant leftovers. Strategies for reducing food waste. *Journal of Consumer Behaviour*, 17(1), 94–104. DOI: 10.1002/cb.1700.
- Han H., Hwang J., Lee M.J. (2016). The value-belief-emotion-norm model. Investigating customers' eco-friendly behaviour. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(5), 590–607. DOI: 10.1080/10548408.2016.1208790.
- Hands D.W. (2020). Libertarian paternalism. Taking Econs seriously. *International Review of Economics*, 67(4), 419–441. DOI: 10.1007/s12232-020-00349-7.
- Hands D.W. (2021). Libertarian paternalism. Making rational fools. *Review of Behavioral Economics*, 8, 305–326. DOI: 10.1561/105.00000144.
- Hansen P.G. (2014), *Nudge and libertarian paternalism. Does the hand fit the glove?* Copenhagen: Roskilde University.

- Hansen P.G. (2016). The definition of nudge and libertarian paternalism. Does the hand fit the glove? *European Journal of Risk Regulation*, 7, 155–174. DOI: 10.1017/S1867299X00005468.
- Hansen P.G. (2018a). *The concepts of nudge and nudging in behavioural public policy*. W: H. Strassheim, S. Beck (eds.), *Handbook of behavioural change and public policy* (s. 63–77). Cheltenham: Edward Elgar Publishing. DOI: 10.4337/9781785367854.00010.
- Hansen P.G. (2018b). What are we forgetting? *Behavioural Public Policy*, 2(2), 190–197. DOI: 10.1017/bpp.2018.13.
- Hansen P.G., Jespersen A.M. (2013). Nudge and the manipulation of choice. A framework for the responsible use of the nudge approach to behaviour change in public policy. *European Journal of Risk Regulation*, (4)1, 3–28. DOI: 10.1017/S1867299X00002762.
- Hargreaves Heap S.P. (2020). Two accounts of the relation between political economy and economics (and why it matters which account is better). *Social Philosophy and Policy*, 37(1), 103–117. DOI: 10.1017/S0265052520000060.
- Hauser F. (ed.) (2017). *Policy-making, implementation and innovation*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. DOI: 10.2767/879305.
- Hausman D., Welch B. (2010). To nudge or not to nudge. *Journal of Political Philosophy*, 18, 123–136. DOI: 10.1111/j.1467-9760.2009.00351.x.
- Haynes L., Service O., Goldacre B., Torgerson D. (2012). *Test, learn, adapt. Developing public policy with randomised controlled trials*. Pobrane z: <https://www.bi.team/publications/test-learn-adapt-developing-public-policy-with-randomised-controlled-trials/> (dostęp: 23.11.2022).
- Heidig W., Wentzel D., Tomczak T., Wiecek A., Faltl M. (2017). “Supersize me!” The effects of cognitive effort and goal frame on the persuasiveness of upsell offers. *Journal of Service Management*, 28(3), 541–562. DOI: 10.1108/JOSM-03-2016-0063.
- Hertwig R. (2017). When to consider boosting. Some rules for policy-makers. *Behavioural Public Policy*, 1(2), 143–161. DOI: 10.1017/bpp.2016.14.
- Hertwig R., Grüne-Yanoff T. (2017). Nudging and boosting. Steering or empowering good decisions. *Perspectives on Psychological Science*, 12(6), 973–986. DOI: 10.1177/1745691617702496.
- Heukelom F. (2014). *Behavioral economics. A history*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hirshleifer D. (2008). Psychological bias as a driver of financial regulation. *European Financial Management*, 14(5), 856–874. DOI: 10.1111/j.1468-036X.2007.00437.x.
- Hoff K., Stiglitz J.E. (2016). Striving for balance in economics. Towards a theory of the social determination of behavior. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 126, 25–57. DOI: 10.1016/j.jebo.2016.01.005.
- Hosseini H., Katona G. (2011). A founding father of old behavioral economics. *The Journal of Socio-Economics*, 40(6), 977–984. DOI: 10.1016/j.socec.2011.04.002.

- Howlett M. (2018a). *Designing public policies. Principles and instruments*. London: Routledge.
- Howlett M. (2018b). Matching policy tools and their targets. Beyond nudges and utility maximisation in policy design. *Policy & Politics*, 46(1), 101–124. DOI: 10.1332/030557317X15053060139376.
- Howlett M., Giest S. (2015). *Policy cycle*. W: J.D. Wright (ed.), *International encyclopedia of the social & behavioral sciences* (s. 288–292). Oxford: Elsevier. DOI: 10.1016/B978-0-08-097086-8.75031-8.
- Howlett M., Mukherjee I., Woo J. (2018). Thirty years of research on policy instruments. W: H.K. Colebatch, R. Hoppe (eds.), *Handbook on policy, process, and governing* (s. 147–168). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Huh Y.E., Vosgerau J., Morewedge C.K. (2014). Social defaults. Observed choices become choice defaults. *Journal of Consumer Research*, 41(3), 746–760. DOI: 10.1086/677315.
- Hummel D., Maedche A. (2019). How effective is nudging? A quantitative review on the effect sizes and limits of empirical nudging studies. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 80, 47–58. DOI: 10.1016/j.socec.2019.03.005.
- Hunt R.R., Lamb C.A. (2001). What causes the isolation effect? *Journal of Experimental Psychology*, 27(6), 1359–1366. DOI: 10.1037/0278-7393.27.6.1359.
- IOSCO (2018). *The application of behavioural insights to financial literacy and investor education programmes and initiatives*. Pobrane z: <https://www.oecd.org/finance/The-Application-of-Behavioural-Insights-to-Financial-Literacy-and-Investor-Education-Programmes-and-Initiatives.pdf> (dostęp: 11.10.2022).
- Jachimowicz J.M., Duncan S., Weber E.U., Johnson E.J. (2019). When and why defaults influence decisions. A metaanalysis of default effects. *Behavioural Public Policy*, 3(2), 159–186. DOI: 10.1017/bpp.2018.43.
- Jackson W.A. (2013). The desocialising of economic theory. *International Journal of Social Economics*, 40(9), 809–825. DOI: 10.1108/IJSE-09-2012-0174.
- Jedynak T. (2019). How to effectively encourage Poles to save for retirement? The use of achievements of behavioural economics in the construction of Employee Capital Plans. *Problemy Polityki Społecznej*, 45, 33–46. DOI: 10.31971/16401808.45.2.2019.2
- John P. (2016). *Behavioral approaches. How nudges lead to more intelligent policy design*. W: G.B. Peters, P. Zittoun (eds.), *Contemporary approaches to public policy. Theories, controversies and perspectives* (s. 113–133). Basingstoke: Palgrave Macmillan. DOI: 10.1057/978-1-137-50494-4_7.
- John P. (2018). *How far to nudge? Assessing behavioral public policy*. Northampton: Edward Elgar Publishing. DOI: 10.4337/9781786430557.
- John P. (2023). The ethics of self-aware behavioural public policies. Any different to standard nudges? *Behavioural Public Policy*, 1–8. DOI: 10.1017/bpp.2023.10.

- John P., Cotterill S., Moseley A., Smith G., Stoker G., Wales C. (2019). *Nudge, nudge, think, think. Experimenting with ways to change citizen behaviour*. Manchester: Manchester University Press. DOI: 10.7765/9781526153487.
- John P., Cotterill S., Richardson L., Moseley A., Smith G., Stoker G., Wales C. (2011). *Nudge, nudge, think, think. Using experiments to change civic behavior*. London–New York: Bloomsbury Academic.
- John P., Smith G., Stoker G. (2009). Nudge nudge, think think. Two strategies for changing civic behaviour. *The Political Quarterly*, 80(3), 361–370. DOI: 10.1111/j.1467-923X.2009.02001.x.
- John P., Stoker G. (2019). Rethinking the role of experts and expertise in behavioural public policy. *Policy & Politics*, 47(2), 209–226. DOI: 10.1332/030557319X15526371698257.
- Johnson E., Goldstein D. (2003). Do defaults save lives? *Science*, 302, 1338–1339. DOI: 10.1126/science.10917.
- Johnson E.J., Shu S.B., Dellaert B.G., Fox C., Goldstein D.G., Häubl G., Larrick R.P., Payne J.W., Peters E., Schkade D., Wansink B., Weber E.U. (2012). Beyond nudges. Tools of a choice architecture. *Marketing Letters. A Journal of Research in Marketing*, 23(2), 487–504. DOI: 10.1007/s11002-012-9186-1.
- Jolls C., Sunstein C.R., Thaler R. (1998). A behavioral approach to law and economics. *Stanford Law Review*, 1471–1550. DOI: 10.2307/1229304.
- Jolly S., Bakker R., Hooghe L., Marks G., Polk J., Rovny J., Steenbergen M., Vachudova M.A. (2021). Chapel Hill Expert Survey trend file, 1999–2019. *Electoral Studies*, 75, 102420. DOI: 10.1016/j.electstud.2021.102420.
- Jones R., Pykett J., Whitehead M. (2013). *Changing behaviours. On the rise of the psychological state*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Kahneman D. (2002). Maps of bounded rationality. A perspective on intuitive judgment and choice. *Prize Lecture*. Pobrane z: http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economics/laureates/2002/kahnemann-lecture.pdf (dostęp: 15.12.2022).
- Kahneman D. (2003a). Maps of bounded rationality. Psychology for behavioral economics. *American Economic Review*, 93(5), 1449–1475. DOI: 10.1257/000282803322655392.
- Kahneman D. (2003b). A perspective on judgment and choice. Mapping bounded rationality. *American Psychologist*, 58(9), 697–720. DOI: 10.1037/0003-066X.58.9.697.
- Kahneman D. (2011). *Thinking, fast and slow*. London: Penguin Books.
- Kahneman D. (2012). *Pułapki myślenia. O myśleniu szybkim i wolnym*. Poznań: Media Rodzina.
- Kahneman D., Frederick S. (2002). *Representativeness revisited. Attribute substitution in intuitive judgment*. W: T. Gilovich, D. Griffin, D. Kahneman (eds.), *Heuristics and biases. The psychology of intuitive judgment* (s. 49–81). Cambridge: Cambridge University Press. DOI: 10.1017/CBO9780511808098.004.

