

Az okoseszközökhöz megfelelő felhasználók is kellenének



Felmerül a kérdés, hogy mit érnek a különböző intelligens megoldások, ha az emberek nem használják jól azokat.

A 21. században a digitális technológiáknak és az okos felhasználói magatartásnak az ötvözetére van szükség, mert a különböző okoseszközök önmagukban semmit sem érnek. A *Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet* (OECD) adatai alapján a globális energiafogyasztás egy-negyedéért a háztartások a felelősek, annak ellenére, hogy már évek óta piacon vannak hatékony és energiatakarékos hűtőszekrények és egyéb háztartási berendezések. A fogyasztás elsősorban a lakók szokásaitól és vásárlási döntéseitől függ. A tapasztalatok azt mutatják, hogy a háztartások a szükségesnél kevesebb pénzt fektetnek be az energiatakarékos készülékek megvásárlásába, másrészt sokan érdekesen értelmezik a takarékosságot: például lekapcsolják a villanyt, amikor kijönnek a szobából, de az ablakokat nyitva hagyják, hiába megy a fűtés vagy a légkondicionáló, pedig a hőmérséklet tartása felelős a fogyasztás 80 százalékáért.

Számos cég, szervezet és politikus reméli azt, hogy megvalósulhat a digitális fejlődés, és intelligens árammérők és alkalmazások mutathatják majd meg az embereknek, hogy hol és mennyi energiát takaríthatnak meg hatékony módon. Azonban az eddigi eredmények elkeserítőek: intelligens árammérővel egy háztartásban legfeljebb az áramfogyasztás körülbelül 2 százaléka, míg a tel-

jes energiafogyasztás 0,5 százaléka takarítható meg.

Mindez azonban egyáltalán nem meglepő, mert az ilyen rendszerek fejlesztésekor általában az üzleti, műszaki és jogi szempontok dominálnak, nem pedig az a kérdés, hogy miként alakítsák ki azokat úgy, hogy az emberek aktívan foglalkozzanak velük. Sok fejlesztő például olyan felhasználókat feltételez, aki racionális szempontok alapján átgondolja és optimalizálja az információkat. A fogyasztók viselkedése azonban sokszor minden, csak nem racionális. A gondolkodásunkat és a tetteinket gyakran befolyásolják például olyan dolgok, hogy mások mit gondolnak és tesznek.



Európa számos országában, így Magyarországon is választható opció az áramszolgáltatóknál, hogy megújuló forrásból származó energiát kérünk-e, de természetesen ilyenkor valamivel többet kell fizetni. Egy német energiaszolgáltató pusztán azzal megtízszerezte az új szerződéseknél ezek arányát, hogy egy jelölőnégyzetben ennél volt a pipa, ezt vették alapesetnek, nem pedig az ellenkezőjét, miszerint nem kéri ezt a felhasználó. Ennek utóvizsgálatánál nem gondolták az emberek ezt átverésnek, tudatában voltak döntésüknek, csupán pszichológiai szempontból nehéz kivenni onnan a pipát, és tudatosítani magukban, hogy ők most a környezetvédelem ellen dolgoznak, mintha az a négyzet alából ki lett volna szürkítve.

Ez már a marketing világa; a szociológusok évtizedek óta foglalkoznak azzal, hogy miként befolyásolják a magatartásunkat a különböző információk és az utóbbiakat hogyan kell megjeleníteni ahhoz, hogy az emberek érzékeljék azokat és reagáljanak rájuk. Ennek alapján sokkal hatékonyabb és olcsóbb energiafogyasztási információs rendszerek készíthetők el, mint napjainkban. Az energiaszolgáltatók már most sok éves adatsorokkal rendelkeznek vevőik kívánalmairól, és az új megoldások hatékonyságát is egyszerűen tudják tesztelni. Az, hogy fogyasztóik többségét rávegyék

a fogyasztásukkal kapcsolatos tudatosságra az emberi viselkedés ismerete nélkül lehetetlen. Persze ehhez olyan rendszerek kellene, amelyek támogatják és nem manipulálják a felhasználókat, emellett az adatvédelem kérdését szintén kiemelten kell kezelni.

Forrás: <https://sg.hu/cikkek/it-tech/126196/az-okoseszkozokhoz-megfelelo-felhasznalok-is-kellenenek>

Válogatta: Berke Barnabásné