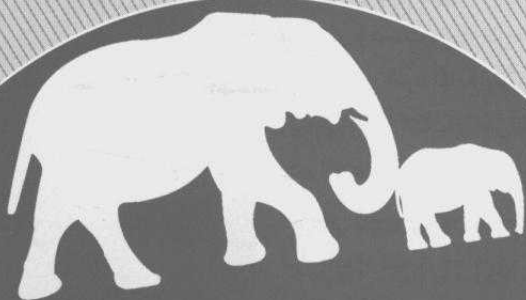




NUDGE

سُقْلَمَه

ریچارد تیلر

کاس آرسانسین

ترجمه: مهری مدآبادی



بهبود تصمیمات درباره
تندرستی، ثروت
و خوشبختی

تیلر، ریچارد اچ.، ۱۹۴۵ - م. Thaler, Richard H.

سقلمه، بهبود تصمیمات درباره تندرستی، ثروت و خوشبختی / ریچارد اچ تیلر، کاس آر سانسین؛ مترجم مهری مدآبادی: ۱۳۴۱
تهران: هورمزد، ۱۳۹۷ / شابک: ۶-۶۵-۸۶۶۵-۶۰۰-۹۷۸

عنوان اصلی: Nudge: improving decisions about health, wealth, and happiness

موضوع: اقتصاد -- جنبه های روان شناسی Economics -- Psychological aspects
Economic aspects -- Choice (Psychology) / تصمیم گیری - جنبه های روان شناسی

Decision making - Psychological aspects

مصرف کنندگان -- مصر Consumers -- Egypt

شناسه افزوده: سانسین، کس آر.، ۱۹۵۴ - م. Sunstein, Cass R.

رده بندی دیویی: ۳۳۰/۰۱۹

رده بندی کنگره: ۱۶۱۳۹۶ HB۷۴/۹

شماره کتابشناسی ملی: ۴۹۳۱۷۵۷

سقلمه، بهبود تصمیمات درباره تندرستی، ثروت و خوشبختی / ریچارد اچ تیلر و کاس آر سانسین؛ مترجم: مهری مدآبادی

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۷ / تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه / شابک: ۶-۶۵-۸۶۶۵-۶۰۰-۹۷۸