- Kahneman D., Frederick S. (2005). *A model of heuristic judgment*. W: K.J. Holyoak, R.G. Morrison (eds.), *The Cambridge handbook of thinking and reasoning* (s. 267–293), Cambridge: Cambridge University Press.
- Kahneman D., Krueger A.B., Schkade D., Schwarz N., Stone A.A. (2006). Would you be happier if you were richer? A focusing illusion. *Science*, 312(5782), 1908–1910. DOI: 10.1126/science.1129688.
- Kahneman D., Slovic P., Tversky A. (1982). *Preface*. W: D. Kahneman, P. Slovic, A. Tversky (eds.), *Judgment under uncertainty. Heuristics and biases* (s. XI–XIV). Cambridge: Cambridge University Press. DOI: 10.1017/CBO9780511809477.001
- Kahneman D., Tversky A. (1973). On the psychology of prediction. *Psychological Review*, 80(4), 237–251. DOI: 10.1037/h0034747.
- Kahneman D., Tversky A. (1992). Advances in prospect theory cumulative representation of uncertainty. *Journal of Risk and Uncertainty*, 5, 297–323. DOI: 10.1007/BF00122574.
- Kahneman D., Tversky A. (1996). On the reality of cognitive illusions. *Psychological Review*, 103(3), 582–591. DOI: 10.1037/0033-295X.103.3.582.
- Kaiser M., Bernauer M., Sunstein C.R., Reisch L.A. (2020). The power of green defaults. The impact of regional variation of opt-out tariffs on green energy demand in Germany. *Ecological Economics*, 174. DOI: 10.1016/j.ecolecon.2020.106685.
- Kao Y.F., Velupillai K.V. (2015). Behavioural economics. Classical and modern. *The European Journal of the History of Economic Thought*, 22(2), 236–271. DOI: 10.1080/09672567.2013.792366.
- Khadzhyradieva S., Hrechko T., Savkov A. (2019). Behavioral insights in public policy. Ukrainian case. *Public Policy and Administration*, 18(1), 85–99. DOI: 10.5755/j01.ppa.18.1.23130
- King J., Slovic P. (2014). The affect heuristic in early judgments of product innovations. *Journal of Consumer Behaviour*, 13, 411–428. DOI: 10.1002/cb.1491.
- Kopaczewski T. (2013). Vernon Smith „Racjonalność w ekonomii”. *Decyzje*, 20, 111–118. DOI: 10.7206/DEC.1733-0092.14.
- Krawiec J.M., Piaskowska O.M., Piesiewicz P.F., Białaszek W. (2021). Tools for public health policy. Nudges and boosts as active support of the law in special situations such as the COVID-19 pandemic. *Globalization and Health*, 17, 132. DOI: 10.1186/s12992-021-00782-5.
- Kruglanski A.W., Gigerenzer G. (2011). Intuitive and deliberate judgments are based on common principles. *Psychological Review*, 118(1), 97–109. DOI: 10.1037/a0020762.
- Kuehnhanss C.R. (2019). The challenges of behavioural insights for effective policy design. *Policy and Society*, 38(1), 14–40. DOI: 10.1080/14494035.2018.1511188.
- Kwasiborski P., Sobol M. (2011). Test niezależności chi-kwadrat i jego zastosowanie w interpretacji wyników badań klinicznych. *Kardiochirurgia i Torakochirurgia*, 4, 550–554.

- Lades L.K. (2014). Impulsive consumption and reflexive thought. Nudging ethical consumer behavior. *Journal of Economic Psychology*, 41, 114–28. DOI: 10.1016/j.joep.2013.01.003.
- Lades L.K., Delaney L. (2020). *Nudge FORGOOD*. Pobrane z: <https://www.cambridge.org/core/journals/behavioural-public-policy/article/abs/nudge-forgood/06BC9E9032521954E8325798390A998> (dostęp: 16.12.2022).
- Lades L.K., Delaney L. (2022). Nudge FORGOOD. *Behavioural Public Policy*, 6, 75–94. DOI: 10.1017/bpp.2019.53.
- Lades L., Nova F. (2022). Ethical considerations when using behavioural insights to reduce people’s meat consumption. *UCD Geary Institute for Public Policy Discussion Paper Series*, WP2022/09. Pobrane z: <https://www.ucd.ie/geary/static/publications/workingpapers/gearywp202209.pdf> (dostęp: 17.12.2022).
- Laibson D., List J. (2015). Principles of (behavioral) economics. *American Economic Review*, 105(5), 385–390. DOI: 10.1257/aer.p20151047.
- Landreth H., Colander D.C. (2005). *Historia myśli ekonomicznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Lapinski M.K., Rimal R.N. (2005). An explication of social norms. *Communication Theory*, 15(2), 127–147.
- Lee C.Y., Ting C.C., Wu J.H., Lee K.T., Chen H.S., Chang Y.Y. (2018). Dental visiting behaviours among primary schoolchildren. Application of the health belief model. *International Journal of Dental Hygiene*, 16, e88–e95. DOI: 10.1111/idh.12319.
- Lehner M., Mont O., Heiskanen E. (2016). Nudging – a promising tool for sustainable consumption behaviour? *Journal of Cleaner Production*, 134, 166–177. DOI: 10.1016/j.jclepro.2015.11.086.
- Lenzi D. (2019). Deliberating about climate change. The case for “thinking and nudging”. *Moral Philosophy and Politics*, 6(2), 313–336. DOI: 10.1515/mopp-2018-0034.
- Leong L.C. (2011). Foreword. W: D. Low (ed.), *Behavioural economics and policy design. Examples from Singapore* (s. vii–xii). Singapore: World Scientific Publishing Company.
- Lepenieš R., Malecka M. (2019). *The ethics of behavioural public policy*. W: A. Lever, A. Poama (eds.), *The Routledge handbook of ethics and public policy* (s. 513–525). Abingdon: Routledge.
- Lin Y., Osman M., Ashcroft R. (2017). Nudge. Concept, effectiveness, and ethics. *Basic and Applied Social Psychology*, 39(6), 293–306. DOI: 10.1080/01973533.2017.1356304.
- Lipsey R.G. (2009). Some legacies of Robbins’ „An essay on the nature and significance of economic science”. *Economica*, 76, 845–856.
- Listorti G., Basyte-Ferrari E., Acs S., Smits P. (2020). Towards an evidence-based and integrated policy cycle in the EU. a review of the debate on the BR agenda. *Journal of Common Market Studies*, 58(6), 1558–1577. DOI: 10.1111/jcms.13053.

- Lodge M., Wegrich K. (2016). The rationality paradox of nudge. Rational tools of government in a world of bounded rationality. *Law & Policy*, 38(3), 250–267. DOI: 10.1111/lapo.12056.
- Loewenstein G., Chater N. (2017). Putting nudges in perspective. *Behavioral Public Policy*, 1, 26–53. DOI: 10.1017/bpp.2016.7.
- Loibl C., Sunstein C.R., Rauber J., Reisch L.A. (2018). Which Europeans like nudges? Approval and controversy in four European countries. *Journal of Consumer Affairs*, 52(3), 655–688. DOI: 10.1111/joca.12181.
- Lourenço J.S., Ciriolo E., Almeida S.R., Troussard X. (2016). *Behavioural insights applied to policy*. European Report 2016, EUR 27726 EN. DOI: 10.2760/903938.
- Löfgren Å., Nordblom K. (2020). A theoretical framework of decision making explaining the mechanisms of nudging. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 174, 1–12. DOI: 10.1016/j.jebo.2020.03.021.
- Luan S., Reb J., Gigerenzer G. (2019). Ecological rationality. Fast-and-frugal heuristics for managerial decision making under uncertainty. *Academy of Management Journal*, 62(6), 1735–1759. DOI: 10.5465/amj.2018.0172.
- Lugtig P., Toepoel V., Emery T., Cabaco S., Bujard M., Naderi R., Schumann A., Lück D. (2022). Can we successfully move a cross-national survey online? Results from a Large Three-country experiment in the gender and generations programme survey. *SorcArXiv Paper*. DOI: 10.31235/osf.io/mu8jy.
- Lunn P. (2014). *Regulatory policy and behavioural economics*. Paris: OECD Publishing. DOI: 10.1787/9789264207851-en.
- Lunn P., Robertson D. (2019). Using behavioural experiments to pre-test policy. *Budget Perspectives*, 2. Pobrane z: www.esri.ie/publications/using-behavioural-experiments-to-pre-test-policy (dostęp: 3.03.2023).
- Mącik R. (2014). Ankiety internetowe w percepcji osób korzystających i niekorzystających z nich w pracy zawodowej. *Studia Ekonomiczne, Metody ilościowe w badaniach marketingowych*, 195, 125–139.
- Maier E. (2012). Smart mobility. Encouraging sustainable mobility behaviour by designing and implementing policies with citizen involvement. *eJournal of eDemocracy and Open Government*, 4(1), 115–141. DOI: 10.29379/jedem.v4i1.110.
- Mäki U. (2013). Scientific imperialism. Difficulties in definition, identification, and assessment. *International Studies in the Philosophy of Science*, 27(3), 325–339. DOI: 10.1080/02698595.2013.825496.
- Makki F. (2017). *Nudge units are just the tool for effective policy*. Pobrane z: <http://www.thenational.ae/business/economy/nudge-units-are-just-the-tool-for-effective-policy> (dostęp: 28.11.2022).

