

# Påvirkning og atferdsendring

Torleif Halkjelsvik, FHI

# Sentrale fagfelt innen påvirkning og atferdsendring

- Sosialpsykologi (generell påvirkning og atferdsendring)
- Helsepsykologi
- Helsekommunikasjon
- Atferdsøkonomi/Judgment & Decision making (Beslutning- og bedømmelsespsykologi)
- Forbrukeratferd (Consumer psychology)

# Oversikt

- Å skape motivasjon til handling
  - Endring av tanker og følelser for og imot en atferd
  - Incentiver
  - Sosial motivasjon
  - Motivasjon må være «aktivert» for å virke (f.eks. bruk av triggere)
- Øke mestringstro og forenkle atferd
  - Fjerne opplevde og faktiske barrierer->*øke mestringstro*
  - Forenkle atferd
    - Valgarkitektur
    - Automatisere handlinger

# Å skape motivasjon til handling

- Tanker og følelser for og imot en atferd  
->**Holdninger** (kognitive og affektive komponenter)

Melon er sunt



Melon

Rotter sprer Salmonella og Leptospira-bakterier



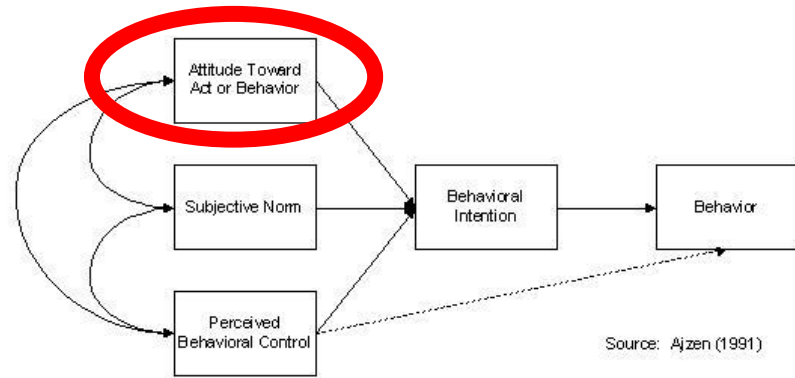
Rotte

# Å skape motivasjon til handling

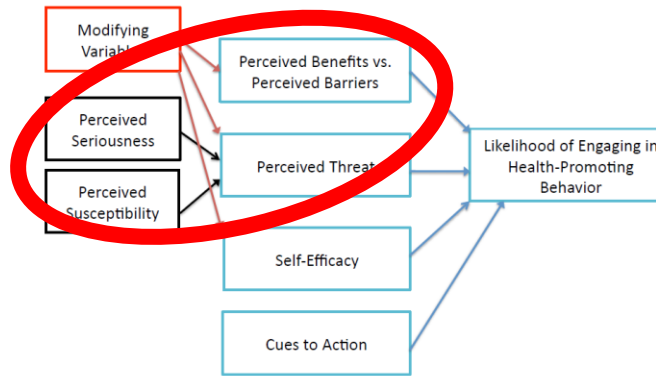
- Endring av tanker og følelser for og imot en atferd kan bidra til atferdsendring. (Ofte beskrevet som *holdningsendring*).

# Grunner/følelser for og imot en atferd (holdning)

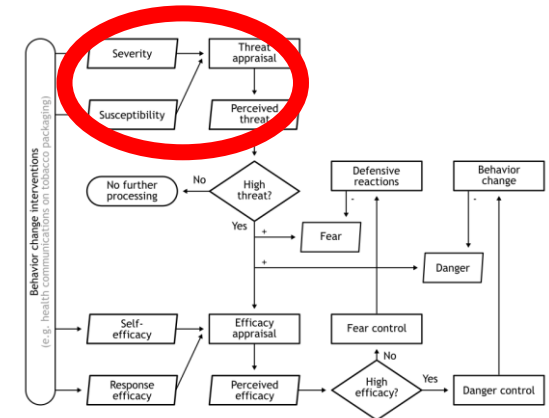
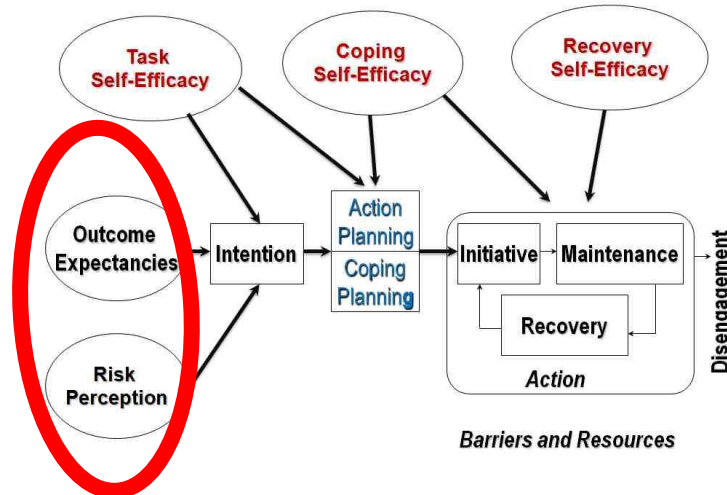
Theory of Planned behavior