دبیر مجموعه: مریم آقا عبدالرزاق قمصری

ویراستاران: مریم آقا عبدالرزاق قمصری - سمیرا فرهادی

نمونه خوان: زیور عابدی

طراحی جلد: آتلیه طراحی نشر هورمزد / طراحی داخلی: خاطره باقری راد

نشانی: میدان انقلاب، خ جمالزاده جنوبی، نرسیده به جمهوری، پلاک ۷۸،

واحد ۱۷ و ۱۹ تلفن: ۶۶۱۲۵۱۲۶

فهرست

۱۱ قددانی و تشکر

۱۳ مقدمه

بخش اول: انسان‌های عادی و ایکان‌ها

۳۷ فصل اول: سوگیری‌ها و خطاها

۷۵ فصل دوم: مقاومت در برابر وسوسه

۹۹ فصل سوم: پیروی کورکورانه

۱۳۵ فصل چهارم: چه زمانی به سقلمه نیاز داریم؟

۱۵۱ فصل پنجم: معماری انتخاب

بخش دوم: پول

۱۸۷ فصل ششم: در آینده بیشتر پس انداز کنید

۲۱۳ فصل هفتم: سرمایه‌گذاری ساده لوحانه

۲۳۹ فصل هشتم: بازارهای اعتباری

۲۶۵ فصل نهم: خصوصی سازی تأمین اجتماعی

بخش سوم: سلامت

۲۸۹ فصل دهم: داروهای تجویزی: بخش D برای دلسرد کردن

۳۱۵ فصل یازدهم: چگونه می‌توان اهدای عضو را افزایش داد؟

۳۲۹ فصل دوازدهم: نجات سیاره

بخش چهارم: آزادی

۳۵۵ فصل سیزدهم: توسعه انتخاب مدرسه

۳۷۱ فصل چهاردهم: آیا باید بیماران را مجبور به خریدن بلیت بخت آزمایی کرد؟

بخش پنجم: توسعه‌ها و مخالفت‌ها

۳۸۷ فصل پانزدهم: ده سقلمه

۴۰۱ فصل شانزدهم: مخالفت‌ها

۴۲۷ فصل هفدهم: راه سوم

مقدمه

کافه‌تريا

فرض کنید دوستی به نام کارولین دارید که مدیریت سیستم توزیع گسترده مواد خوراکی را در مدارس سطح شهر برعهده دارد. او مسئول کافه‌تریای صدها مدرسه است و روزانه صدها هزار کودک در کافه‌تریاهای او غذا می‌خورند. کارولین در رشته تغذیه تحصیل کرده است و مدرک رسمی کارشناسی ارشد این رشته را از دانشگاهی دولتی گرفته است. او آدم خلاق است و دوست دارد به شیوه‌های غیرمرسوم به موضوعات و مسائل بیندیشد.

شبى پس از صرف شام، ایده جالبی به ذهن کارولین و دوستش آدام خطور می‌کند. آدام مشاور مدیریت با گرایش آماری است و به فروشگاه‌های زنجیره‌ای مشاوره می‌دهد. این دو نفر تصمیم می‌گیرند بدون هیچ تغییری در منوی غذای مدرسه، آزمایش‌هایی انجام دهند تا معلوم شود که آیا نحوه نمایش غذاها و ترتیب آن‌ها می‌تواند بر انتخاب بچه‌ها تأثیر بگذارد یا نه. براساس این تصمیم، کارولین به مدیران بسیاری از مدارس دستورالعمل خاصی درباره نحوه نمایش گزینه‌های غذایی ارائه می‌دهد؛ به گونه‌ای که در بعضی مدارس، دسر را جلوتر از همه، در بعضی دیگر، آخر همه و در باقی مدارس، در ردیفی جداگانه می‌گذارند. محل قرار دادن غذاهای مختلف نیز از یک مدرسه به مدرسه دیگر متفاوت است؛ در بعضی مدارس سیب زمینی سرخ‌کرده و در برخی دیگر، سبزیجات در معرض دید است.

آدام به دلیل تجربه‌اش در طراحی طبقات سوپرمارکت پیش‌بینی می‌کند این کار نتایج چشمگیری داشته باشد. حق با اوست، چون کارولین فقط با همین طبقه‌بندی جدید در کافه‌تريا توانست میزان مصرف بسیاری از اقلام خوراکی را تا ۲۵٪ افزایش یا کاهش دهد.

این کار درس بزرگی به کارولین می‌آموزد: بچه‌ها نیز همانند بزرگ‌ترها ممکن است به شدت تحت تأثیر تغییرات کوچک محیط خود قرار گیرند و این تأثیرپذیری می‌تواند برای بهتر شدن یا بدتر شدن به کار گرفته شود؛ همان‌طور که کارولین با استفاده از آن، مصرف غذاهای سالم را افزایش و مصرف غذاهای ناسالم را کاهش می‌دهد.

کارولین اکنون صدها مدرسه برای آزمایش دارد و گروهی از دانشجویان فارغ‌التحصیل و داوطلب را برای گردآوری و تحلیل داده‌ها استخدام کرده است. کارولین دریافته است که اکنون قدرت زیادی دارد تا بر آنچه کودکان می‌خورند تأثیر بگذارد. او در این اندیشه است که با این قدرت تازه یافته خود چه کار می‌تواند بکند. دوستان و همکاران او پیشنهادهای غالباً صادقانه و گاه موبذانه‌ای به او می‌دهند که موارد زیر برخی از آنهاست:

۱. غذاها را طوری بچین که انتخاب دانش‌آموزان تحت کنترل باشد و مجبور شوند بهترین غذا را انتخاب کنند.
۲. منوی غذا را به صورت تصادفی بچین.
۳. سعی کن مواد خوراکی به ترتیبی باشد که کودکان غذای مورد علاقه خودشان را انتخاب کنند.
۴. فروش اقلامی را که تأمین‌کنندگان آن حاضرند بیشترین تخفیف را به صاحب رستوران بدهند، به حداکثر برسان.
۵. سودت را به حداکثر برسان! تمام!