- Manstead A.S. (2018). The psychology of social class. How socioeconomic status impacts thought, feeling and behaviour. *British Journal of Social Psychology*, 57, 267–291. DOI: 10.1111/bjso.12251
- Marchiori D., Adriaanse M.A., De Ridder D.T. (2017). Unresolved questions in nudging research. Putting the psychology back in nudging. *Social and Personality Psychology Compass*, 11, e12297. DOI: 10.1111/spc3.12297.
- Marewski J., Gaissmaier W., Gigerenzer G. (2010). Good judgments do not require complex cognition. *Cognitive Processing*, 11(2), 103–121. DOI: 10.1007/s10339-009-0337-0.
- Marteau T.M., Hollands G.J., Fletcher P.C. (2012). Changing human behavior to prevent disease. The importance of targeting automatic processes. *Science*, 337, 1492–1495. DOI: 10.1126/science.1226918.
- Martens S., Herberz M., Hahnel U.J., Brosch T. (2022). The effectiveness of nudging. A meta-analysis of choice architecture interventions across behavioral domains. *Proceedings of The National Academy of Sciences*, 119(1), e2107346118. DOI: 10.1073/pnas.2107346118.
- McKenzie C.R., Liersch M.J., Finkelstein S.R. (2006). Recommendations implicit in policy defaults. *Psychological Science*, 17(5), 414–420. DOI: 10.1111/j.1467-9280.2006.01721.x.
- McShane M., Nirenburg S., Jarrell B. (2013). Modeling decision-making biases. *Biologically Inspired Cognitive Architectures*, 3, 39–50. DOI: 10.1016/j.bica.2012.09.001.
- Mearman A. (2007). *Teaching heterodox economics concepts. The handbook for economics lecturers, economics network*. DOI: 10.53593/n229a. Pobrane z: <https://www.economicsnetwork.ac.uk/handbook/printable/heterodox.pdf> (dostęp: 11.12.2022).
- Mensah Y., Chen H.Y. (2013). Global clustering of countries by culture. An extension of the GLOBE Study. *SSRN Electronic Journal*. DOI: 10.2139/ssrn.2189904.
- Michaelsen P., Johansson L.O., Hedesström M. (2021). Experiencing default nudges. Autonomy, manipulation, and choice-satisfaction as judged by people themselves. *Behavioural Public Policy*, 1–22. DOI: 10.1017/bpp.2021.5.
- Michie S., Stralen M., West R. (2011). The behaviour change wheel. A new method for characterising and designing behaviour change interventions. *Implementation Science*, 6, 42. DOI: 10.1186/1748-5908-6-42.
- Mider D. (2018). Dylematy metodologiczne badań kultury politycznej w Internecie. *Przegląd Politologiczny*, 2, 23–34. DOI: 10.14746/pp.2013.18.2.2.
- Mider D., Marcinkowska A. (2013). *Analiza danych ilościowych dla politologów. Praktyczne wprowadzenie z wykorzystaniem programu GNU PSPP*. Warszawa: ACAD.
- Milfont T., Duckitt J. (2010). The environmental attitudes inventory. A valid and reliable measure to assess the structure of environmental attitudes. *Journal of Environmental Psychology*, 30, 80–94. DOI: 10.1016/j.jenvp.2009.09.001.
- Mills C. (2015). The heteronomy of choice architecture. *Review of Philosophy and Psychology*, 6(3), 495–509. DOI: 10.1007/s13164-015-0242-7.

- Mills S. (2020). Nudge/sludge symmetry. On the relationship between nudge and sludge and the resulting ontological, normative and transparency implications. *Behavioural Public Policy*, 7(2), 309–332. DOI: 10.1017/bpp.2020.61.
- Milonakis D., Fine B. (2009). *From political economy to economics. Method, the social and the historical in the evolution of economic theory*. New York: Routledge. Pobrane z: http://pauladaunt.com/books/From_Political_Economy_to_Freakonomics.pdf (dostęp: 18.12.2022).
- Miłaszewicz D. (2016). *Origins of experimental economics*. W: K. Nermend, M. Łatuszyńska (eds.), *Selected issues in experimental economics* (s. 15–26). Cham: Springer. DOI: 10.1007/978-3-319-28419-4.
- Mitchell G. (2004). Libertarian paternalism is an oxymoron. *Northwestern University Law Review*, 99(3), DOI: 10.2307/1600573.
- Moczko J.A., Bręborowicz G.H., Tadeusiewicz R. (1998). *Statystyka w badaniach medycznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Möllenkamp M., Zeppernick M., Schreyögg J. (2019). The effectiveness of nudges in improving the self-management of patients with chronic diseases. A systematic literature review. *Health Policy*, 123(12), 1199–1209. DOI: 10.1016/j.healthpol.2019.09.008.
- Mongin P., Cozic M. (2018). Rethinking nudge. Not one but three concepts. *Behavioural Public Policy*, 2, 107–124. DOI: 10.1017/bpp.2016.16.
- Mont O., Lehner M., Heiskanen E. (2014). Nudging. A tool for sustainable behaviour? *Swedish Environmental Protection Agency Report*, 6643. Pobrane z: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1610786/FULLTEXT01.pdf> (dostęp: 15.12.2022).
- Mont O., Power K. (2013). Understanding factors that shape consumption. *ETC/SCP Working Paper*, 1/2013. Pobrane z: http://scp.eionet.europa.eu/publications/wp2013_1/wp/wp2013_1 (dostęp: 4.01.2023).
- Morewedge C.K., Kahneman D. (2010). Associative processes in intuitive judgment. *Trends in Cognitive Sciences*, 14(10), 435–440. DOI: 10.1016/j.tics.2010.07.004.
- Mousavi S. (2016). *Gerd Gigerenzer and Vernon Smith. Ecological rationality of heuristics in psychology and economics*. W: R. Frantz, S.H. Chen, K. Dopfer, F. Heukelom, S. Mousavi (eds.), *Routledge handbook of behavioral economics* (s. 88–100). London: Taylor & Francis.
- Mugg J. (2016). The dual-process turn. How recent defenses of dual-process theories of reasoning fail. *Philosophical Psychology*, 29(2), 300–309. DOI: 10.1080/09515089.2015.1078458.
- Münscher R., Vetter M., Scheuerle, T. (2016). A review and taxonomy of choice architecture techniques. *Journal of Behavioral Decision Making*, 29(5), 511–524. DOI: 10.1002/bdm.1897.
- Murdock B.B. (1962). The serial position effect of free recall. *Journal of Experimental Psychology*, 64(5), 482–488.

- Nagatsu M. (2015). Social nudges. Their mechanisms and justification. *Review of Philosophy and Psychology*, 6, 481–494. DOI: 10.1007/s13164-015-0245-4.
- Neck R. (2021). Methodological individualism. Still a useful methodology for the social sciences? *Atlantic Economic Journal*, 49(4), 349–361. DOI: 10.1007/s11293-022-09740-x.
- Neth H., Gigerenzer G. (2015). *Heuristics. Tools for an uncertain world*. W: R. Scott, S. Kosslyn (eds.), *Emerging trends in the social and behavioral sciences. An interdisciplinary, searchable, and linkable resource* (s. 1–18). New York: Wiley Online Library. DOI: 10.1002/9781118900772.etrds0394.
- Neuhaus T. (2022). When push came to nudge. Interdisciplinary criticisms of behavioral (public) policy. *NETSOL New Trends in Social and Liberal Sciences*, 7(1), 1–19. DOI: 10.24819/netsol2022.01.
- Neuhaus T., Curley L.J. (2022). The emergence of global behavioral public policy – developments of and within the nudge unit. *World Complexity Science Academy Journal*, 3(2), 1–17. DOI: 10.46473/WCSAJ27240606/20-09-2022-0006.
- Nielsen A.S., Sand H., Sørensen P., Knutsson M., Martinsson P., Persson E., Wollbrant C. (2017). *Nudging and pro-environmental behaviour*. Copenhagen: Nordic Council of Ministers. DOI: 10.6027/TN2016-553.
- Nørgaard A.S. (2018). Human behavior inside and outside bureaucracy. Lessons from psychology. *Journal of Behavioral Public Administration*, 1(1), 1–16. DOI: 10.30636/jbpa.11.13.
- Nova F., Lades L. (2022). *Nudges and other behavioural public policy instruments to encourage environmentally friendly behaviour*. Pobrane z: <https://publicpolicy.ie/environment/nudges-and-other-behavioural-public-policy-instruments-to-encourage-environmentally-friendly-behaviour/> (dostęp: 12.03.2023).
- OECD (2015). *Behavioural insights and new approaches to policy design. The views from the field*. Summary of an International Seminar, 23 January, Paris. Pobrane z: www.oecd.org/gov/behavioural-insights-summary-report-2015.pdf (dostęp: 23.01.2023).
- OECD (2017a). *Behavioural insights and public policy. Lessons from around the world*. Paris: OECD Publishing. DOI: 10.1787/9789264270480-en.
- OECD (2017b). *Fostering innovation in the public sector*. Paris: OECD Publishing. DOI: 10.1787/9789264270879-en.
- OECD (2017c). *Government at a glance 2017*. Paris: OECD Publishing. DOI: 10.1787/gov_glance-2017-en.
- OECD (2018a). *BASIC toolkit and ethical guidelines for policy makers – draft for consultation*. Pobrane z: <https://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/BASIC-Toolkit-Draft-for-Consultation.pdf> (dostęp: 14.12.2022).

