

Subtiele verleiders inzetten voor studiesucces

Subtiele prikkels in de omgeving van mensen zijn in staat om hun gedrag voorspelbaar te veranderen. Dit gegeven, bekend vanuit de psychologie en sociologie, biedt kansen voor het hoger onderwijs. Subtiele interventies (*nudges*) in het onderwijsproces leiden studenten namelijk onbewust tot studiesucces.

Waarom lukt het mensen niet om belangrijke, langetermijndoelen te behalen? Één van de oorzaken is dat deze doelen op de korte termijn inspanningen van ons vragen, terwijl de beloning, het bereiken van ons doel, pas later volgt. Ongeduld en afleiding liggen op de loer en andere, aantrekkelijke, kortetermijndoelen lonken. Een berucht voorbeeld is het stoppen met snoepen met het doel om af te vallen. Diëten kennen helaas meer uitvallers dan afvallers. Ook in het hoger onderwijs spelen kortetermijninspanningen en langetermijndoelen een belangrijke rol. Het volgen van colleges en het maken van huiswerk kost studenten een inspanning op de korte termijn, terwijl zij hun beloning, in de vorm van een modulecijfer, pas later ontvangen. De vrijheid die het hoger onderwijs aan studenten biedt, verlangt van hen veel zelfdiscipline en eist een grote mate van zelfstandigheid. Eigenschappen waarover zij, en ook veel andere mensen, niet altijd beschikken. Dit is één van de oorzaken voor het gebrekkige studiesucces in het hoger onderwijs. Als studeren minder op afvallen leek en meer op snoepen, zouden studenten massaal binnen vier jaar hun diploma halen. Inzichten uit de psychologie en sociologie kunnen hierbij een duwtje in de goede richting geven.

mensen een duwtje in de goede richting te geven. Daarbij blijven mensen vrij om zelf te kiezen. In situaties waar het mensen niet lukt om rationeel te beslissen, maken nudges het voor een beslisser makkelijker om verstandige keuzes te maken. Het onderzoeksproject *Nudging the student* richt zich op het toepassen van deze *nudges* om studenten in het hoger onderwijs te verleiden tot studiesucces.

Nudging the student is één van de onderzoeksprojecten van het lectoraat Gedragseconomie. Het lectoraat is één van de zeven lectoraten van het kenniscentrum Innovatief Ondernemerschap van de Hogeschool Rotterdam en biedt organisaties expertise op het raakvlak tussen ondernemen, risicomanagement en menselijk gedrag. Het project heeft als doel om innovaties te bedenken waarbij de student door subtiele aanpassingen in het onderwijs onbewust een 'duwtje in de rug' (nudge) krijgt dat leidt tot studiesucces. Het onderzoeksrapport is te vinden op de website van het lectoraat Gedragseconomie: www3.hro.nl/Subsites/BehavioralEconomics

NUDGES

In hun boek *Nudge* introduceren de psychologen Richard Thaler en Cass Sunstein het begrip nudge als een subtiele interventie die, gebaseerd op inzichten vanuit de psychologie en sociologie, zonder dwang of financiële stimulans, menselijk gedrag voorspelbaar verandert. Deze interventies kunnen het leven van een beslisser verbeteren (*good nudge*) of verslechteren (*evil nudge*). In hun boek introduceren Thaler en Sunstein de nudge als een interventie die mensen op weg helpt 'naar betere beslissingen over gezondheid, geluk en welvaart'. Zij beperken zich dus tot good nudges. Voorbeelden van deze nudges zijn de vliegstickers in het urinoir om morsen te voorkomen en het smiley-bord langs de kant van de weg om de rijnsnelheid te beperken. Hoewel mensen zich meestal niet bewust zijn dat hun gedrag gestuurd wordt door een subtiele interventie, wordt deze interventie door diegene die de interventie pleegt, wel degelijk bewust toegepast om

Nudge bouwsteen 1: impuls



NUDGES IN DE HUIDIGE ONDERWIJSPRAKTIJK

Door studenten van de minor 'Risicomanagement & Gedrag' is onderzocht in hoeverre *nudges* een rol spelen bij het stimuleren van studenten in de huidige onderwijspraktijk van de Hogeschool Rotterdam.¹ Allereerst is aan 239 vierdejaarsstudenten afkomstig uit vier verschillende onderwijsinstellingen gevraagd welke docenten zij als motiverend ervaren en waarom zij dit vinden. Vervolgens is bij negen docenten die studenten het meest motiverend vonden een semigestructureerd interview afgenomen waarin eveneens is gevraagd wat zij doen om studenten te motiveren. Ten slotte is met behulp van stellingen aan het eind van het interview getoetst of de docenten de motiverende factoren die door studenten waren genoemd bij zichzelf herkennen en of zij *nudges* die in een eerder onderzoek waren benoemd toepassen.²

