

## КОНЦЕПЦИЯ МЯГКОГО ПОДТАЛКИВАНИЯ И ЕГО МЕХАНИЗМЫ

Трефилов Я. Н.<sup>1</sup>

Научный руководитель – канд. социол. наук, преподаватель практики ФИТиП,  
Главстрой-СПб Чупин Р. И.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Университет ИТМО, [yakov\\_003@mail.ru](mailto:yakov_003@mail.ru)

<sup>2</sup>Университет ИТМО,

### Введение

В условиях цифровой трансформации экономики возрастает значение поведенческих факторов, влияющих на принятие рационального выбора, обусловленные когнитивными искажениями и эвристиками [1]. Одним из инструментов корректировки поведенческих эффектов является концепция мягкого подталкивания (nudge), предложенная Р. Талером и К. Санстейном [2].

Мягкое подталкивание представляет собой способ организации архитектуры выбора, при котором поведение человека изменяется предсказуемым образом без ограничения свободы выбора и без применения экономических стимулов. Актуальность исследования обусловлена необходимостью систематизации механизмов мягкого подталкивания и анализа их применимости в цифровой среде.

### Основная часть

Концепция мягкого подталкивания основана на предположении об ограниченной рациональности человека и существовании устойчивых поведенческих паттернов. В отличие от директивных методов регулирования, мягкое подталкивание не запрещает альтернативы и не изменяет экономические параметры выбора, а воздействует на способ представления информации и структуру среды принятия решения.

К ключевым механизмам мягкого подталкивания относятся:

— опция по умолчанию, при которой одна из альтернатив предустановлена как базовая;

— фрейминг информации, предполагающий изменение формулировки и контекста представления данных для изменения субъективной функции полезности за счёт трансформации способа представления информации;

— использование социальных сигналов, основанных на информации о поведении других участников;

— упрощение и структурирование информации для снижения когнитивной нагрузки.

Эффективность указанных механизмов подтверждается рядом зарубежных исследований, демонстрирующих изменение поведенческих реакций без применения принуждения [1, 2]. При этом важным условием применения мягкого подталкивания является соблюдение принципов прозрачности, добровольности и ориентации на повышение благополучия индивида.

В цифровой среде механизмы мягкого подталкивания реализуются через интерфейсные решения, алгоритмы персонализации и архитектуру пользовательского пути. Это открывает возможности для их формализации и дальнейшего моделирования в рамках задач математического и компьютерного анализа поведения пользователей.

### Выводы

Мягкое подталкивание представляет собой перспективный инструмент корректировки поведенческих отклонений в условиях ограниченной рациональности.

Систематизация механизмов мягкого подталкивания позволяет сформировать основу для их последующей формализации и разработки моделей влияния архитектуры выбора на принятие решений в цифровой среде.

Полученные результаты могут быть использованы при проектировании пользовательских интерфейсов, цифровых сервисов и систем поддержки принятия решений, а также служить базой для дальнейших исследований в области математического моделирования поведенческих процессов.

### **Литература**

1. Kahneman D. Thinking, Fast and Slow. – New York: Farrar, Straus and Giroux, 2011. – 499 p.
2. Thaler R. H., Sunstein C. R. Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. – New Haven: Yale University Press, 2008. – 293 p.