- OECD (2018b). *Tools and ethics for applied behavioural insights. The BASIC brochure*.
Pobrane z: <https://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/BASIC-Toolkit-web.pdf>
(dostęp: 12.01.2023).
- OECD (2019a). *Tools and ethics for applied behavioural insights. The BASIC toolkit*.
OECD Publishing: Paris. DOI: 10.1787/9ea76a8f-en.
- OECD (2019b). *Delivering better policies through behavioural insights. New approaches*.
Paris: OECD Publishing. DOI: 10.1787/6c9291e2-en.
- OECD (2022). *Good practice principles for the ethical use of behavioural science in public policy*. Pobrane z: <https://oecd-opsi.org/publications/bi-gpps/> (dostęp: 19.12.2022).
- OECD (2023). *Behaviour insights units*. Pobrane z: <https://oecd-opsi.org/bi-units/> (dostęp: 2.02.2023).
- Ogólnopolski Panel Badawczy Ariadna (b. d.). Pobrane z: <https://www.panelariadna.pl>
(dostęp: 3.12.2022).
- Olejniczak K., Śliwowski P. (2015). Towards behaviorally informed public interventions.
Management and Business Administration. Central Europe, 3(2), 61–91. DOI: 10.7206/
mba.ce.2084-3356.142.
- Olejniczak K., Śliwowski P., Wojtowicz W. (2019). Projektowanie rozwiązań publicznych
na ludzką miarę – *behavioral insights*. *Samorząd Terytorialny*, 10, 7–19.
- Olejniczak K., Śliwowski P., Leeuw F. (2020). Comparing behavioral assumptions of
policy tools. Framework for policy designers. *Journal of Comparative Policy Analysis,
Research and Practice*, 22(6), 498–520. DOI: 10.1080/13876988.2020.1808465.
- Oliver A. (2013). From nudging to budging. Using behavioural economics to inform
public sector policy. *Journal of Social Policy*, 42(4), 685–700. DOI: 10.1017/
S0047279413000299.
- Oliver A. (2015). Nudging, shoving and budging. Behavioural economic-informed policy.
Public Administration, 93(3), 700–714. DOI: 10.1111/padm.12165.
- Oliver A. (2017). *The origins of behavioural public policy*. Cambridge: Cambridge
University Press.
- Oliver A. (2018). Nudges, shoves and budges. Behavioural economic policy frameworks.
The International Journal of Health Planning and Management, 33(1), 272–275.
DOI: 10.1002/hpm.2419.
- ONZ (2022). *Practitioner's guide to getting started with behavioural science*. Pobrane z:
<https://www.un.org/en/content/behaviouralscience/> (dostęp: 20.12.2022).
- Orozco F., Ochoa D., Muquinche M., Padro M., Melby C.L. (2017). Awareness, compre-
hension, and use of newly mandated nutrition labels among mestiza and indigenous
Ecuadorian women in the central Andes region of Ecuador. *Food and Nutrition
Bulletin*, 38(1), 37–48. DOI: 10.1177/0379572116684730.

- Orrell D. (2010). *Economyths. Ten ways economics gets it wrong*. London: Icon Books.
- Osman M., Fenton, N., Pilditch, T., Lagnado, D., Neil M. (2018). Whom do we trust on social policy interventions? *Basic and Applied Social Psychology*, 40(5), 249–268. DOI: 10.1080/01973533.2018.1469986.
- Panel (b.d.). Maison & partners. Pobrane z: <http://www.maison.pl/index.php/panel> (dostęp: 4.12.2022).
- Peón D., Antelo M. (2021). The effect of behavioral biases on financial decisions. *Revista Estrategia Organizacional*, 10(2), 1–63. DOI: 10.22490/25392786.4963.
- Pham M.T., Avnet T. (2009). Contingent reliance on the affect heuristic as a function of regulatory focus. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 108(2), 267–278. DOI: 10.1016/j.obhdp.2008.10.001.
- Plous S. (1993). *The psychology of judgment and decision making*. New York: McGraw-Hill.
- Przewłocka J. (2009). *CAWI – specyfika, wykorzystanie, perspektywy rozwoju*. W: A. Haber, M. Szałaj (red.), *Ewaluacja wobec wyzwań stojących przed sektorem finansów publicznych* (s. 97–108). Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Pułaska-Turyna B. (2011). *Statystyka dla ekonomistów*. Warszawa: Difin.
- Pykett J., Howell R., Lilley R., Jones R., Whitehead M. (2017). *Governing mindfully. Shaping policy makers' emotional engagements with behaviour change*. W: E. Jupp, J. Pykett, F.M. Smith (eds.), *Emotional states: sites and spaces of affective governance* (s. 69–84). London–New York: Routledge.
- Samson A. (ed.) (2016). *The behavioral economics guide 2016*. Pobrane z: <http://www.behavioraleconomics.com> (dostęp: 18.12.2022).
- de Quintana Medina J. (2020). *The acceptability of nudges as public policy tools*. Pobrane z: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/671907/jdqmlde1.pdf?sequence=5.xml> (dostęp: 24.02.2023).
- de Quintana Medina J. (2021). What is wrong with nudges? Addressing normative objections to the aims and the means of nudges. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, 25, 23–37. DOI: 10.24965/gapp.i25.10865.
- Rabin M. (2002). A perspective on psychology and economics. *European Economic Review*, 46 (4–5), 657–685. DOI: 10.1016/S0014-2921(01)00207-0.
- Rawat S. (2016). Behavioral studies in economics and public policy journals. A bibliometric analysis. Pobrane z: <https://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/32d7e811-8d44-48c4-9f8a-d02b8c8e11e4.pdf> (dostęp: 12.12.2022).
- Reijula S., Hertwig R. (2022). Self-nudging and the citizen choice architect. *Behavioural Public Policy*, 6(1), 119–149. DOI: 10.1017/bpp.2020.5.
- Reisch L.A., Sunstein C.R. (2016). Do Europeans like nudges? *Judgment and Decision Making*, 11, 4, 310–325. DOI: 10.2139/ssrn.2739118.
- Reisch L.A., Sunstein C.R., Gwozdz W. (2017). Beyond carrots and sticks. Europeans support health nudges. *Food Policy*, 69(4), 1–10. DOI: 10.1016/j.foodpol.2017.01.007.

- Reynolds J.P., Stautz K., Piling M., van der Linden S., Marteau T.M. (2020). Communicating the effectiveness and ineffectiveness of government policies and their impact on public support. A systematic review with meta-analysis. *Royal Society Open Science*, 7, 190522. DOI: 10.1098/rsos.190522.
- Riddell M., Hales D. (2018). Predicting cancer-prevention behavior. Disentangling the effects of risk aversion and risk perceptions. *Risk Analysis*, 38, 2161–2177. DOI: 10.1111/risa.13111.
- Rimal R.N., Lapinski M.K. (2015). A re-explication of social norms, ten years later. *Communication Theory*, 25(4), 393–409. DOI: 10.1111/comt.12080.
- Ritchie D., Van den Broucke S., Van Hal G. (2021). The health belief model and theory of planned behavior applied to mammography screening. A systematic review and meta-analysis. *Public Health Nursing*, 38, 482–492. DOI: 10.1111/phn.12842.
- Robbins L.C. (1932). *An essay on the nature and significance of economic science*. Macmillan, London. Pobrane z: https://mises.org/system/tdf/Essay%20on%20the%20Nature%20and%20Significance%20of%20Economic%20Science_2.pdf?file=1&type=document (dostęp: 20.12.2022).
- Roese N.J., Vohs K.D. (2012). Hindsight bias. *Perspectives on Psychological Science*, 7(5), 411–426. DOI: 10.1177/1745691612454303.
- Roszkowska E. (2021). *Decyzje wielokryterialne i negocjacje. Wybrane aspekty teoretyczne i badania eksperymentalne*. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.
- Samson A. (ed.) (2022). *Behavioral economics guide 2022*. Pobrane z: <https://www.behavioraleconomics.com/be-guide/the-behavioral-economics-guide-2022/> (dostęp: 11.12.2022).
- Samson A., Voyer B.G. (2012). Two minds, three ways: dual system and dual process models in consumer psychology. *AMS Review*, 2(2-4), 48–71. DOI: 10.1007/s13162-012-0030-9.
- Samson A., Voyer B.G. (2014). Emergency purchasing situations. Implications for consumer decision-making. *Journal of Economic Psychology*, 44, 21–33. DOI: 10.1016/j.joep.2014.05.004.
- Samuelson W., Zeckhauser R. (1988). Status quo bias in decision making. *Journal of Risk and Uncertainty*, 1, 7–59. DOI: 10.1007/bf00055564.
- Sanders M., Snijders V., Hallsworth M. (2018). Behavioural science and policy. Where are we now and where are we going? *Behavioural Public Policy*, 2, 144–167. DOI: 10.1017/bpp.2018.17.
- Sandoval L.A., Carpio C.E., Sanchez-Plata M. (2019). The effect of “traffic-light” nutritional labelling in carbonated soft drink purchases in Ecuador. *PLoS ONE*, 14(10), e0222866. DOI: 10.1371/journal.pone.0222866.
- Santos Silva M. (2022). Nudging and other behaviourally based policies as enablers for environmental sustainability. *Laws*, 11(1), 9. DOI: 10.3390/laws11010009.

