



Ved indkørslen til den midtfynske landsby Fjellerup mødes trafikanter af dette utraditionelle skilt. Foto: Torben Lund Christensen

# Et lille kærligt puf

Adfærdsforskningen har dokumenteret, at vi mennesker er irrationelle væsner, der mest effektivt anspores til at gøre det hensigtsmæssige, hvis vi 'nudges' til det. En metode, som også trafik- og byplanlæggere har øje for.

**M**yndighederne har til alle tider styret borgerne mod det, myndighederne anser for at være hensigtsmæssig adfærd – med bøder, kampagner, incitamenter, advarsler, trusler, anerkendelser og information. Vi skal betale skat, tv-licens, huske at tage sikkerhedssele på i bilen, køre den rigtige vej rundt i byen, smide affald i de grønne skraldespande og i det hele taget gøre det, samfundet har vurderet, er det mest hensigtsmæssige.

Rigtig mange redskaber er med meget svingende effekt blevet taget i brug. Det er til den værktøjskasse, der nu er tilføjet det nye redskab 'nudging', som kan noget, de klassiske redskaber ikke kan. Det kærlige lille puf, som blidt skubber os i den rigtige retning, som oftest uden vi selv er klar over det, tager højde for det, som adfærdsforskningen til overflod har dokumenteret:

Vi mennesker er langt mere irrationelle og langt mindre rationelt tænkende væsner, end vi tror.

Når vi evaluerer situationer, hvor vi brød en regel, har forskere noteret sig, at langt de fleste af os i bagklogskabens

klare lys har en rationel forklaring. 'Jeg kørte ned ad en ensrettet vej, fordi ...'

Sandheden viser sig som regel blot at være den, at man i det øjeblik var et irrationelt væsen, der ikke tænkte sig om eller tænkte på noget andet. Ifølge formand for Dansk Nudging Netværk, Pelle Guldborg Hansen, gør vi mennesker ikke i særlig grad det, der er meningen, hvis man udelukkende taler til vores fornuft.

"Vi forstår godt, at vi skal overholde hastighedsbegrænsningerne og køre med sikkerhedssele, men vi foretager først det rigtige valg, når vores irrationelle side, som bl.a. indeholder alle vores følelser, er med på den. Videnskaben har i løbet af det sidste halve århundrede udviklet evi-

densbaserede redskaber, der tager højde for dette," siger Pelle Guldborg Hansen.

## **FARTELEFANTEN**

Når nudging-ekspert og direktør i virksomheden Brave, Ashley Brereton, forlader sit hjem og kører ud af Sorø i bil, så er der en fartgrænse på 50 km/t. Dernæst kommer der et lille stykke vej, hvor grænsen er 60 km, og når man så nærmer sig Lyngby, skal man igen ned på 50. Strækningen er ca. 500 meter, og mange bilister når ikke at sætte farten ned.

I den næste lille landsby er grænsen igen 60 km/t. Og her er der sat et skilt op, der blinker hvidt, hvis bilisten kører for stærkt. En løftet pegefing, der siger:

## **HVAD ER NUDGING?**

Moderne adfærdsforskning har vist, at vi mennesker ofte fejler i at omsætte vores viden og gode intentioner til handling.

Forskningen tilbyder en række evidensbaserede redskaber i kommunikationen med borgerne, hvor udgangspunktet er det uperfekte menneske, som ikke af sig selv gør det mest fornuftige. Men som kan lokkes til det med små kærlige puf i den rigtige retning.



Overholder trafikanterne fartgrænsen på 50 km/t igennem Fjellerup vinker fartelefanten - kaldet Lovlise - venligt med snablen. Foto: Torben Lund Christensen

'Du er helt forkert på den lige nu'.

Hvis Ashley Brereton skulle have designet ruten, ville han have gjort det anderledes.

"I stedet for at tale ned til borgerne og gøre dem forkerte, når de ikke kan finde ud af reglerne, så ville det både være mere venligt, men samtidig også mere effektivt, at give bilisterne en eller anden form for smiley, når de kører rigtigt. Jo tættere de kører på 50 km i timen, jo gladere en smiley får de," siger han.

Princippet er succesfuldt udført på Fyn, hvor man ved landsbyen Fjellerup har opstillet en såkaldt 'fartelefant', som gør honnør med snablen, når bilisterne rammer 50 km i timen eller mindre.

Ashley Brereton talte med en mor, som havde sine børn på bagsædet, da elefanten en dag ikke løftede snablen, fordi hun kortede for stærkt.

