

# Beteendeförändring

– *psykologin bakom storskalig förändring*

Per Kristensson 220317

*Har du under de senaste två veckorna...?*



 *Ja...!*

**Det är svårt att ändra beteenden!**

# *Vad beror vår oförmåga på?*

- Saknas kunskap (inom det givna området)?
- ***Nix, det är sällan fallet... möjligen saknas kunskap kring vad som påverkar människor beteende.***

# Preferens för det invanda

- Mere exposure effect (Zajonc)



# Status Quo bias

- Preferens att göra som vi alltid gjort...
  - Äter du samma frukost varje dag?
  - Läser du samma tidning år efter år?
  - Köper du oftast samma bilmärke?
  - Röstar du på samma parti val efter val?
  - Gillar du att se om filmer du redan sett eller skratta åt skämt du hört flera gånger tidigare?

# Endowment effect (Thaler, 1990)



# Loss Aversion

- Vi är opropotionerligt mer rädda att förlora något än samma möjlighet att vinna något.
  - Exempel: slantsinglingsexperiment





# Tjuvstart



**Människor vill framstå som konsekventa...**

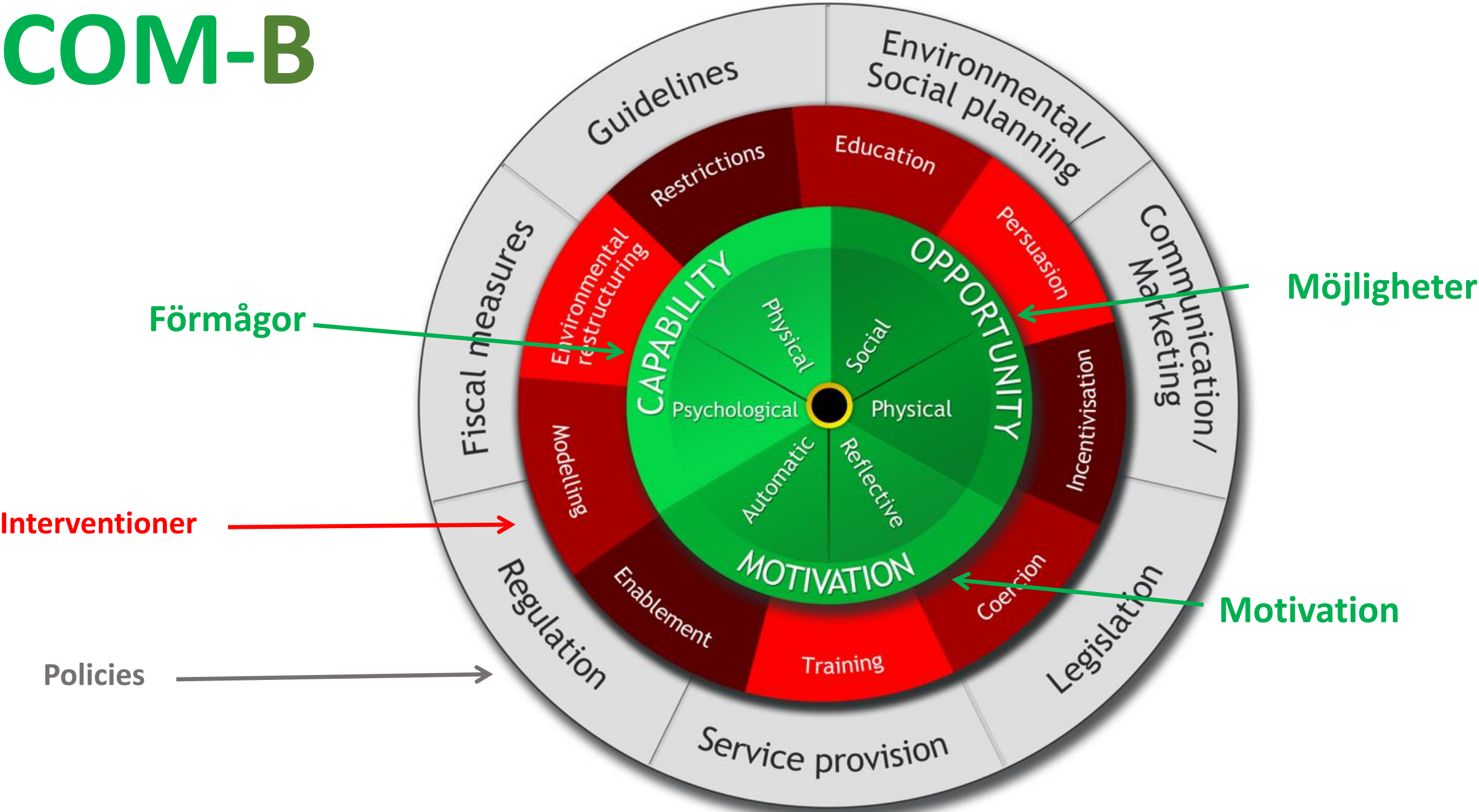


# Riskpsykologi

- Msk tar hellre in information från berättelse än statistiskt säkerställd information (studies on prosociality + representative heuristic studies)
- *Ilska* eller *Rädsla* skapar olika riskbedömningar. Rädsla leder till pessimism men ilska till tvärsäkerhet (gällande framtida kontroll, bedömningssäkerhet och sannolikhet) (Lerner & Keltner, 2001)
- Risk compensation is a theory which suggests that people typically adjust their behavior in response to perceived levels of risk
- Behavioural responses to pandemics were less shaped by actual mortality or hospitalisation risks than by risk attitudes (Chan et al., Nature: 2020)
- Research has found that fear and shame is not helpful in terms of motivating people. Connecting on shared values and care for others is more useful (apa.org/covid)
- PNAS (2021): The best-performing intervention reminded patients **twice** to get their vaccination shot at their upcoming doctor's appointment and indicated **it was reserved for them**
- Unintended consequence in terms of consumer resistance, undermine effectiveness of public policy in changing people's behavior (JM-21)



