

**Borsa di studio attivata ai sensi di quanto disposto dal D.M. n. 1061 del 10/08/2021**

Titolo del progetto: Fattori cognitivi e psicologici relati agli effetti del “digital nudge” verso una scelta ecosostenibile

La borsa sarà attivata sul seguente corso di dottorato accreditato per il XXXVII ciclo:  
NEUROSCIENZE DEL COMPORTAMENTO

Responsabile scientifico: Laura Piccardi

Area per la quale si presenta la richiesta: GREEN

Numero di mensilità da svolgere in azienda: 6

Numero di mensilità da svolgere all'estero: 6 presso Universidad de Almeria

Azienda: San Raffaele group s.r.l.

Il Dipartimento è disponibile a cofinanziare per un importo pari a euro: 10000

Dipartimento finanziatore: DIPARTIMENTO DI PSICOLOGIA con delibera del 20/09/2021

Progetto di ricerca:

Thaler & Sunstein (2008) evidenziano come istituzioni e aziende debbano mettere le persone nelle migliori condizioni per compiere scelte vantaggiose da un punto di vista economico, della salute ed educativo, non limitando, comunque, la loro possibilità di cambiare scelta. Questa strategia viene definita “spinta gentile”. Studi recenti (Gambetti & Giusberti, 2012; Oehler et al. 2017) mostrano come gli individui che prendono decisioni meno vantaggiose sono individui con determinati tratti psicologici (tratti di ansia) e con stili decisionali evitanti. Recentemente, la letteratura scientifica ha considerato gli effetti del nudge in contesto digitale, quindi un suggerimento che proviene da uno strumento digitale (Weinmann et al., 2016), un esempio concreto è quello del navigatore che durante la guida induce il guidatore a scegliere una strada piuttosto che un'altra. Si parla quindi di nudge digitale quando tale suggerimento modifica il comportamento durante l'interfaccia di un utente con un ambiente digitale. Siti di e-health e di e-learning possono migliorare la qualità di vita dell'utente riducendo anche la dipendenza da social networks (Okeke et al 2018). In generale, il nudge sfrutta i bias e le euristiche del ragionamento alla base dei processi decisionali; tra i bias più usati dal nudge vi è il default bias (Kahneman et al, 1991) che evidenzia come gli individui preferiscano la scelta di default con conseguente difficoltà a modificare la situazione di partenza (Samuelson and Zeckhauser, 1988).

Un altro tipo di bias è il “present bias”, che indica la tendenza delle persone a porre eccessiva enfasi sulle gratificazioni immediate, tralasciando o sottovalutando le conseguenze a lungo termine, sia positive che negative (e.g., O'Donoghue and Rabin, 1999). Questo bias è alla base dello sviluppo di molti comportamenti disfunzionali, da patologie alimentari all'assunzione di atteggiamenti con scarsa prospettiva di pensiero a lungo termine (Elish et al., 2007). Anche in termini di ecosostenibilità molti comportamenti errati degli individui sono legati ad una mancanza di prospettiva a lungo termine degli effetti del loro attuale comportamento.

Il present bias è stato spesso contrastato attraverso il digital nudge, ad esempio nell'uso di notifiche, messaggi di testo o valigie, email che consentono di non perdere l'obiettivo da raggiungere.

Un aspetto da approfondire sull'efficacia del digital nudge è il ruolo attivo di alcuni processi cognitivi, ad esempio l'efficacia delle funzioni esecutive, pianificazione, problem solving, flessibilità di pensiero e presa di decisione e quello di altri fattori interni all'individuo come l'età e gli stili cognitivi (dipendenza/indipendenza dal campo; visualizzatori/verbalizzatori; stili decisionali). Il digital nudge può essere uno strumento particolarmente efficace nell'assunzione dei comportamenti ecosostenibili, soprattutto in periodo post-pandemico.

L'intento del presente progetto è quello di indagare le caratteristiche individuali che inducono una persona a seguire o meno i “suggerimenti” di uno strumento digitale quale un App su piattaforma tablet o telefonica. In particolare ci

aspettiamo che persone dipendenti dal campo siano più propense ad accettare i suggerimenti dello strumento. Inoltre, ci attendiamo anche che il suggerimento digitale possa guidare maggiormente il comportamento di anziani con caratteristiche di maggiore rigidità di pensiero e con schemi di risoluzione dei problemi e capacità di pianificazione più scarse. Ipotizziamo, inoltre, che anche lo stile visualizzatori/verbalizzatori possa avere un peso diverso a seconda di come il suggerimento digitale viene fornito, ossia se si avvale maggiormente di una modalità verbale o visiva.

Titolo del progetto (inglese): Cognitive and psychological factors related to the effects of the "digital nudge" towards an eco-sustainable choice

Progetto di ricerca (inglese):

Thaler & Sunstein (2008) highlight how institutions and companies must put people in the best conditions to make advantageous choices from an economic, health and educational point of view, while not limiting their ability to change their choice. This strategy is called a "gentle push". Recent studies (Gambetti & Giusberti, 2012; Oehler et al. 2017) show how individuals who make less advantageous decisions are individuals with certain psychological traits (anxiety traits) and with avoidant decision-making styles. Recently, the scientific literature has considered the effects of nudge in a digital context, therefore a suggestion that comes from a digital instrument (Weinmann et al., 2016), a concrete example is that of the navigator who, while driving, induces the driver to choose a road rather than another. We therefore speak of digital nudge when this suggestion changes the behavior during the interface of a user with a digital environment. E-health and e-learning sites can improve the user's quality of life by also reducing dependence on social networks (Okeke et al 2018).

In general, nudge exploits the biases and heuristics of reasoning underlying decision-making processes; among the biases most used by nudge there is the default bias (Kahneman et al, 1991) which highlights how individuals prefer the choice of default with consequent difficulty in modifying the starting situation (Samuelson and Zeckhauser, 1988). Another type of bias is the "present bias", which indicates the tendency of people to place excessive emphasis on immediate gratification, neglecting or underestimating the long-term consequences, both positive and negative (e.g., O'Donoghue and Rabin, 1999). This bias underlies the development of many dysfunctional behaviors, from eating disorders to the assumption of attitudes with a poor long-term thinking perspective (Elish et al., 2007). Also in terms of eco-sustainability, many wrong behaviors of individuals are linked to a lack of long-term perspective of the effects of their current behavior.

Present bias has often been countered through digital nudge, for example in the use of notifications, text or valid messages, emails that make it possible not to lose the goal to be achieved.

An aspect to be explored on the effectiveness of digital nudge is the active role of some cognitive processes, for example the effectiveness of executive functions, planning, problem solving, flexibility of thought and decision making and that of other factors internal to the individual such as age and cognitive styles (field dependence / independence; viewers / verbalizers; decision-making styles). Digital nudge can be a particularly effective tool in adopting eco-sustainable behaviors, especially in the post-pandemic period.

The intent of this project is to investigate the individual characteristics that induce a person to follow or not the "suggestions" of a digital tool such as an App on a tablet or telephone platform. In particular, we expect people addicted to the field to be more likely to accept the tool's suggestions. In addition, we also expect digital cue to further guide the behavior of older adults with more rigid thinking characteristics and with poorer problem-solving schemes and planning skills. We also hypothesize that the viewers / verbalizers style may also have a different weight depending on how the digital suggestion is provided, that is, if it makes more use of a verbal or visual modality.