"Børnene blev meget skuffede, og lagde dermed en form for social pression på moren, som selv mener, at hun i al fremtid vil køre 50 km i timen, når hun passerer elefanten. Eksemplet er indbegrebet af, hvad nudging er, og hvad nudging kan. Idéen har været uhyre effektiv til at få sænket hastigheden på strækningen,"

fortæller Ashley Brereton og han mener, at fartelefanten opfylder alle betingelserne for et vellykket nudge.

"For det første henvender den sig kærligt til borgeren. Med en løftet snabel, men ikke med en løftet pegefinger. For det andet er timingen på plads. Nudget er placeret lige der, hvor det afgørende øjeblik er. Udfører borgeren en hensigtsmæssig eller en uhensigtsmæssig handling – lige nu? Havde det været et traditionelt skilt, som advarende talte til bilistens fornuft, typisk mindst et minut før det afgørende øjeblik, så ville langt færre bilister sænke farten," siger Ashley Brereton.

Der er flere måder, hvorpå man kan skubbe bilister i en bestemt retning uden at gøre dem til forkerte borgere. Slår man en krølle på vejen, så sænker alle farten. Man kan også mindske afstanden mellem striberne på vejen. Så virker farten højere, end den er i virkeligheden. DR lavede i forbindelse med tv-serien "Vanens magt" i 2014 en vellykket lille forsøgsmåling med et nudge, da de satte en smilende pigedukke op i vejkanthen, der vinkede til bilisterne. Det bevirkede, at farten blev sænket med 10 procent.

"Nudging er i essensen altid et lille uskyldigt og svagt puf, som borgeren har total frihed til ikke at følge. Der er aldrig en sanktion eller nogen form for formaning. Et nudge skubber dig blot forsigtigt i retning af den positive mulighed uden, at man på nogen måde taler ned til borgeren," siger Ashley Brereton.

#### DIN FART SMITTER

Trafikplanlæggerne og bystrategerne er nogle af de faggrupper, som i disse år tager nudging til sig som en del af værktøjskassen. Fx bruger Vejdirektoratet metoden i adfærds-kampanjer, som skal huske bilisterne på de fælles spilleregler i trafikken, fortæller kommunikationskonsulent i Vejdirektoratet Rikke Liebst.

"Vi ved godt, at vi skal holde til højre på motorvejen, og vi synes også selv, at vi er ret gode til det. Men stadig er der alt for mange, som glemmer det. Et af de nudges, vi har anvendt, er at engagere bilisterne til selv at være ambassadører for kampagnen ved at køre rundt med en magnet-streamer med budskabet "hold til højre". Hvis man som bilist tager budskabet fysisk på sig, er man også mere tilbøjelig til at huske at holde til højre. Samtidigt bliver budskabet også videreformidlet til medbilister," forklarer Rikke Liebst.

Vejdirektoratet har også brugt nudging til at udforme skilte med sociale normer i budskaber som fx "din fart smitter".

"Når vi kommunikerer med skilte på vejen, danner vi de perfekte rammer for at påvirke bilisterne i den konkrete situation, hvor de kan ændre adfærd. Adfærdsvidenskaben viser, at andres adfærd har en stærk adfærdspåvirkende effekt på os mennesker, så det benytter vi. I en kampagne, der skulle få bilister som kører for hurtigt til at sænke farten, appellerede vi til flokdyret i os med skiltet "80 % overholder farten," fortæller Rikke Liebst.

Både i 'hold til højre'- og 'sænk farten'-kampagnen kunne Vejdirektoratet dokumentere en positiv adfærdsændring i trafikken.

"Der er ingen tvivl om, at nudging virker bedre end at dunke folk i hovedet med regler og bøder. Men adfærdsændringer sker ikke over natten. Derfor skal de gentages igen og igen," vurderer hun.

## RØD CYKELSTI

I Nordjyllands Trafikselskab har chaufførerne selv bragt det op, at der ofte opstår problemer mellem cyklister og buspassagerer, der stiger ud af bussen. I de værste tilfælde bliver barnevogne skubbet ud foran cyklerne. I stedet for at sætte advarselsskilte op har man lavet to effektive nudges, fortæller direktør i Nordjyllands Trafikselskab Thomas Øster.