- Scarantino A. (2009). On the role of values in economic science. Robbins and his critics. *Journal of the History of Economic Thought*, 31(4), 449–473. DOI: 10.1017/S1053837209990253.
- Schacter D., Gilbert D., Wegner D. (2011). *Psychology*. New York: Worth Publishers.
- Schlag P. (2010). Nudge, choice architecture, and libertarian paternalism. *Michigan Law Review*, 108(6), 913–924. Pobrane z: <https://repository.law.umich.edu/mlr/vol108/iss6/5> (dostęp: 3.03.2023).
- Schmidt A.T., Engelen B. (2020). The ethics of nudging. An overview. *Philosophy Compass*, 15, e12658. DOI: 10.1111/phc3.12658.
- Schubert C. (2017). Green nudges. Do they work? Are they ethical? *Ecological Economics*, 132, 329–342. DOI: 10.1016/j.ecolecon.2016.11.009.
- Schweizer M. (2015). *Nudging and the principle of proportionality – obliged to nudge?* Pobrane z: https://www.academia.edu/37264133/Nudging_and_the_principle_of_proportionality_-_obliged_to_nudge (dostęp: 3.03.2023).
- Selinger E., Whyte K. (2011). Is there a right way to nudge? The practice and ethics of choice architecture. *Sociology Compass*, 5(10), 923–935. DOI: 10.1111/j.1751-9020.2011.00413.x.
- Seljak R., Arendt L. (2022). *Improving data collection for the quality of life in european cities survey sampling method, interviewing methodology and structure of the questionnaire*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. DOI: 10.2785/359627.
- Sent E.M. (2004). Behavioral economics. How psychology made its (limited) way back into economics. *History of Political Economy*, 36(4), 735–760. DOI: 10.1215/00182702-36-4-735.
- Sent E.M. (2005). Simplifying Herbert Simon. *History of Political Economy*, 37(2), 227–232. DOI: 10.1215/00182702-37-2-227.
- Service O., Hallsworth M., Halpern D., Algate F., Gallagher R., Nguyen S., Ruda S., Sanders M., Pelenur M., Gyani A., Harper H., Reinhard J., Kirkma E. (2014). *EAST: Four simple ways to apply behavioural insights*. Pobrane z: <http://www.behaviouralinsights.co.uk> (dostęp: 19.12.2022).
- Sevgin M. (2020). Public policy implications of cognitive biases and heuristics. *The Journal of International Social Research*, 13(72), 871–878. DOI: 10.14746/pp.2021.26.4.9.
- Shafir E. (2013a). Introduction. W: E. Shafir (ed), *The behavioral foundations of public policy* (s. 1–10). Princeton: Princeton University Press.
- Shafir E. (ed.) (2013b). *The behavioral foundations of public policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Shah A.K., Oppenheimer D.M. (2008). Heuristics made easy. An effort-reduction framework. *Psychological Bulletin*, 134(2), 207–222. DOI: 10.1037/0033-2909.134.2.207.
- Shefrin H. (2000). *Beyond greed and fear. Understanding behavioral finance and the psychology of investing*. Oxford: Oxford University Press.

- Shepperd J.A., Waters E., Weinstein N.D., Klein W.M. (2015). A primer on unrealistic optimism. *Current Directions in Psychological Science*, 24(3), 232–237. DOI: 10.1177/0963721414568341.
- Shreedhar G. (2020). *Consumption and biodiversity conservation: insights from behavioral science using the MINDSPACE approach*. W: W. Filho, A. Azul, L. Brandli, A. Salvia, A.T. Wall (eds.), *Life on land. Encyclopedia of the UN sustainable development goals* (s. 1–12). Cham: Springer. DOI: 10.1007/978-3-319-71065-5_145-1.
- Shweder R.A., Casagrande J.B., Fiske D.W., Greenstone J.D., Heelas P., Lancy D.F. (1977). Likeness and likelihood in everyday thought. Magical thinking in judgments about personality [and comments and reply]. *Current Anthropology*, 18(4), 637–658. <http://www.jstor.org/stable/2741505>.
- Simon H.A. (1972). *Theories of bounded rationality*. W: C.B. McGuire, R. Radner (eds.), *Decision and organization* (s. 161–173). Amsterdam: Nord Holand Publishing Company.
- Simon H.A. (1976). *From substantive to procedural rationality*. W: S.J. Latsis (ed.), *Methods and appraisal in economics* (s. 129–148). Cambridge: Cambridge University Press.
- Simon H.A. (1978). *Rational decision-making in business organizations*. Nobel Memorial Lecture, 8 December. Pobrane z: http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/1978/simon-lecture.pdf (dostęp: 12.12.2022).
- Simon H.A. (1987). *Behavioural economics*. W: J. Eatwell, M. Milgate, P. Newman (eds.), *The new Palgrave. A dictionary of economics*, vol. 1 (s. 221–225). New York: Stockton Press.
- Simon H. (1990a). *Reason in human affairs*. Palo Alto: Stanford University Press.
- Simon H.A. (1990b). Invariants of human behaviour. *Annual Review of Psychology*, 41, 1–19. Pobrane z: <http://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.ps.41.020190.000245> (dostęp: 14.12.2022).
- Simon H.A. (2000). Bounded rationality in social science. *Mind & Society*, 1(1), 25–39.
- Simon H.A. (2007). *Podejmowanie decyzji i zarządzanie ludźmi w biznesie i administracji*. Gliwice: Wydawnictwo Helion.
- Sintov N.D., Schultz P.W. (2017). Adjustable green defaults can help make smart homes more sustainable. *Sustainability*, 9(4), 622. DOI: 10.3390/su9040622.
- Sloman S.A. (2002). Two systems of reasoning. W: T. Gilovich, D. Griffin, D. Kahneman (eds.), *Heuristics and biases. The psychology of intuitive judgment* (s. 379–397). New York: Cambridge University Press.
- Slovic P., Finucane M.L., Peters E., MacGregor D.G. (2007). The affect heuristic. *European Journal of Operational Research*, 177, 1333–1352. DOI: 10.1016/j.ejor.2005.04.006.
- Słowińska M. (2019). Wykorzystanie testu chi-kwadrat w badaniach preferencji żywieniowych konsumentów. *Nauki Inżynierskie i Technologie*, 1(32), 24–38. DOI: 10.15611/nit.2019.1.02.

- Smith V.L. (2002). *Constructivist and ecological rationality in economics*. W: *Prize lecture 2002* (s. 502–561) Pobrane z: <https://www.nobelprize.org/uploads/2017/05/vernon-smith-lecture.pdf> (dostęp: 25.11.2022).
- Smith V.L. (2005). Behavioral economics research and the foundations of economics. *Journal of Socio-Economics*, 34, 135–150. DOI: 10.1016/j.socec.2004.09.003.
- Smith V.L. (2013). *Racjonalność w ekonomii*. Warszawa: Oficyna a Wolters Kluwer business.
- Sobczyk M. (2002). *Statystyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Sobieszkańska A., Sobieszkański J., Pieciewicz-Szczęśna H., Słopiecka A., Zukow W., Karwat I.D. (2016). Najważniejsze czynniki modelujące stan zdrowia jednostki i populacji. Cz. 1. *Journal of Education, Health and Sport*, 6(13), 247–259. DOI: 10.5281/zenodo.290621.
- Soman D. (2020). *Sludge. A very short introduction*. Pobrane z: <https://www.rotman.utoronto.ca/-/media/Files/Programs-and-Areas/BEAR/White-Papers/BEARxBIOrg-Sludge-Introduction.pdf?la=en&hash=DCB98795CB485977A04DDB27EFD800C-3DA40220E> (dostęp: 17.12.2023).
- Souza-Neto V., Marques O., Mayer V.F., Lohmann G. (2022). Lowering the harm of tourist activities. A systematic literature review on nudges. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–22. DOI: 10.1080/09669582.2022.2036170.
- Sowa P., Pędziński B., Krzyżak M., Maślach D., Wójcik S., Szpak A. (2015). The computer-assisted web interview method as used in the national study of ICT use in primary healthcare in Poland – reflections on a case study. *Studies in Logic, Grammar and Rhetoric*, 43(1), 137–146. DOI: 10.1515/slgr-2015-0046.
- Stanisławski R. (2017). Triangulacja technik badawczych w naukach o zarządzaniu. *Organizacja i Kierowanie*, 4(178), 103–120.
- Stanovich K.E., Toplak M.E. (2012). Defining features versus incidental correlates of Type 1 and Type 2 processing. *Mind & Society*, 11(1), 3–13. DOI: 10.1007/s11299-011-0093-6.
- Stanovich K.E., West R.F. (2002). Individual differences in reasoning. Implications for the rationality debate. *Behavioral and Brain Sciences*, 23, 645–665. DOI: 10.1017/s0140525x00003435.
- Stern P.C. (2000). Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 56, 407–424. DOI: 10.1111/0022-4537.00175.
- Straßheim H. (2020a). De-biasing democracy. Behavioural public policy and the post-democratic turn. *Democratization*, 27(3), 461–476. DOI: 10.1080/13510347.2019.1663501.
- Straßheim H. (2020b). The rise and spread of behavioral public policy. An opportunity for critical research and self-reflection. *International Review of Public Policy*, 2(1), 115–128. DOI: 10.4000/irpp.897.

