

Digitális Nudge-ok: átfogó helyzetkép és szisztematikus irodalomelemzés

Digital Nudges: Overview and Systematic Literature Review

GYULAI ZSÓFIA

tudományos segédmunkatárs, Szegedi Tudományegyetem, gyulai.zsobia@eco.u-szeged.hu

RÉVÉSZ BALÁZS

PhD, egyetemi docens, Szegedi Tudományegyetem, reveszb@eco.u-szeged.hu

Absztrakt

A döntéshozatal és az emberi viselkedés tanulmányozása évtizedek óta foglalkoztatja a pszichológusokat és a gazdasági szakembereket egyaránt. A kutatások egyik irányzata arra összpontosít, hogyan lehet az embereket rávenni arra, hogy új viselkedési formákat vagy ötleteket fogadjanak el. A digitális nudge, vagy más néven digitális ösztökélő a digitális környezetben az emberi viselkedés befolyásolására használt választási architektúra egy típusa. Szisztematikus irodalomelemzésünkben a digitális ösztökélőkkel (nudge-okkal) kapcsolatos kutatások jelenlegi állását vizsgáljuk. Tanulmányunkban 64 cikk elemzésén keresztül foglaljuk össze a terület eredményeit. Eredményeink alapján megállapítható, hogy hiányoznak a nudge-ok hosszú távú hatásaira fókuszáló kutatások, és túlsúlyban vannak a felmérésekkel és laboratóriumi kísérletekkel végzett tanulmányok. Érdemes lenne a jövőbeni kutatásoknak a valós élethelyzetekben történő értékelésre összpontosítaniuk. Módszertani szempontból fontos lenne mind a mennyiségi, mind a minőségi módszerek beépítése a kutatási designba. Az áttekintés rávilágít arra is, hogy a nudge-ok kategorizálásában egységesítés némenklatúra elfogadására lenne szükség. Fontos kiemelni azt is, hogy a jövőbeli kutatások számára javasolt a kormányzati szabályozás, a technológiai és etikai vonatkozások egyidejű figyelembe vétele is.

Kulcsszavak: digitális nudge, digitális ösztökélő, szisztematikus irodalomelemzés, viselkedési közgazdaságtan

Abstract

Decision making and human behaviour has been of interest to psychologists and economists alike for decades. One strand of research focuses on how to persuade people to adopt new behaviours or ideas. The digital nudge is a type of choice architecture used to influence human behaviour in the digital environment. In our systematic literature review, we examine the current state of research on digital nudges. In our study, we summarise the results in the field through an analysis of 64 articles. Our results show a lack of research focusing on the long-term effects of nudges, with a predominance of studies using surveys and laboratory experiments. It would be worthwhile for future research to focus on evaluation in real-life situations. Methodologically, it would be important to incorporate both quantitative and qualitative methods into research design. The review also highlights the need to adopt a standardised nomenclature for the categorisation of nudges. It is also important to underline that for future research, it is recommended to consider the aspects of government regulations, and technological and ethical dimensions as well.

Keywords: digital nudge, systematic literature review, SLR, behavioral economics