



Het inrichten van de keuze architectuur: Een filosofisch perspectief

Lotte Hoozemans
Nathalie Stolwijk

Een interview met Daphne Truijens



Introductie

Dit interview met Daphne Truijens, programmamanager bij SMO en PhD student filosofie en economie aan de Erasmus Universiteit, biedt een kijkje in de keuzearchitectuur vanuit een filosofisch perspectief. Wat houdt keuzearchitectuur nu precies in? Hoe helpt het keuzes beter te maken? En wat is eigenlijk een betere keuze? Hoe kun je tijdens het ontwerpen van een OntwikkelNudge rekening houden met de ethische aspecten?

Wat is het verschil tussen nudging en de keuzearchitectuur?

Keuzearchitectuur, de manier waarop keuzes aan ons gepresenteerd worden, is een breder begrip dan nudging.

"Keuzearchitectuur omvat eigenlijk alle verschillende manieren waarop je een keuze kunt voorleggen"

Nudging is het stimuleren van gedrag in een bepaalde richting, die meestal vrij specifiek is. Oftewel: een duwtje in een bepaalde richting die mensen zou helpen om betere beslissingen te nemen.

Hoewel nudging gaat om het stimuleren van betere beslissingen, wordt het vanuit een filosofisch oogpunt vaak als iets controversieels gezien om menselijk gedrag een specifieke richting op te 'duwen'. Om hier een standpunt in aan te nemen, dien je eerst te bepalen wat je als een 'betere' beslissing beschouwt en waarom je dit vindt, voordat je weet welke richting je op gaat 'duwen'.

Maar wat is nu eigenlijk een 'betere' beslissing?

Er zijn verschillende invalshoeken waar vanuit je deze vraag kunt beantwoorden.

NSvP
Rijnkade 88
6811 HD Arnhem

T 026-4457800
F 026-4439222

info@nsvp.nl
www.nsvp.nl
www.innovatiefinwerk.nl

De betere keuze is volgens een libertair paternalistisch standpunt de keuze die bijdraagt aan het doel wat de kiezer wil nastreven. Een libertair paternalist zou zeggen: "De betere beslissing is de beslissing die mensen gemaakt zouden hebben wanneer zij helemaal rationeel waren geweest".

Zij noemen hierbij vaak het voorbeeld van mensen die wel gezond *willen* eten, of veel willen sporten, maar de wilskracht missen. Deze mensen geven zelf ook aan: "ik wil het wel, maar het lukt me niet".

Daarentegen kun je ook een sociaal organisatorisch standpunt aannemen. Mensen met dit standpunt zeggen: "De betere keuze is de keuze die goed is voor de maatschappij, en bijdraagt aan een sociaal doel." Bijvoorbeeld in het geval van orgaandonatie, vinden deze mensen dat nudges ingezet moeten worden ten gunste van de maatschappij, omdat dit meer orgaandonoren oplevert. Zij houden hierbij geen rekening mee met wat een zo goed mogelijke keuze voor de individuele kiezer zelf zou zijn.

Daphne geeft hier een mooi voorbeeld van: *"Wanneer je bijvoorbeeld in de supermarkt alle gezonde producten vooraan in de schappen zou leggen, omdat je vindt dat dit het beste is voor de gezondheid van iedereen in onze maatschappij, dan nudge je mensen zo dat ze waarschijnlijk eerder de gezondere producten kiezen in plaats van de ongezonde. Echter, is de vraag dan of zij wel echt deze gezonde producten willen, zij niet juist gelukkiger worden van het ongezonde voedsel, of gewoon simpelweg het eerste wat in de supermarkt ligt kiezen omdat dat veel tijd bespaart?"*



Soorten gedragsinterventies in beleid

Grüne-Yanoff (2016) heeft een categorisering gemaakt die ons helpt om beleidskeuzes te maken die betrekking hebben op menselijk gedrag. Dit onderscheid biedt ons meer overzicht in de mogelijkheden die er zijn om gedrag te stimuleren door middel van de keuzearchitectuur.

Dwingende maatregelen

Zo zijn er dwingende beleidsmaatregelen die het onacceptabel maken om bepaalde keuzes te maken. Een voorbeeld hiervan is het straffen van onaanvaardbaar gedrag via wetten.

Positieve stimulansen

Daarnaast zijn er beleidsmaatregelen die mensen aansporen om bepaald gedrag te vertonen door hen te belonen, zoals belastingvoordelen op het gebruik van energiebesparende methoden.