گزینه نخست آشکارا جذاب است، اما اندکی تحمیلی و حتی آمرانه به نظر می‌رسد. پیشنهادهای دیگر حتی از این هم بدترند! گزینه دو چیدن مواد خوراکی به شکلی تصادفی است که می‌شود آن را منصفانه و اصولی در نظر گرفت، ولی این به معنای خنثی بودن هم است؛ زیرا اگر ترتیب چیدن مواد خوراکی در میان مدارس به صورت اتفاقی باشد، کودکان برخی از مدارس رژیم

غذایی ناسالم‌تری نسبت به دیگر مدارس خواهند داشت و آیا این مطلوب است؟ آیا کارولین باید به این مسئله بی‌اعتنا باشد؛ درحالی‌که به‌سادگی می‌تواند بسیاری از دانش‌آموزان را وادار به بهترین انتخاب کند و تا حدودی سلامت آنان را بهبود بخشد؟

گزینه سه را می‌شود گزینه‌ای خنثی و تلاشی شرافتمندانه برای اجتناب از دخالت در انتخاب کودکان و تقلید از انتخاب آن‌ها در نظر گرفت. شاید کارولین باید از خواسته‌های افراد پیروی کند و حداقل در برخورد با دانش‌آموزان بزرگ‌تر بی‌طرف باشد؛ اما اندکی تأمل آشکار می‌سازد که پیاده‌کردن این گزینه دشوار است. تجربه آدم هم نشان می‌دهد آنچه کودکان انتخاب می‌کنند، بستگی به ترتیب چیدن مواد خوراکی دارد. پس اولویت‌های واقعی کودکان چه چیزهایی هستند؟ این سخن به چه معناست که کارولین باید تلاش کند تا بفهمد دانش‌آموزان با میل خودشان چه انتخابی می‌کنند؟ در یک کافه‌تريا بالاخره باید مواد خوراکی به طریقی سامان‌دهی شوند.

گزینه چهار ممکن است برای فردی نادرست‌کردار و فاسد در جایگاه شغلی کارولین جذاب باشد. در این صورت، دست‌کاری در ترتیب چیدن مواد خوراکی حربه دیگری افزون بر شیوه‌های موجود است که در اختیار زرادخانه بهره‌برداری از قدرت قرار می‌گیرد؛ اما کارولین فردی شرافتمند و درستکار است و ابداً به چنین گزینه‌ای فکر نمی‌کند.

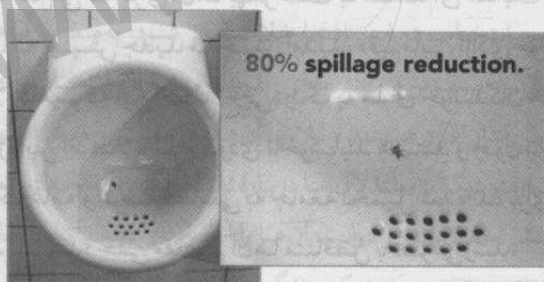
گزینه پنج مانند گزینه‌های دو و سه جاذبه‌هایی دارد؛ مخصوصاً اگر کارولین معتقد باشد کافه‌تریایی بهترین است که بیشترین پول را درمی‌آورد. اما آیا کارولین که اختصاصاً در حوزه آموزشی فعالیت دارد، واقعاً باید برای به‌حداکثر رساندن سود تلاش کند؟ حتی اگر نتیجه آن آسیب به سلامتی کودکان باشد؟!

