

ЕКАТЕРИНА РАКОВА

КРАТКОЕ

СОДЕРЖАНИЕ «NUDGE.
АРХИТЕКТУРА ВЫБОРА»

Екатерина Ракова
Краткое содержание «Nudge.
Архитектура выбора»
Серия «КнигиКратко»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=69484606

2020

Аннотация

Этот текст – сокращенная версия книги «Nudge. Архитектура выбора». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты.

Принятие решений – непростой процесс. Мы часто делаем выбор в спешке, в условиях нехватки информации, под воздействием эмоций, вследствие чего принимаем неверные решения – выбираем фастфуд вместо полезного перекуса или инвестируем средства в сомнительное предприятие вместо надежной компании. Однако если бы рядом с нами в момент принятия решения оказался кто-то, кто мог бы ненавязчиво направить и подсказать, мы бы чаще делали правильный шаг.

Процесс подталкивания людей к принятию решений авторы книги называют «архитектурой выбора», а людей, которые придумывают способы подталкивания – «архитекторами выбора». В нашем обзоре вы узнаете о том, какими способами

можно повлиять на выбор людей, а также прочтаете интересные примеры «подталкиваний» в разных сферах жизни.

Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги.

Обзор по книге «Nudge. Архитектура выбора», Ричард Талер, Касс Санстейн Автор обзора: Екатерина Ракова

Как делать выбор быстро и безошибочно

Принятие решений – непростой процесс. Мы часто делаем выбор в спешке, в условиях нехватки информации, под воздействием эмоций, вследствие чего принимаем неверные решения – выбираем фастфуд вместо полезного перекуса или инвестируем средства в сомнительное предприятие вместо надежной компании. Однако если бы рядом с нами в момент принятия решения оказался кто-то, кто мог бы ненавязчиво направить и подсказать, мы бы чаще делали правильный шаг.

Процесс подталкивания людей к принятию решений авторы книги называют «архитектурой выбора», а людей, которые придумывают способы подталкивания – «архитекторами выбора». В нашем обзоре вы узнаете о том, какими спо-

собами можно повлиять на выбор людей, а также прочитаете интересные примеры «подталкиваний» в разных сферах жизни.

Когда людям требуется помощь в принятии решений?

Мы каждый день принимаем решения, затрачивая на это огромное количество времени, сил и энергии. «Архитекторы выбора» помогают нам снять часть этого бремени, делая жизнь более простой и комфортной.

Пример: если нам нужно принимать лекарство каждое утро, мы с большой долей вероятности сделаем это привычкой. Однако чем сложнее схема приема, тем выше риск того, что мы не сможем ее придерживаться. Например, схема приема оральных контрацептивов такова: три недели приема, затем неделя перерыва. Чтобы не усложнять жизнь женщин, производители продают эти средства не по 21 таблетке, а по 28 (7 их них – «пустышки»), чтобы сформировать привычку принимать таблетки ежедневно.

«Подталкивание» актуально в тех случаях, когда для принятия решения человеку требуется самоконтроль и сила воли – например, если действие нужно совершить сейчас, а выгода от него будет видна намного позже (занятия спортом или соблюдение диеты).

Пример: в американской страховой компании придумали программу, мотивирующую вести здоровый образ жизни. Ее суть состоит в том, что за каждое посещение фитнес-клуба людям зачисляются «доллары здоровья», которыми можно оплатить самые разные услуги (например, билеты на самолет). А страховая компания, в свою очередь, уменьшает выплаты по страховым полисам – ведь клиенты, которые занимаются спортом, обладают более крепким здоровьем и реже болеют.

Люди нуждаются в помощи «архитекторов выбора», когда им нужно принять важное решение, определяющее их дальнейшую жизнь, например, выбрать университет или квартиру.

Гуманы и эконы: кем легче манипулировать

Существуют два типа людей: гуманы и эконы. Гуманы более импульсивны, им сложнее руководствоваться здравым смыслом и мыслить логически, поэтому они часто принимают решения на эмоциях. Эконы мыслят более рационально, они тщательно все анализируют, поэтому их решения редко бывают ошибочными. Большинство людей относится к гуманам, которым особенно важно «подталкивание» к правильному выбору.

Однако слабостями гуманов часто пользуются не для того, чтобы облегчить им жизнь, а исключительно с целью извлечения прибыли. Чем менее рационально мыслит человек, тем легче продать ему услугу, управлять им или потакать его страхам с целью наживы. Например, в период, когда люди боялись летать на самолетах, предприниматели пользовались этим и продавали прямо в аэропортах страховые полисы. Несмотря на высокую цену, страховка пользовалась большой популярностью.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.