Nudges

Tenslotte is er een derde categorie: *nudges*. Deze zijn van nature niet dwingend en leveren niet direct een externe beloning op. Wel passen nudges de keuzearchitectuur aan om bepaald gedrag te veranderen.

Binnen de categorie nudges zijn er nog drie categorieën in beleidsinterventies te onderscheiden. Ten eerste kun je *informer*en zodat dit leidt tot een andere keuze. Ten tweede is er *nudging*: het omkeren van de veelgebruikte heuristieken en denkfouten zodat ze tot betere keuzes leiden. Tenslotte is er *boost*: het verbreden van de cognitieve vaardigheden zodat mensen zichzelf kunnen trainen betere keuzes te maken.

Nudging vs. Boost?

Ook al vallen *nudge* en *boost* beiden onder interventies die inspelen op de keuzearchitectuur en is er wel enige overlap tussen de twee begrippen, kunnen deze beleidsinterventies ook tegenstrijdig zijn. Zo stuurt *nudging* de keuzes van mensen een specifieke kant op. Daarentegen, probeert *boost* de persoon de mogelijkheid te bieden, zodat zij zelf de beste keuze kunnen maken. Boost probeert mensen daarom juist geen richting op te sturen; wat het grote verschil is tussen beide fenomenen.

Meer verschillen...

Beiden interventies gaan uit van heuristieken die ons vaak helpen bij het maken van keuzes, maar soms ook belemmerend kunnen zijn.

Het verschil is dat nudge deze heuristieken als onveranderbaar ziet, en dat duwtjes in de goede richting ingezet moeten worden. Nudge lijkt daarom meer sceptisch te zijn of mensen deze heuristieken wel ten goede van henzelf kunnen inzetten. Daarentegen ziet boost de heuristieken als veranderbaar. Ze vinden dat de heuristieken in heel veel situaties heel goed werken. Het gaat er daarom van uit dat je mensen kunt trainen om de juiste heuristieken in de juiste situaties te gebruiken. In dit geval leren ze zelf betere beslissingen te maken en hoef je ze niet in een bepaalde richting te duwen

Een voorbeeld dat het principe van Boost duidelijk weergeeft, is het feit dat artsen de kans op een ziekte van patiënten vaak beter kunnen inschatten als dit weergegeven wordt in absolute getallen, in plaats van in frequenties. Een kans als: "30% van de mensen hebben kans op een bepaalde ziekte" is voor artsen lastiger te interpreteren dan een kans van "30 op de 100 mensen hebben kans om een bepaalde ziekte te krijgen". Boost richt de keuze omgeving zo in dat het beter aansluit bij de manier waarop mensen keuzes maken, in dit geval: het inschatten van de kans op ziekte. Het principe gaat namelijk uit van hoe de mens evolutionair gezien geprogrammeerd is om te denken.

Wat is een rationele keuze?

Een vorm van rationaliteit is instrumentele rationaliteit. In dit geval houdt een rationele keuze in dat je, als kiezer, op basis van correcte overtuigingen, een bepaald doel hebt, en daarbij de middelen hebt om dit doel te bereiken. Toch maken we lang niet altijd perfect rationele keuzes. Het is bijvoorbeeld niet haalbaar is om

je tijdens het kiezen, vlug alle keuzemogelijkheden voor te stellen. Ondanks dat we in dat geval te maken hebben met imperfecte informatie moeten we vanuit het oogpunt van *boost* toch streven naar een soort van rationaliteit, waarbij een boost ons leert om betere keuzes te maken. Het principe sluit daarom beter aan op hoe we in werkelijkheid keuzes maken waarin we onze keuzes op imperfecte informatie baseren. Omdat boost ons leert om betere keuzes te maken, kan er via deze methode ook beter worden ingespeeld op de overtuigingen (*beliefs*) die mensen over keuzes hebben.

Hoe speelt *boost* in op onze overtuigingen

Wanneer mensen het moeilijk vinden om te sparen voor hun pensioen, kan een interventie (een verandering in de keuzearchitectuur) het spaargedrag van mensen beïnvloeden, door hen te helpen om te blijven sparen. De interventie speelt dan in op onze wilskracht om specifiek gedrag, dat meestal vervelend of moeilijk is, vol te houden. In dit geval speelt de interventie in op ons spaargedrag, en wordt de keuze om te sparen beïnvloedt. Daarom sluit de interventie die

men helpt te blijven sparen meer aan bij *nudging* dan bij de methode, *boost*. Bij het inzetten van deze nudge wordt van tevoren bepaald *wat* mensen over het algemeen zouden willen -sparen voor het pension- en wat in dat geval een *rationele* keuze zou zijn.