کارولین فردی است که ما او را «معمار انتخاب» می‌نامیم. معمار انتخاب مسئولیت دارد زمینه و بستر تصمیم‌گیری را برای افراد سازمان‌دهی کند. در حقیقت، کارولین ساخته و پرداخته تخیل ماست، اما بسیاری از مردم واقعی بی‌آنکه اطلاع داشته باشند، معمار انتخاب هستند. اگر شما برگه تعرفه آرا را برای انتخابات نامزدها طراحی می‌کنید، معمار انتخاب هستید؛ اگر پزشک هستید و باید درمان‌های جایگزین موجود را برای بیماری شرح دهید، معمار انتخاب هستید؛ اگر فرمی را که کارکنان جدید شرکت برای ثبت‌نام در طرح بیمه سلامت پر می‌کنند طراحی می‌کنید، معمار انتخاب هستید؛ اگر پدر یا مادر هستید و گزینه‌های تحصیلی مناسب را برای دختر یا پسر خود شرح می‌دهید، معمار انتخاب هستید؛ اگر فروشنده‌اید، معمار انتخاب هستید. (البته این را قبلاً خودتان می‌دانستید.)

شباهت‌های فراوانی میان معماری انتخاب و شکل سنتی‌تر معماری وجود دارد. یک همانندی بسیار مهم این است که اصلاً چیزی به نام طراحی خنثی وجود ندارد. مسئله طراحی واحداث یک ساختمان جدید برای دانشگاه را در نظر بگیرید. معمار این ساختمان ملزم به رعایت نکاتی است: باید برای ۱۲۰ دفتر کار، هشت کلاس درس، دوازده اتاق جلسه دانشجویان و... فضا در نظر بگیرد؛ باید ساختمان را در موقعیتی خاص بنا کند و صدها محدودیت دیگر را اعم از قانونی و زیباشناختی و کاربردی اعمال کند و سرانجام، ساختمانی واقعی با در و پنجره و پله و راهرو تحویل دهد.

همان‌طور که معماران حرفه‌ای می‌دانند، تصمیم‌های ظاهراً قراردادی، مثل تعیین محل سرویس بهداشتی، بر نحوه تعامل افرادی که از این مکان استفاده می‌کنند، تأثیرات محسوسی خواهد داشت. بد یا خوب، هر بار رفت و برگشت به سرویس بهداشتی فرصتی برای برخورد اتفاقی با همکاران فراهم می‌کند. ساختمان خوب فقط خوش‌نما نیست، کارکرد مناسبی هم دارد.

همان‌طور که بعداً خواهیم دید، جزئیات کوچک و به‌ظاهر کم‌اهمیت می‌توانند تأثیر عمده‌ای بر رفتار افراد بگذارند. یک «قانون تجربی» خوب این است که فرض کنیم «همه چیز مهم است». در بسیاری موارد، جزئیات کوچک به دلیل جلب‌کردن توجه کاربران به سمتی خاص بسیار تأثیرگذارند. نمونه جالبی از اصل توجه به جزئیات در همه توالت‌های مردانه فرودگاه اسخیپول آمستردام وجود دارد. در دهانه این توالت‌ها تصویریک مگس سیاه حک شده است. به‌نظر می‌رسد معمولاً مردان به سمتی که ادرار می‌کنند، توجه زیادی ندارند و این می‌تواند باعث آلودگی و کثیفی اطراف توالت شود؛ اما اگر نشانه‌ای برای هدف‌گیری ببینند، توجه و در پی آن، دقت آن‌ها افزایش می‌یابد. آد کیبوم^۱، طراح این ایده می‌گوید: «اگر مردی مگسی ببیند به سمت آن نشانه‌گیری می‌کند.» وی معتقد است که این ایده شگفت‌انگیز عمل می‌کند و پیام‌دش عالی است. کیبوم اقتصاددانی است که طرح توسعه و گسترش ساختمان فرودگاه اسخیپول را برعهده دارد. کارکنان او ایده تصویر مگس در دهانه توالت را اجرا کردند و دریافتند که این تصاویر به میزان ۸۰٪ ترشحات ادرار را به اطراف کاهش داده است.



توضیح مترجم: این تصویر در متن کتاب اصلی وجود ندارد و صرفاً به منظور توضیح بصری لحاظ شده است.

1. Aad Kieboom