- Straßheim H., Beck S. (2019). Introduction to the handbook of behavioural change and public policy. W: H. Straßheim, S. Beck, (eds.), *Handbook of behavioural change and public policy* (s. 1–21). Cheltenham: Edward Elgard Publishing.
- Sugden R. (2009). Can economics be founded on indisputable facts of experience? Lionel Robbins and the pioneers of neoclassical economics. *Economica*, 76, 857–872. DOI: 10.1111/j.1468-0335.2009.00793.
- Sulewski P. (2013). Modyfikacja testu niezależności. *Wiadomości Statystyczne*, 10, 1–19.
- Sulewski P. (2016). Moc testów niezależności w tablicy dwudzielczej większej niż 2x2. *Przegląd Statystyczny*, 63(2), 191–209.
- Sumita I., Toyama N., Ekuni D., Maruyama T., Yokoi A., Fukuhara D., Uchida-Fukuhara Y., Nakahara M., Morita M. (2022). The impact of oral health behaviors, health belief model, and absolute risk aversion on the willingness of Japanese University Students to undergo regular dental check-ups. A cross-sectional study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19, 13920. DOI: 10.3390/ijerph192113920.
- Sunstein C.R. (2013). Behavioral economics, consumption, and environmental protection. *Regulatory Policy Program Working Paper RPP-2013-19*. Cambridge: Harvard University.
- Sunstein C.R. (2014a). *Why nudge? The politics of libertarian paternalism*. New Haven: Yale University Press.
- Sunstein C.R. (2014b). *The ethics of influence. Government in the age of behavioral science*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sunstein C.R. (2014c). Nudges vs. shoves. The benefits of preserving choice. *Harvard Law Review*, 127(6), 210–217. Pobrane z: <https://harvardlawreview.org/wp-content/uploads/2014/04/Sunstein-Finall.pdf> (dostęp: 20.02.2023).
- Sunstein C.R. (2014d). Nudging. A very short guide. *Journal Consumer Policy*, 37, 583–588. DOI: 10.1007/s10603-014-9273-1.
- Sunstein C.R. (2015a). Nudges do not undermine human agency. A note. *Journal of Consumer Policy*, 38(3), 207–210. DOI: 10.2139/ssrn.2594758.
- Sunstein C.R. (2015b). Nudges, agency, navigability, and abstraction. A reply to critics. *Review of Philosophy and Psychology*, 6, 511–529.
- Sunstein C.R. (2015c). *Behavioural economics, consumption and environmental protection*. W: L.A. Reisch, J. Thøgersen (eds.), *Handbook of research on sustainable consumption* (s. 313–327). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Sunstein C. (2015d). The ethics of nudging. *Yale Journal on Regulation*, 32, 413–427. DOI: 10.2139/ssrn.2526341.
- Sunstein C.R. (2016). Do people like nudges? *Administrative Law Review*, 68(2), 177–232. DOI: 10.2139/ssrn.2604084.

- Sunstein C.R. (2017). Nudges that fail. *Behavioural Public Policy*, 1(1), 4–25. DOI: 10.1017/bpp.2016.3.
- Sunstein C.R. (2018). Misconceptions about nudges. *Journal of Behavioral Economics for Policy*, 2(1), 61–67. DOI: 10.2139/ssrn.3033101.
- Sunstein C.R. (2019). Nudging. A very short guide. *Business Economic*, 54, 127–129. DOI: 10.1057/s11369-018-00104-5.
- Sunstein C.R. (2021). Green defaults can combat climate change. *Nature Human Behavior*, 5, 548–549. DOI: 10.1038/s41562-021-01071-2.
- Sunstein C.S. (2022). Sludge audits. *Behavioural Public Policy*, 6(4), 654–673. DOI: 10.1017/bpp.2019.32.
- Sunstein C.R. (2002a). *Risk and reason. Safety, law, and the environment*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sunstein C.R. (2002b). Probability neglect. Emotions, worst cases, and law. *The Yale Law Journal*, 112, 61–107. DOI: 10.2139/ssrn.292149.
- Sunstein C.R., Reisch L.A. (2013). Green by default. *Kyklos*, 66, 398–402. DOI: 10.1111/kykl.12028
- Sunstein C.R., Reisch L.A. (2014). Automatically green. Behavioral economics and environmental protection. *Harvard Environmental Law Review*, 38, 127–158. DOI: 10.2139/ssrn.2245657.
- Sunstein C.R., Reisch L.A. (2019). *Trusting nudges. Toward a bill of rights for nudging*. Now York: Routledge. DOI: 10.4324/9780429451645.
- Sunstein C.R., Reisch L.A., Kaiser M. (2019). Trusting nudges? Lessons from an international survey. *Journal of European Public Policy*, 26(10), 1417–1443. DOI: 10.1080/13501763.2018.1531912.
- Sunstein C.R., Reisch L.A., Rauber J. (2018). A worldwide consensus on nudging? Not quite, but almost. *Regulation & Governance*, 12, 3–22. DOI: 10.1111/rego.12161.
- Sunstein C.R., Thaler R.H. (2003). Libertarian paternalism is not an oxymoron. *The University of Chicago Law Review*, 70, 1159–1202. DOI: 10.2139/ssrn.405940.
- Sztompka P. (2012). *Normy społeczne i ich respektowanie*. W: G. Mazurkiewicz (red.), *Jakość edukacji: Różnorodne perspektywy* (s. 180–184). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Śliwowski O., Wincewicz-Price A. (2019). *Prościej, taniej i skuteczniej, czyli jak ekonomia behawioralna wspiera polityki publiczne w Polsce*. Warszawa: Polski Instytut Ekonomiczny.
- Thaler R.H. (2015a). *Misbehaving. The making of behavioral economics*. New York: W.W. Norton.
- Thaler R.H. (2015b). *The power of nudges, for good and bad*. Pobrane z: <https://www.nytimes.com/2015/11/01/upshot/the-power-of-nudges-for-good-and-bad.html> (dostęp: 20.02.2023).

- Thaler R.H. (2016). Behavioral economics. Past, present, and future. *American Economic Review*, 106(7), 1577–1600. DOI: 10.1257/aer.106.7.1577.
- Thaler R.H. (2018a). From cashews to nudges. The evolution of behavioral economics. *American Economic Review*, 108(6), 1265–1287. DOI: 10.1257/aer.108.6.1265.
- Thaler R.H. (2018b). Nudge, not sludge. *Science*, 361(6401), 431. DOI: 10.1126/science.aau9241.
- Thaler R.H., Sunstein C.R. (2008). *Nudge. Improving decision about health, wealth and happiness*. London: Penguin.
- Thaler R.H., Sunstein C.R. (2003). Libertarian paternalism. *American Economic Review*, 93(2), 175–179. DOI: 10.1257/000282803321947001.
- Thaler R.H., Sunstein C.R. (2021). *Nudge. The Final Edition*. Harmondsworth: Penguin Books an imprint of Penguin Random House LLC.
- Thaler R.H., Sunstein C.R. (2023). *Impuls. Wydanie finalne*. Warszawa: Zysk i S-ka.
- Thaler R.H., Sunstein C.R., Balz J. (2012). *Choice architecture*. W: E. Shafir (ed), *The behavioral foundations of public policy* (s. 428–439). Princeton: Princeton University Press.
- The Prize in Economic Sciences (2017). *Scientific background. Richard H. Thaler: integrating economics with psychology*. Pobrane z: http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/2017/advanced.html (dostęp: 8.11.2022).
- The Sveriges Riksbank Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel 1978. Pobrane z: http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/1978/ (dostęp: 15.11.2022).
- The Sveriges Riksbank Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel 2002. (a) Pobrane z: http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/2002/index.html (dostęp: 15.11.2022).
- The Severigs Riksbank Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel 2002 (b). Pobrane z: <https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2002/kahneman/lecture/> (dostęp: 18.12.2022).
- Thomas M.D. (2019). Reapplying behavioral symmetry: Public choice and choice architecture. *Public Choice*, 180, 11–25. DOI: 10.1007/s11127-018-0537-1.
- Toepoel V., Lugtig P. (2015). Introduction. Online surveys are mixed-device surveys. *Methods, Data and Analyses*, 9(2), 155–162. DOI: 10.1016/j.tpro.2018.10.033.
- Tomer J.F. (2007). What is behavioral economics? *Journal of Socio-Economics*, 36, 463–479. DOI: 10.1016/j.socec.2006.12.007.
- Toplak M.E., West R.F., Stanovich K.E. (2011). The cognitive reflection test as a predictor of performance on heuristics-and-biases tasks. *Memory & Cognition*, 39(7), 1275–1289. DOI: 10.3758/s13421-011-0104-1.
- Torma G., Aschemann-Witzel J., Thøgersen J. (2018). I nudge myself. Exploring ‘self-nudging’ strategies to drive sustainable consumption behaviour. *International Journal of Consumer Studies*, 42(1), 141–54. DOI: 10.1111/ijcs.12404.