Wanneer je dit van tevoren bepaalt, is het belangrijk om zorgvuldig te zijn met het vaststellen wat je hierin als een rationele (of niet-rationele) keuze beschouwd. Dit geldt ook voor het omschrijven van het specifieke gedrag dat je wilt stimuleren. Beschouw je het als een irrationele keuze wanneer iemand aanvankelijk groenten kiest als deze vooraan in de supermarkt liggen, maar deze persoon vervolgens een ongezonde snack kiest wanneer snacks naar voren worden geplaatst? Dit lijkt dan op het eerste gezicht een inconsistente en irrationele keuze. Maar als je deze keuze op een andere manier bekijkt, blijkt dit gedrag mogelijk meer rationeel dan in eerste instantie lijkt: We passen bijvoorbeeld consistent de regel toe om te kiezen voor het product dat het vooraan ligt. Dan is het rationeel dat we in het eerste geval voor de groenten kiezen als deze vooraan liggen en vervolgens de

ongezonde snacks kiezen wanneer deze naar voren geplaatst worden. Wanneer je het keuzeproces van mensen van deze kant beschouwt, is het veranderen van de keuze voor de productsoort juist een consistente, meer rationele keuze.

Hier ligt het probleem van hoe je nu precies als werkgever of overheid kan bepalen welke keuzes rationeel of irrationeel zijn. Tenzij je als werkgever helemaal niet de meest rationele keuze wilt stimuleren, maar een sociaal organisatorisch doel voor ogen hebt. Het maakt je dan niet zozeer uit wat de betere keuze volgens de werknemer is, maar meer wat de betere keuze voor de organisatie zou zijn.

Is nudging wel ethisch: hoe ver kan het goed bedoelde duwtje gaan?

“Wanneer je een nudge inzet om het gedrag van mensen een bepaalde richting op de sturen, zou je het als moreel kunnen zien om transparant te zijn over de achterliggende motivatie voor deze gedragsverandering. Wel moet onderzoek nog uitwijzen dat de kracht van de nudge hierdoor niet verloren gaat”. (Daphne)

Duidelijke communicatie over

wat je doet, en waarom je het doet, kan dus handig zijn om ethisch te werk te gaan. Wanneer je bijvoorbeeld het doel hebt om werkenden productiever te maken, kun je hen beter op de hoogte brengen van dit doel. Wanneer je belangrijk vindt om duidelijk te communiceren over het doel, is het niet ethisch verantwoord om hier vaag over te zijn, of te stellen dat je de nudge inzet omdat je werkenden wilt helpen de beste beslissing voor zichzelf te maken.

Hoe bepaal je de standaard optie?

Een standaard optie (default option) is een veelgebruikte nudge waarmee je de meest gewenste keuze als standaard instelt. Door het instellen van de standaard optie stimuleer je bepaald gedrag, omdat je bij het instellen hiervan ervanuit gaat dat maar weinig mensen zullen afwijken van de standaard optie. Het is vrijwel de gemakkelijkste nudge om gedrag te veranderen door mensen juist niets in hun keuzestrategie te laten veranderen, maar het gewenste gedrag gemakkelijker te maken. Je geeft ze hierbij dan wel een mogelijkheid om een andere keuze te maken. Deze optie

wordt in nudge- termen: opt-out genoemd.

“Vaak wordt de standaard optie ingesteld vanuit het nut ervan. Er wordt bijvoorbeeld vanuit de overheid een maatschappelijk doel nagestreefd met de nudge door het instellen van de standaard-optie” (Daphne)

Ondanks dat de standaard-optie nut heeft en het gemakkelijk toe te passen is, zal je bij het instellen toch zorgvuldig moeten overwegen voor wie de standaard optie bedoeld is, en welk gedrag hieraan verbonden zit. Daphne geeft nudgers daarom ook een belangrijke tip wanneer zij een nudge ontwikkelen:

“Wees heel duidelijk over het doel van de nudge; wat wil je bereiken met deze nudge en voor wie is de nudge ontworpen”.

Meer ethische dilemma's

Er zijn nog veel ethische vraagstukken rondom het inzetten van nudges en het (onbewust) sturen van gedrag. Volgens Daphne zijn deze vraagstukken tot nu toe nog onvoldoende beantwoord.