The Health Belief Model



Stages of Processes of Change



# Eksempler på strategier for holdningsendring (eller endring av tro/forventninger/trussel/etc.)

- Legge til argumenter for
- Fjerne argumenter imot
- Justere vektlegging av argumenter
  
- Overflatisk vs. grundig prosessering av budskap
  - Av og til kan «argumentet» være at noe er vanlig eller at avsenderen ser ut som en lege.

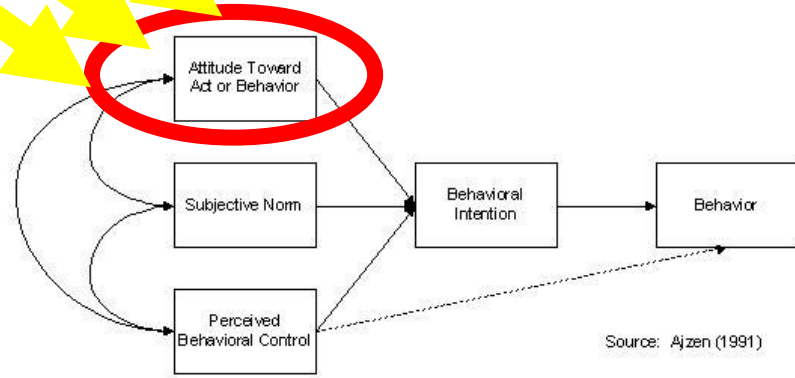
# Å skape motivasjon til handling

- Endring av tanker og følelser for og imot en atferd kan bidra til atferdsendring. (Ofte beskrevet som *holdningsendring*).
- Endring av selve konsekvensene (kostnad og gevinst/belønning) kan bidra til atferdsendring. (Typisk beskrevet som endring av *insentiver*)

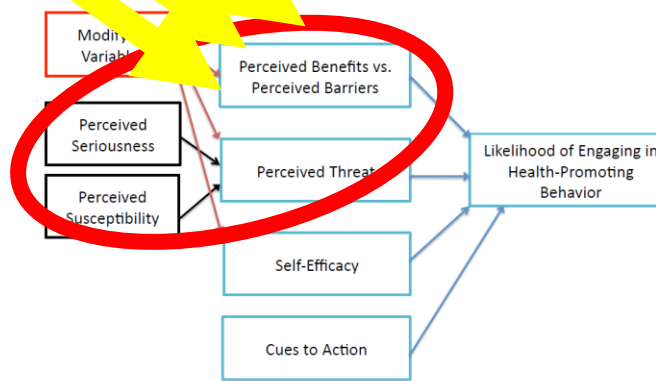


# Hvor kommer **insentiver** inn i bildet?

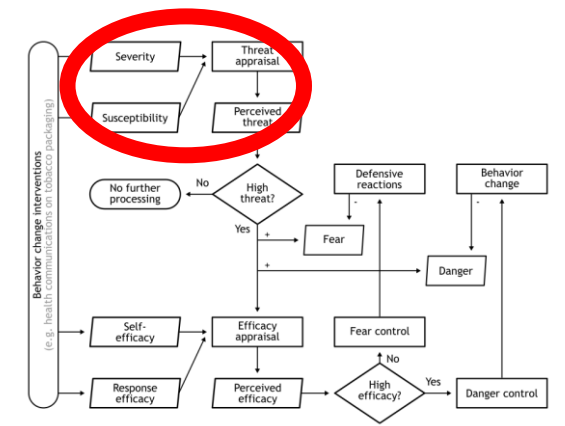
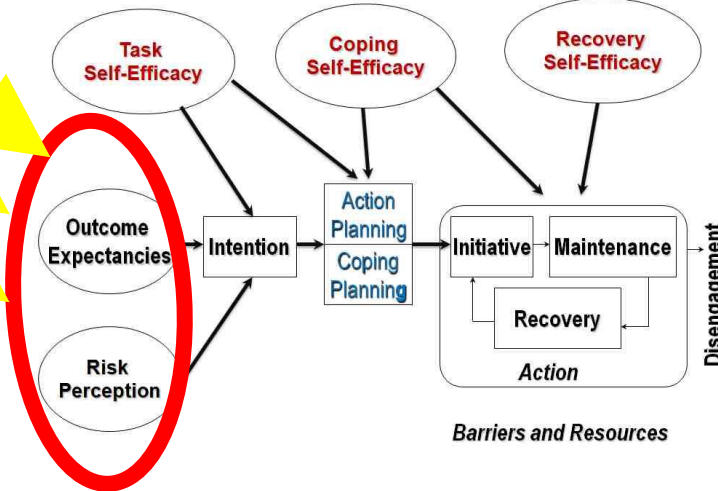
Theory of Planned behavior