- Troussard, X., van Bavel R. (2018). How can behavioural insights be used to improve EU policy? *Intereconomics*, 53, 8–12. DOI: 10.1007/s10272-018-0711-1.
- Trzpiot G. (2016). Rozważania o p-value. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 304, 58–67.
- Tummers L. (2019). Public policy and behavior change. *Public Administration Review*, 79(6), 925–930. DOI: 10.1111/puar.13109.
- Tversky A., Kahneman D. (1973). Availability. A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 5(2), 207–232. DOI: 10.1016/0010-0285(73)90033-9.
- Tversky A., Kahneman D. (1974). Judgment under uncertainty. Heuristics and biases. *Science*, 185(4157), 1124–1131. DOI: 10.1126/science.185.4157.11.
- Tversky A., Kahneman D. (1979). Prospect theory. An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291.
- Tversky A., Kahneman D. (1982a). *Judgment under uncertainty. Heuristics and biases*. W: D. Kahneman, P. Slovic, A. Tversky (eds.), *Judgment under uncertainty. Heuristics and biases* (s. 3). New York: Cambridge University Press.
- Tversky A., Kahneman D. (1982b). *Subjective probability: A judgment of representativeness*. W: D. Kahneman, P. Slovic, A. Tversky (eds.), *Judgment under uncertainty. Heuristics and biases* (s. 32–47). New York: Cambridge University Press.
- Tversky A., Kahneman D. (1982c). *Availability. A heuristic for judging frequency and probability*. W: D. Kahneman, P. Slovic, A. Tversky (eds.), *Judgment under Uncertainty. Heuristics and biases* (s. 163–178). New York: Cambridge University Press.
- Tversky A., Kahneman D. (1991). Loss aversion in riskless choice. A reference-dependent model. *The Quarterly Journal of Economics*, 106(4), 1039–1061. DOI: 10.2307/2937956.
- Tversky A., Kahneman D. (1992). Advances in prospect theory. Cumulative representation of uncertainty. *Journal of Risk and Uncertainty*, 5(4), 297–323. DOI: 10.1007/BF00122574.
- Tversky A., Slovic P., Kahneman D. (1982). *Preface*. W: D. Kahneman, P., Slovic, A. Tversky (eds.), *Judgment under uncertainty. Heuristics and biases* (s. xi–xii). New York: Cambridge University Press.
- Tversky A., Thaler R.H. (1990). Anomalies. Preference reversals. *Journal of Economic Perspectives*, 4(2), 201–211. DOI: 10.1257/jep.4.2.201.
- UKE (2021). *Raport o stanie rynku telekomunikacyjnego w Polsce w 2020 r.* Pobrane z: <https://www.uke.gov.pl/akt/raport-o-stanie-ryнку-telekomunikacyjnego-w-2020-r,391.html> (dostęp: 3.01.2023).
- UNICEF (2021). *Ethical considerations when applying behavioural science in projects focused on children*. Pobrane z: <https://www.unicef-irc.org/publications/1251-ethical-considerations-when-applying-behavioural-science-in-projects-focused-onchildren.html> (dostęp: 20.12.2022).

- van der Linden S. (2018). The future of behavioral insights. On the importance of socially situated nudges. *Behavioural Public Policy*, 2(2), 207–217. DOI: 10.1017/bpp.2018.22.
- van Kleef E., van den Broek O., van Trijp H.C. (2015). Exploiting the spur of the moment to enhance healthy consumption. Verbal prompting to increase fruit choices in a self-service restaurant. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 7(2), 149–166. DOI: 10.1111/aphw.12042.
- Varian H.R. (1997). *Mikroekonomia. Kurs średni. Ujęcie nowoczesne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Viscusi K.W., Gayer T. (2015). Behavioral public choice. The behavioral paradox of government policy. *Harvard Journal of Law and Public Policy*, 38(3), 973. DOI: 10.2139/ssrn.2559408.
- Vlaev I., King D., Dolan P., Darzi A. (2016). The theory and practice of “Nudging”. Changing health behaviors. *Public Administration Review*, 76(4), 550–561. DOI: 10.1111/puar.12564.
- Von Neumann J., Morgenstern O. (1944). *Theory of games and economic behavior*. Princeton: Princeton University Press.
- Wang X., Song G., Wan X. (2022). Measuring “nudgeability”. Development of a scale on susceptibility to physical activity nudges among college students. *Behavioral Sciences*, 12, 318. DOI: 10.3390/bs12090318.
- Wheeler G. (2020). *Bounded rationality*. W: E.N. Zalta (ed), *The Stanford encyclopaedia of philosophy*. Pobrane z: <https://plato.stanford.edu/archives/fall2020/entries/bounded-rationality/> (dostęp: 14.11.2022).
- White M.D. (2013). *The manipulation of choice. Ethics and libertarian paternalism*. New York: Palgrave Macmillan.
- Whitehead M., Jones R., Lilley R., Pykett J., Howell R. (2018). *Neuroliberalism. Behavioural government in the twenty-first century*. Londyn: Routledge. DOI: 10.4324/9781315684772.
- Whitman G. (2022). Austrian behavioral economics. *Journal of Institutional Economics*, 18(3), 449–466. DOI: 10.1017/S1744137421000084.
- WHO (2021). *Climate change and health*. Pobrane z: https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/climate-change-and-health?gclid=CjwKCAiA2fmdBhBpEiwA4C-cHzXGLsRV_V4FBHB_-T9iCfJUUpZD1kUn3Fg-UM_-cEhWViph4_2jSc4RoCQU-oQAvD_BwE (dostęp: 11.01.2023).
- Wierzbicka A. (2013). Determinanty zdrowia – analiza taksonomiczna determinant stanu zdrowia starszej subpopulacji krajów europejskich. *Acta Universitatis Lodziensis Folia Oeconomica*, 297, 195–210.
- Wilkinson N. (2008). *An introduction to behavioral economics*. New York: Palgrave Macmillan.

- Williamson K., Bujold P.M., Thulin E. (2020). *Behavior change interventions in practice. A synthesis of criteria, approaches, case studies & indicators*. Pobrane z: <https://behavior.rare.org/wp-content/uploads/2021/02/Behavior-Change-Interventions-in-Practice-final.pdf> (dostęp: 18.11.2022).
- Willis L.E. (2013). When nudges fail. Slippery defaults. *University of Chicago Law Review*, 80(3), 1155–1230. DOI: 10.2139/ssrn.2142989.
- Wincewicz-Price A. (2019). Does behavioural economics equip policy-makers with a complete (enough) picture of the human. The case of nudging. *Zarządzanie Publiczne. Public Governance*, 2(48), 58–73. DOI: 10.15678/ZP.2019.48.2.6.
- Włodarczyk E. (2019). Psychologia zachowań zdrowotnych a promocja zdrowia – wybrane zagadnienia. *Medyczna Wokanda*, 12, 61–89. DOI: 10.32055/mw.2019.12.4 1.
- Włodarczyk J. (2012). *Współczesna ekonomia heterodoksyjna. Wybrane zagadnienia*. W: S. Czaja, A. Becla, J. Włodarczyk, T. Poskrobko, *Wyzwania współczesnej ekonomii. Wybrane problemy* (s. 138–147). Warszawa: Difin.
- Wolff F., Schönherr N. (2011). The impact evaluation of sustainable consumption policy instruments. *Journal of Consumer Policy*, 34(1), 43–66. DOI: 10.1007/s10603-010-9152-3.
- World Bank (2015). *Mind, society, and behavior. A World Bank Group flagship report*. Washington: International Bank for Reconstruction and Development, The World Bank.
- Woźniak M., Brukwicka I., Kopański Z., Kollár R., Kollárová M., Bajger B. (2015). Zdrowie jednostki i zbiorowości. *Journal of Clinical Healthcare*, 4, 1–3. DOI: 10.21164/pomjlifesci.613.
- Wrenn M.V. (2006). On the nature of heterodox economics. A survey study. *History of Economics Review*, 43, 123–145. DOI: 10.1093/cje/bei093.
- Wu J. (2015). Helpful laymen in informational cascades. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 116, 407–415. DOI: 10.1016/j.jebo.2015.05.002.
- Zaleśkiewicz T. (2016). Preferencje, ryzyko i afekt. Badania Paula Slovic. *Decyzje*, 25, 85–93. DOI: 10.7206/DEC.1733-0092.73.
- Zawicki M. (2016). *Koncepcje teoretyczne implementacji polityki publicznej*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego.
- Zielonka P. (2011). *Gielda i psychologia. Behawioralne aspekty inwestowania na rynku papierów wartościowych*. Warszawa: CeDeWu.
- Zielonka P. (2017). Framing, czyli efekt sformułowania. *Decyzje*, 17, 41–68. DOI: 10.7206/DEC.1733-0092.85.
- Zijlstra T., Wijgertgangs K., Hoogendoorn-Lanser S. (2018). Traditional and mobile devices in computer assisted web-interviews. *Transportation Research Procedia*, 32, 184–194, DOI: 10.1016/j.trpro.2018.10.033.