Door zowel de studenten als de geïnterviewde docenten worden overige motiverende factoren (*non-nudges*) het meest genoemd. Dit zijn factoren als behulpzaamheid, persoonlijke betrokkenheid, enthousiasme, een positieve benadering van de student, enthousiasme en interactie tijdens de lessen. Slechts één motiverende factor die docenten in hun interview zelf naar voren brengen, lijkt op een *nudge*. Dit is het stimuleren van studenten door het koppelen van de lesstof



Nudge bouwsteen 2: sociale omgeving

aan de toekomstige beroepspraktijk. Hierbij maken zij gebruik van de bouwsteen 'representativiteit' (zie Tips voor het bouwen van *nudges*). Dit is de enige *nudge* die docenten bewust lijken in te zetten. Wanneer zij in de stellingen geconfronteerd worden met enkele andere *nudges*, herkennen zij daarnaast ook de volgende in hun onderwijsaanpak: inspelen op groepsgedrag, belonen van prestaties, het geven van feedback en competitie. Deze laatste drie *nudges* worden ook door

TIPS VOOR HET BOUWEN VAN NUDGES

Nudges stel je samen met behulp van psychologische en sociologische bouwstenen. Hieronder staan voorbeelden van deze bouwstenen, gerangschikt naar drie typen, met voorbeelden van toepassingen in het hoger onderwijs.

Bouwstenen die de impuls voor de nudge leveren

- Vroegtijdig stimuleren van de gewenste respons (priming).
- Tijdige en visuele terugkoppeling op prestaties (feedback).
- Uitgaan van de weg van de minste weerstand (status quo).
- Meegeven van een ijkpunt (anchoring & adjustment)

Bouwstenen die bepalen hoe een individu de nudge beleeft

- Verliezen weegt zwaarder winnen (verliesaversie).
- Het uitlichten van aspecten die tot respons leiden (framing).
- Koppelen aan iets waar het op lijkt (representativiteit).

Bouwstenen uit de sociale omgeving die de nudge versterken

- Erkenning krijgen vanuit de sociale omgeving.
- Niet opvallen binnen een groep (peer pressure).
- Een rolmodel navolgen.

Voorbeelden in het hoger onderwijs

- Vragen naar studieintenties.
- Vroegtijdig toetsen. Smileys, kleur en lijnen.
- Automatische inschrijving bij tentamens.
- 'Nominaal is normaal'.
- Punten verliezen in plaats van winnen.
- Iets als positief of als negatief uitlichten.
- Studie zien als baan.
- Competities.
- De inactieve minderheid uitlichten.
- Inzet praktijkjuryleden en informele leiders.

de geënquêteerde studenten genoemd als motiverende factor. Geconcludeerd wordt dat *nudges* al op beperkte schaal worden toegepast in de onderwijspraktijk, maar dat docenten zich daar niet heel bewust van zijn.

MEETBARE EFFECTEN OP STUDIESUCCES

Om te toetsen in hoeverre *nudges* daadwerkelijk effect hebben op studiesucces is, in samenwerking met studenten van de minor 'Risicomanagement & Gedrag', een viertal experimenten uitgevoerd binnen één van de onderwijsinstellingen van de Hogeschool Rotterdam.

Een bonuspunt framen als winst of als verlies

Aan drie klassen derdejaarsstudenten werd in één van de kennismodules de mogelijkheid gegeven een bonuspunt te verdienen door middel van wekelijkse mc-toetsen. Aan twee andere klassen werd een bonuspunt al aan het begin van het semester gegund, met de mededeling dat zij dit punt konden verliezen wanneer niet genoeg mc-toetsen met een voldoende waren gescoord. Omdat mensen een grotere aversie hebben tegen verliezen dan een drang om te winnen, was de verwachting dat studenten in de tweede groep een hoger studierendement zouden behalen. Het effect van het introduce-

A photograph of two hands, one from the top and one from the bottom, with fingers extended to form a square frame. The hands are light-skinned and the background is white. The frame is enclosed in a red circular border.