”Cykelstien ved stoppestederne er blevet malet rød for at signalere til cyklisterne, at der foregår noget, der kræver deres opmærksomhed. Samtidig hører buspassagererne en lille cykelringeklokke inde i bussen, så også de er opmærksomme, inden de stiger ud af bussen. Der er ingen tvivl om, at nudging er et meget effektivt redskab. Men man skal være opmærksom på, at når man vil ændre på ting i det offentlige rum, så er der mange instanser og myndigheder, der skal involveres, og ultimativt give deres accept. Derfor er det ikke altid nemt at implementere alle idéerne,” siger Thomas Øster.

I Nordjyllands Trafikselskab tror man på metoden og har flere idéer på tegnebrættet, fortæller han.

”Forbikørsler, hvor chaufføren ikke i tide opdager den ene passager, der står ved stoppestedet eller tror vedkommende ikke venter på bussen, er en udfordring vi kigger på. Vi overvejer her at prikke diskret til passagererne med cirkler og farver, så de får stillet sig et synligt sted,” fortæller Thomas Øster.

## SPOTLIGHT-EFFEKTEN

Det er i alles interesse, at man kan finde en skraldespand i det offentlige rum, når man har brug for den. Omvendt er der det æstetiske krav til bænke og skraldespande, at de skal falde i ét med omgivelserne – men så kan man jo ikke finde dem! Her bliver vi nudgede i flere led:

Først hiver man videnskaben om farvegenkendelse ind. Man indprenter den lysegrønne farve i folks bevidsthed. Når man står på gaden og ser sig om efter en skraldespand, så træder alle lysegrønne farver i synsfeltet frem. Man kan selv foretage eksperimentet på en bogreol. Kig efter ’rød’, og alle de røde bogrygge træder frem.

Dernæst anvender man ’spotlight-effekten’ – et andet almenmenneskeligt psykologisk fænomen, som betyder, at der er en tendens til, at det du fokuserer på, det tror du også at andre mennesker fokuserer på, selvom de ikke gør det, fortæller Pelle Guldborg Hansen.

”Den, der leder efter en skraldespand, tror, at alle andre også har spottet den, der står 30 meter væk. Og vælger så den rigtige løsning, fordi man ikke vil tages i at smide affald, når spanden står lige der,” siger Pelle Guldborg Hansen.

## ER MÅLET VIGTIGT NOK?

Der stilles store etiske krav til nudging, mener Pelle Guldborg Hansen.

”Metoden er en form for manipulation, og derfor skal nudge-designerne tænke sig om. Man skal være helt på det rene med, at man puffer til folk, uden de selv er klar over det. Det er en form for social styring. Overfor det står så, at ingen vel kan have noget imod at blive skubbet en smule i retning af at smide affald i en skraldespand. Der må man tage nuanceret stilling, om målet er så legitimt, at det helliger midlet. Eller om midlet er så ligegyldig en handling, at målet kan forsvares,” siger Pelle Guldborg Hansen.

På en metrostation i Spanien ville man gerne have folk til at gå på trapperne i

stedet for at tage rulletrapperne. Her har man brugt det tvivlsomme nudge at placere et piktogram med en tynd tændstiksmand, der peger over mod trappen, og et andet med en tyk tændstiksdame, der peger over mod rulletrappen, fortæller Pelle Guldborg Hansen.

”Det er et stigmatiserende nudge, som kategoriserer folk, der tager rulletrappen som tykke og legitimerer, at man kan se på dem som dovne og ligeglade med sundhed,” siger Pelle Guldborg Hansen. Nudging er en form for manipulation, som kan retfærdiggøres så længe den retter sig mod områder af livet, hvor ingen kan have noget imod at blive nudget i den rigtige retning, mener Ashley Brereton.

”Når man skubber til folk, så de bruger den sti, der fører væk fra befærdet vej, venter på grønt i fodgængerovergangen, kører den hensigtsmæssige vej rundt i byen osv., er man på nogenlunde sikker grund. Jo tættere på borgerens privatliv, livsstil og jobsituation, vi bevæger os, jo mere skal vi passe på, når vi bruger nudging. For tag ikke fejl – det er et effektivt redskab, og det skulle meget nødig blive sådan, at man manipulerer folk til at tage vigtige beslutninger om deres private liv på et manipuleret grundlag,” siger Ashley Brereton. ◀◀



Nudging-eksperimenter har vist, at jo mere lokalt et input er, jo bedre virker det. Først prøvede man ’Ren København’, så ’Ren Nørrebro’. Nu står der ’Ren Skt. Hans torv’ på skraldespandene. Foto: Ashley Brereton