Spis tabel

Tabela 2.1.	Heurystyki ogólnego zastosowania	38
Tabela 2.2.	Wybrane skrzywienia i uprzedzenia behawioralne.....	40–42
Tabela 4.1.	Zasady (reguły) wprowadzania SB do polityki publicznej na- kierowane na proces decyzyjny jednostek.....	64–65
Tabela 4.2.	Zasady (reguły) wprowadzania SB do polityki publicznej skierowane do jej twórców	66–67
Tabela 5.1.	Wybrane definicje <i>nudge</i> według chronologii czasowej	87–88
Tabela 5.2.	Klasyfikacja interwencji polityki publicznej.....	92
Tabela 5.3.	Ramy teoretyczne <i>nudge</i> i zaawansowanej BPP	95
Tabela 6.1.	Typy i rodzaje <i>nudges</i>	102–104
Tabela 6.2.	Typy <i>nudges</i> według P. Hansena i A. Jespersena	110
Tabela 7.1.	Charakterystyka próby badawczej.....	126–127
Tabela 8.1.	Akceptacja wybranych instrumentów BPP (w %) oraz ich kate- goryzacja przyjęta w analizie	130–131
Tabela 8.2.	Wskaźniki akceptacji analizowanych <i>nudges</i> według charak- terystyk respondentów	143
Tabela 8.3.	Wskaźniki akceptowania analizowanych <i>nudges</i> według pre- ferencji i poglądów politycznych respondentów.....	144
Tabela 8.4.	Zależność charakterystyk i postaw respondentów wobec ana- lizowanych <i>nudges</i> oraz podstawowe miary statystyczne dla pomocniczych zmiennych.....	145
Tabela 8.5.	Zależność postaw respondentów wobec analizowanych <i>nudges</i> od poparcia dla partii i poglądów politycznych respondentów oraz podstawowe miary statystyczne dla pomocniczych zmiennych	146
Tabela 8.6.	Wskaźniki akceptacji analizowanych grup <i>nudges</i> według charakterystyk respondentów	147

Tabela 8.7. Wskaźniki akceptacji analizowanych grup <i>nudges</i> według preferencji i poglądów politycznych respondentów.....	148
Tabela 8.8. Zależność charakterystyk i postaw respondentów wobec analizowanych grup <i>nudges</i>	149
Tabela 8.9. Zależność postaw respondentów wobec analizowanych grup <i>nudges</i> od poparcia dla partii i poglądów politycznych respondentów	150

Spis rysunków

Rysunek 0.1. Procedura badawcza zastosowana w pracy	8
Rysunek 2.1. Podstawowe ustalenia nowej ekonomii behawioralnej i ich powiązania	33
Rysunek 2.2. Charakterystyki dwóch systemów myślenia	34
Rysunek 3.1. Spostrzeżenia behawioralne w cyklu polityki publicznej	52
Rysunek 3.2. Spostrzeżenia behawioralne w całym cyklu polityki (na przykładzie UE)	53
Rysunek 3.3. Klasyfikacja inicjatyw polityki behawioralnej, lekcje z nich wynikające i możliwości ich wykorzystania w analizie i projektowaniu polityk publicznych.....	56
Rysunek 3.4. Błędy behawioralne wpływające na kształtowanie polityki.....	58
Rysunek 4.1. Aplikacyjna struktura „6E” do stosowania MINDSPACE	70
Rysunek 4.2. Cztery kroki (etapy) w podejściu EAST.....	72
Rysunek 4.3. Etapy podejścia BASIC i przypisane im zasady etyczne.....	76
Rysunek 4.4. Pytania pomocnicze do zidentyfikowania wymiarów etycznych polityki behawioralnej	78
Rysunek 5.1. Filary koncepcji <i>nudge</i>	86
Rysunek 6.1. Podział narzędzi architektury wyboru (<i>nudges</i>)	101
Rysunek 7.1. Liczba internautów w Polsce w 2020 roku (w mln)	118
Rysunek 8.1. Akceptacja wybranych instrumentów polityki publicznej według płci respondentów	132
Rysunek 8.2. Poparcie dla grup instrumentów polityki publicznej wyróżnionych według głębokości oddziaływania (liczba akceptujących)	137
Rysunek 8.3. Akceptacja instrumentów polityki publicznej według dwóch systemów myślenia (liczba akceptujących)	139
Rysunek 8.4. Poparcie dla grup instrumentów polityki publicznej wyróżnionych według problemu, którego dotyczy (liczba akceptujących)	141

Abstrakt

***Nudges* jako narzędzia behawioralnej polityki publicznej i ich akceptowanie w Polsce**

Nauki behawioralne (w tym ekonomia behawioralna) dostarczają, potwierdzonej licznymi eksperymentami i dowodami naukowymi, szerokiej wiedzy (tzw. spostrzeżeń behawioralnych) na temat przyczyn oraz przejawów ograniczonej racjonalności podmiotów decyzyjnych. Wyniki badań tych nauk wpłynęły na tradycyjne rozumienie procesów i wzorców podejmowania decyzji, funkcjonowania rynków oraz prowadzenia polityki publicznej. Naukowcy i instytucje publiczne na całym świecie uznają, że lepsze zrozumienie ludzkich zachowań może poprawić politykę publiczną na każdym etapie jej tworzenia i prowadzenia. Na podstawie badań z zakresu nauk behawioralnych twórcy polityki starają się zrozumieć, dlaczego ludzie zachowują się w określony sposób, i wykorzystują te spostrzeżenia behawioralne do opracowywania, testowania i wdrażania rozwiązań behawioralnych w kwestiach politycznych. Wiedza ta pozwoliła na opracowanie i przetestowanie nowych narzędzi, które wykorzystuje poinformowana behawioralnie polityka publiczna (tzw. behawioralna polityka publiczna). Jednym z takich narzędzi jest *nudge*, stanowiące podstawy architektury wyboru. Uznawane jest ono za proste, tanie i zapewniające wolność wyboru narzędzie, które stosowane jest na całym świecie przez agendy publiczne do łagodzenia różnych problemów, z którymi nie zawsze radzą sobie tradycyjne narzędzia polityki. Książka prezentuje istotę *nudge*, umiejscawiając to narzędzie w szerszym kontekście przyczyn powstania oraz rozwoju behawioralnej polityki publicznej i jej strategii. Ponieważ w każdym przypadku o skuteczności polityki publicznej decydują odzew i reakcje ludzi, część empiryczna monografii przedstawia i analizuje wyniki badań własnych przeprowadzonych w Polsce dotyczących poparcia wyrażonego przez obywateli dla tych instrumentów behawioralnej polityki publicznej. Badania przeprowadzono na reprezentacyjnej próbie, a jako predyktory poparcia dla *nudge* przyjęto w monografii atrybuty socjo-demograficzne i geograficzne osób oraz ich gospodarstw domowych, sympatie i poglądy polityczne Polaków oraz postrzeganie przez nich celów

wybranych *nudges* i środków ich osiągnięcia. Monografia może zostać wykorzystana nie tylko w celach dydaktycznych. Przedstawione w niej wyniki badań mogą stać się pomocne dla twórców polityki publicznej i architektów wyboru z nimi współpracujących. Dostarczają one decydom rozważającym wykorzystanie *nudge* w swoim repertuarze politycznym ważnych informacji na temat popularności tych narzędzi wśród Polaków, co może wpływać zarówno na zwiększone zastosowanie, jak i ograniczanie wykorzystania w polskiej praktyce publicznej tych instrumentów.

Słowa kluczowe: ekonomia behawioralna, polityka publiczna, instrumenty, aprobata, Polska.

Abstract

Nudges as instruments of behavioural public policy and their acceptance in Poland

Behavioural sciences (including behavioural economics) offer broad knowledge (so-called behavioural insights), supported by numerous experiments and scientific evidence, of the reasons behind and manifestations of bounded rationality of decision makers. Research results in these sciences have influenced the traditional understanding of the decision making processes and patterns, behaviour of markets and public policy making. Researchers and public institutions across the world believe that better understanding of human behaviours can contribute to improvement in every stage of public policy making and implementation. Policy makers refer to research studies within behavioural sciences in their attempts to understand why people behave in a certain way and use these behavioural insights to design, test and implement behavioural solutions to political issues. This knowledge has allowed development and tests of new instruments which are employed by the so-called behavioural public policy, with the nudge, the foundation of the choice architecture, being one of them. The nudge is regarded as a simple and cheap instrument offering freedom of choice, and is used globally by public bodies to mitigate various problems where the traditional policy instruments seem to fail. The book presents the essence of the nudge, placing this instrument in the broader context of the origins and development of behavioural public policy and its strategies. Since it is always the response and reactions of the society members that determine the effectiveness of public policy, the empirical part of the book presents a description and analysis of the results of the author's own research studies carried out in Poland and focusing on the citizens' support for these instruments of behavioural public policy. The study was carried out on a representative sample, with the following predictors of support for the nudge: socio-demographic and geographic attributes of individuals and their households, political preferences and views among the Poles and their perception of objectives of individual nudges as well as measures to achieve them.

The book can be used for many purposes, not only educational. The results can also prove helpful for public policy makers and experts of the choice architecture supporting them. The latter group provides the decision makers who consider using the nudge in their political toolkit with relevant information on the popularity of these tools among the Poles, which may influence both a wider use and limitation of employment of these instruments in the practice of policy making in Poland.

Keywords: behavioural economics, public policy, tools, acceptance, Poland.

Praca ma poprawnie ujętą oraz bogatą w treści warstwę teoretyczną, metodyczną i, co szczególnie ważne, ma charakter studium empirycznego. (...) Praca dotyczy aktualnego i stosunkowo słabo rozpoznanego w literaturze problemu dotyczącego zagadnień związanych z *nudge*, jako jednej z możliwości prowadzenia polityki publicznej. (...) monografię można skomentować na co najmniej dwa sposoby: jako przedsięwzięcie analizujące to, co znajduje się w piśmiennictwie zajmującym się zagadnieniami z obszaru *nudge*, albo jako wyraziste stanowisko Autorki wobec tych kwestii. Nie są to, rzecz jasna, tryby rozłączne, ponieważ zajmując określone miejsce w naukowych rozważaniach oraz w debacie publicznej, zbiór ten bez wątpienia stanowi użyteczne scalenie poglądów dotyczących komentarzy odnośnie do problemu *nudge*. Należy podkreślić, że Autorka w sposób znakomity dokonała tego połączenia.

Z recenzji dr hab. Grażyny Wolskiej, prof. UMK

Fot. rawpixel.com, gpointstudio (Freepik)



71-101 Szczecin, ul. Mickiewicza 64
tel. 91 444 20 06, 91 444 20 09
e-mail: wydawnictwo@usz.edu.pl
www.wn.usz.edu.pl

ISBN 978-83-7972-667-7 (online)
ISBN 978-83-7972-666-0 (print)