Nudge bouwsteen 3: beleving

ren van mc-toetsen was dat een meerderheid van de studenten in beide groepen voor aanvang van iedere les de lesstof al had voorbereid. In vergelijking met eerdere jaren betekende dit dat de docent in de les minder moeite uit te leggen en direct kon starten met oefeningen. Aan de hand van voorlopige statistische analyses wordt de voorzichtige conclusie getrokken dat er wel degelijk een verschil tussen loss en gain framing is, maar in de tegenovergestelde richting dan de theorie voorspelt. Gezien de robuustheid van het fenomeen verliesaversie is dit een verrassing.

Vragen naar de intenties van studenten

Een willekeurig geselecteerde groep eerstejaarsstudenten is tijdens een gesprek met hun studieloopbaancoach (SLC) gevraagd naar de datum waarop men wilde starten met het voorbereiden van een specifiek tentamen. Het doel van deze nudge is om studenten eerder te laten starten met studeren. Aan de controlegroep werd deze vraag niet gesteld. De groep studenten die tijdens het SLC-gesprek geconfronteerd werd met de studie-intentievraag geeft aan eerder te zijn gestart met de tentamenvoorbereiding. Dit gedrag leidt echter niet tot meer uren voorbereiding of een hoger tentamencijfer.

Visualiseren van studievoortgang

In het kader van SLC registreerden een groep eerstejaarsstudenten hun cijfers in een basisoverzicht en een andere groep in een uitgebreider overzicht met voorwaardelijke kleuren, smileys en een lijngrafiek die de studievoortgang van de student visualiseert. Het doel van deze visuele feedback is om studenten te stimuleren om meer studiepunten en hogere cijfers te halen. Aan 210 studenten is gevraagd of het overzicht dat zij gebruiken in hun optiek van invloed is op hun studierendement. Studenten geven aan dat het uitgebreide overzicht hen meer motiveert om naar hogere cijfers te streven.

De default is dominant

Wanneer een opleiding studenten niet automatisch inschrijft voor tentamens, dan is de *default*-instelling dat zij niet deelnemen aan een tentamen. Bij gebrek aan actie van de student leidt dit systeem dus automatisch tot minder studiesucces. Bij het instituut waar de experimenten werden uitgevoerd, bleek dat een substantieel aantal studenten zich vergeet in te schrijven en daarom in de meeste gevallen niet kan deelnemen aan een tentamen. In twee opeenvolgende blokken bleken herinneringsmails niet van invloed te zijn op het inschrijfgedrag van studenten. Geadviseerd wordt daarom om de huidige *default* met een inschrijfverplichting voor studenten te wijzigen naar systeem met automatische inschrijving.

TIPS VOOR HET INVOEREN VAN NUDGES

1. Wanneer je nudges in een bepaalde opleiding wilt invoeren, zorg dan voor een projectleider die het onderwerp goed beheerst en daarnaast de ins en outs van de opleiding en de docenten kent.
2. Test of nudges die in theorie zouden moeten werken, dat ook in de praktijk doen. De bouwstenen waar nudges op zijn gebaseerd, zijn van oorsprong getoetst in laboratoriumexperimenten op universiteiten. Dit garandeert niet dat zij op alle plaatsen, in alle omstandigheden en bij alle studenten het gewenste effect hebben. Leen expertise in van onderzoekers die ervaring hebben met experimenten met controlegroepen.
3. Vraag studenten om nudges te verzinnen en ondersteuning te bieden bij de invoering. Dit leidt tot onverwachte, creatieve nudges en wordt door studenten als zeer leerzaam ervaren.

TEN SLOTTE

Nudging the student tracht een antwoord te geven op de vraag in hoeverre nudges in het hoger onderwijs worden gebruikt en of deze subtiele interventies daadwerkelijk effect hebben op studiesucces. Geconcludeerd wordt dat docenten zich er veelal niet van bewust zijn dat zij nudges toepassen, dat studenten bepaalde nudges benoemen als motiverende factor en dat experimenten aantonen dat nudges positieve effecten hebben op studiesucces. Door deze subtiele verleiders bewuster in te zetten, kan het potentieel dat nudging biedt om studiesucces te verbeteren, beter worden benut in het hoger onderwijs.

Reacties op dit artikel kunnen worden gericht aan dr. Arie de Wild, lector Gedragseconomie aan de Hogeschool Rotterdam; a.f.de.wild@hr.nl.