# COM-B



# Capabilities viktiga (men...)

Förmåga är *ett första steg* mot beteendeförändring

Generell övertro på vad information (allena) kan göra som beteendeförändrare – *kunskap ändrar sällan beteenden* (Van Houten et al., 1981; Mertens et al., 2021; Milkman et al., 2021)

Bounded rationality (inte rational agent) (Simon, 1982)



# Opportunities handlar om *möjligheter i vår omvärld*

- Möjligheter som finns i vår omgivning. Handlar ofta om att *underlätta* eller *försvåra* beteenden runt omkring oss
  - Plastskyddet vid kassan (pandemiexempel)
  - Tydliga möjligheter till digitala möten (pandemiexempel)
  - Realtidsmätning av antalet ggr personer varit vid en viss plats (t ex 'fitbit')
  - Riva väggen på Washington Post
- Sociala normer viktiga

*Tänk så här:*

***Hur kan du **omforma din omvärld** så att de beteenden du vill se utgör **det lättaste alternativet** (valet) för de du vill påverka***

Få någon att börja träna?





Skulle du våga möta en helt okänd person som kör emot dig i 95 km/h?



Ja (vi reflekterar knappt över faran)



Social norms  
are changing!

**I only kiss people whose breath doesn't stink**

**I exercise to keep  
in shape**

*I take a  
deep breath  
when I'm  
nervous*

**I only eat in the  
non-smoking  
section at  
restaurants**

**I DON'T SMOKE**

**Just like 88% of ETHS students**



2002 Social Marketing Survey. N=2,431 ETHS students  
Funded by the Chicago Community Trust, Rotary Club of Evanston Lighthouse & Tobacco Settlement Funds.



# Motivation

- Påverkas av *Capabilities* och *Opportunities*
- Målsättningar, incitament och förbud styr oss på kort sikt
- Våra inre drivkrafter. Vad vi vill och våra önskningar och hur ser vi på oss själva. Identiteten, synen på oss själva, spelar stor roll
- Notera att *sociala aktiviteter* ofta är en STARK inre drivkraft
  - Den starkaste drivkraften vinner ofta. T ex minska smittspridning var centralt under pandemin men sociala aktiviteter upplevdes möjligen viktigare (med ökad smittspridning som följd)



# Frågor...?

[Per.Kristensson@kau.se](mailto:Per.Kristensson@kau.se)