“Neem bijvoorbeeld het vraagstuk rondom het bepalen

van iemand zijn/haar persoonlijke voorkeuren. Uitgaande van het feit dat iedereen verschillende voorkeuren heeft, is het dan nog ethisch om een nudge in te zetten als deze de voorkeuren van het collectief ondersteunt? Is dit dan wel de 'beste' keuze voor elk individu?” (Daphne)



Een mogelijke oplossing?

Uitgaande van deze ethische aspecten aspecten in de methode, is het daarom beter om, ofwel, heel duidelijk te zijn over het doel van de nudge, of het inzetten van de nudge op een experimentele manier aan te pakken.

Op dit moment is er nog voornamelijk in hele gecontroleerde omgevingen getest welke nudges voor wie en welk gedrag in te zetten zijn, maar weten we nog weinig over

de werking in de praktijk voor het algemene publiek. Een volgende stap in het oplossen van deze vraagstukken, zou dus het opstellen van nudge-experimenten in de werkelijke omgeving kunnen zijn. Pas nadat deze experimenten zijn uitgevoerd, kunnen we ons pas echt op het leergedrag zelf richten.

“Wanneer we dit zouden doen voor leer en ontwikkel gedrag is het mogelijk beter om mensen eerst aan te zetten om aan de randvoorwaarden van het leren en ontwikkelen te laten voldoen. Bijvoorbeeld, het stimuleren om werkenden een ontwikkelplatform te laten bezoeken” (Daphne).

Nadat er voldoende onderzoek gedaan is daar hoe dit het beste kan voor deze doelgroep, kan er gekeken worden naar meer complexere, onderliggende biases die op het leergedrag zelf inspelen. Vragen die je dan kunt stellen, zijn: Hoe kun je het leergedrag zelf optimaliseren? Welke biases spelen hierin een rol?

Tips voor degene die een ontwikkel nudge willen ontwerpen

“Voor het ontwerpen van een OntikkelNudge is het natuurlijk van belang dat je vaststelt wat je ermee wilt bereiken, en daar vervolgens heel eerlijk over bent. Wanneer je wilt dat werkenden zich ontwikkelen omdat dit bijdraagt aan de doelen van de organisatie, wees hier dan eerlijk over. Zeg dan niet dat je werkenden echt wilt helpen ontwikkelen op de manier zoals zij dat zelf willen, maar laat weten dat je wilt dat het leren op een bepaalde manier gebeurt, omdat dit de organisatie ten goede komt. Dit kan bijvoorbeeld zijn: We willen dat 75% van de medewerkers maandelijks ons platform bezoekt” (Daphne)

Bij het ontwerpen van nudges om ontwikkel- gedrag te stimuleren, kan het volgens Daphne verder ook nuttig zijn om heel duidelijk te schetsen wat de mogelijke verschillende nudges zijn, en waar deze voor bedoeld zijn. Het kan daarbij behulpzaam zijn als je in deze selectie van nudges, een categorisering aanbrengt.

“Het is ook gemakkelijker om kleine doelen te stellen. Dan kun je deze nudge goed testen.

Als je je voornamelijk wilt focussen op ontwikkel gedrag, moet je namelijk op individueel niveau bepalen wat de medewerker hierin nodig zou hebben”(Daphne).

Daarnaast zou je bijvoorbeeld de informatie die je aan werkenden overbrengt om het belang van leren te benadrukken, ook positief kunnen framen. In plaats van te stellen dat in de toekomst je baan overgenomen wordt door robots, kan je het belang van leren ook presenteren als een manier waarmee je, door ondersteuning van de robots, meer tijd over zult hebben voor andere, meer uitdagende taken.

Verder kan het ook nuttig zijn voor jezelf om vast te stellen of je gaat nudgen op de *beliefs*-kant of dat je meer aan de instrumentele kant wilt nudgen. Wil je de werknemers helpen om situaties beter te kunnen begrijpen en hen dan in staat stellen om zelf keuzes te maken (bijvoorbeeld wanneer je de artsen beter een kans op ziekte wilt leren inschatten)? In dat geval speel je meer in op de *beliefs* van de werkenden, en zal je interventie meer aan de kant van *boost* zitten. Of ga je de werknemers binnen je

organisatie een ‘duwtje’ in een bepaalde richting geven, en biedt je ze de handvatten om dit gewenste ontwikkel gedrag te bereiken. Dan ben je meer instrumenteel aan het *nudgen*.

Daphne Truijens:
truijens@smo.nl

Literatuur:
Grüne-Yanoff, T. (2016). Nudge versus boost: How coherent are policy and theory? *Minds & Machines*, 26, 149–183.
doi:10.1007/s11023-015-9367-9