The Health Belief Model



Stages of Change



# Eksempler på endring av insentiver

- Skatt på usunne varer
- Økonomisk kompensasjon/belønning
  - Rabattkuponger til røykfrie gravide
  - Ekstra sosialstønad til barnefamilier hvis oppdatert vaksineplan
- «Side bets» / Belønne og straffe seg selv

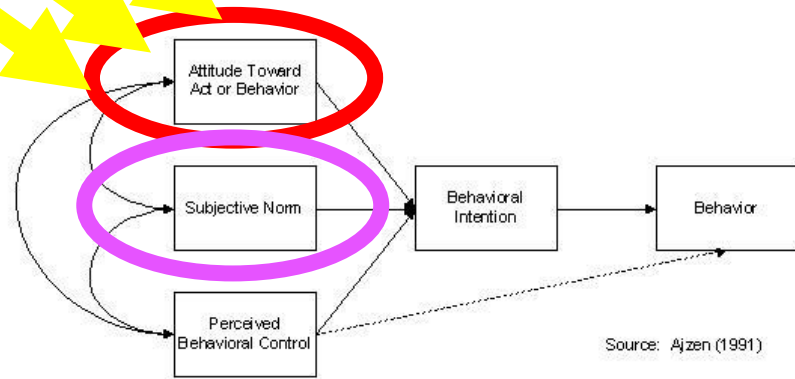
[www.stickK.com](http://www.stickK.com)

# Å skape motivasjon til handling

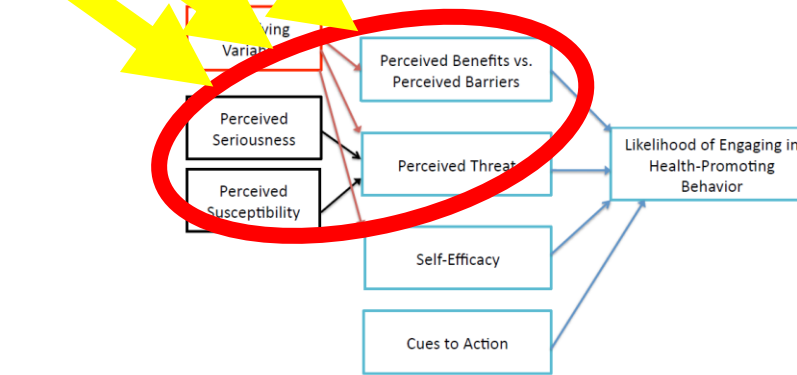
- Endring av tanker og følelser for og imot en atferd kan bidra til atferdsendring. (Ofte beskrevet som *holdningsendring*).
- Endring av selve konsekvensene (kostnad og gevinst/belønning) kan bidra til atferdsendring. (Typisk beskrevet som endring av *insentiver*)
- Endring av sosial motivasjon

# Sosial motivasjon

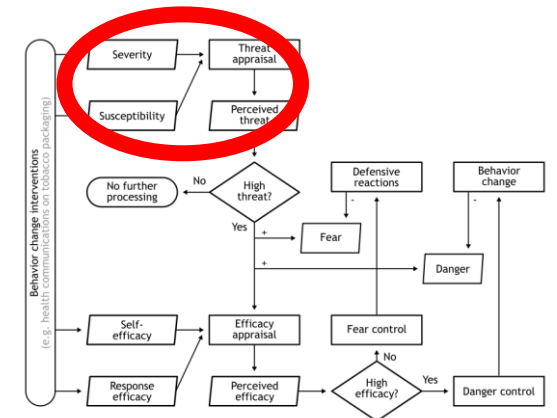
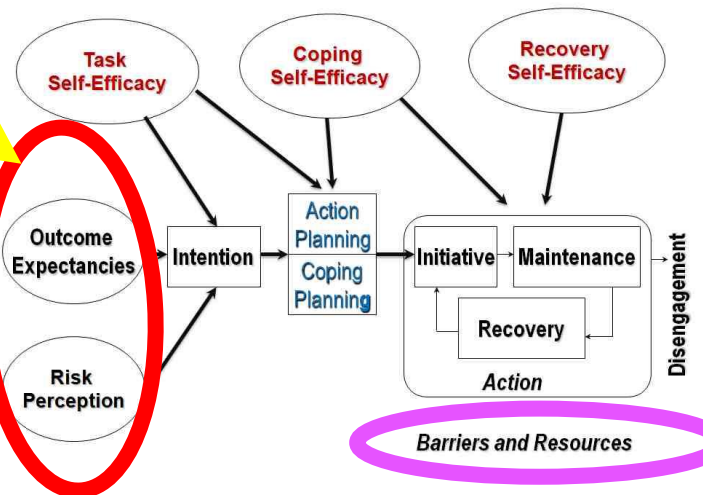
Theory of Planned behavior



The Health Belief Model



Stages of Change



# Eksempler på endring av sosial motivasjon

Hva gjør andre? Hva forventer andre at jeg gjør? Hva er akseptert?

- Sosiale normer
  - Deskriptive normer. «Social proof»: Alle gjør det = må være riktig
  - Injuktive normer. Hva (tror du) er akseptert
  - Endring av oppfattelsen av normer kan føre til atferdsendring
- Sosial støtte (forventingspress, ressurs, men også mål/belønning i seg selv)
  - AA, Selvhjelpsgrupper
  - Terapi/rådgivning
  - Gifte seg?

# Å skape motivasjon til handling

- Endring av tanker og følelser for og imot en atferd (holdningsendring)  
=endring av motivasjon->atferdsendring
- Endring av selve konsekvensene (kostnader og belønninger) av en atferd  
=endring av motivasjon->atferdsendring
- Endring i opplevelsen av hva andre gjør og mener  
=endring av motivasjon->atferdsendring

# Hvor kommer motivasjonen fra?

## Behov

For eksempel:

- Fysiologiske behov
- Sikkerhet
- Selvfølelse
- Makt/påvirkning
- Autonomi
- Kompetanse
- Sosiale behov

## Verdier

- Makt
- Prestasjon
- Hedonisme
- Stimulering
- Autonomi
- Universalisme
- Menneskekjærlighet
- Tradisjon
- Konformitet
- Sikkerhet

# Motivasjon endrer seg over tid, situasjoner og tilstander

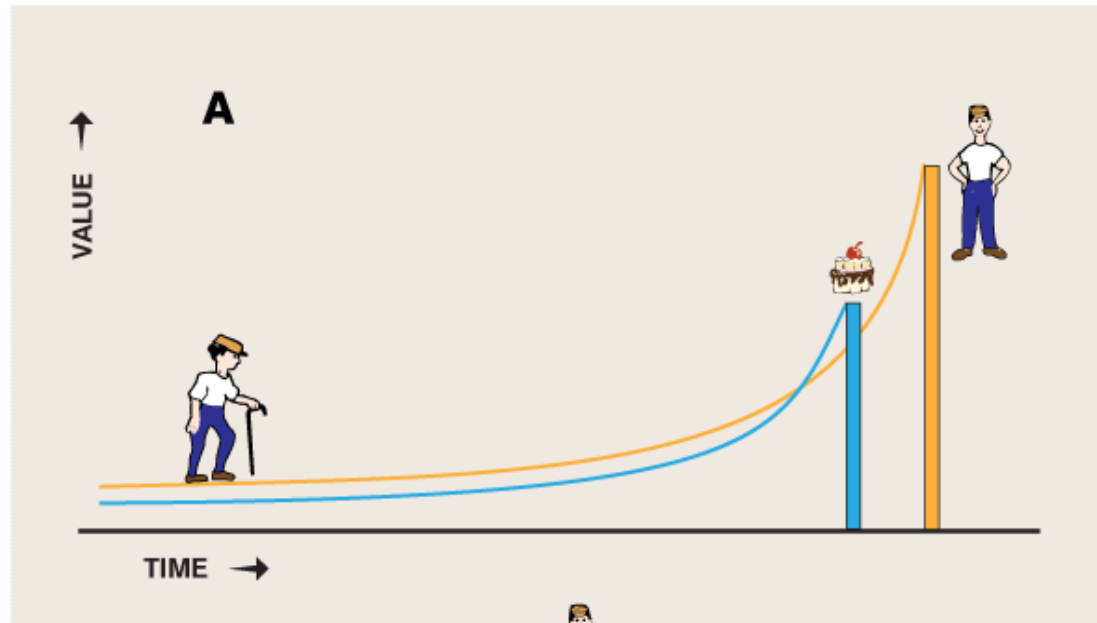
- For at insentiver/holdninger/sosial forventninger skal påvirke atferd må de være aktiverte når du skal utføre atferden.
- Triggere eller cues/signal kan aktivere motivasjon og bidra til ønsket atferd.
- MEN: Triggere eller cues/signal kan også aktivere andre former for motivasjon.





# Motivasjon endrer seg over tid, situasjoner og tilstander

- Konflikt mellom umiddelbar belønning og det som gir størst belønning på lengre sikt.

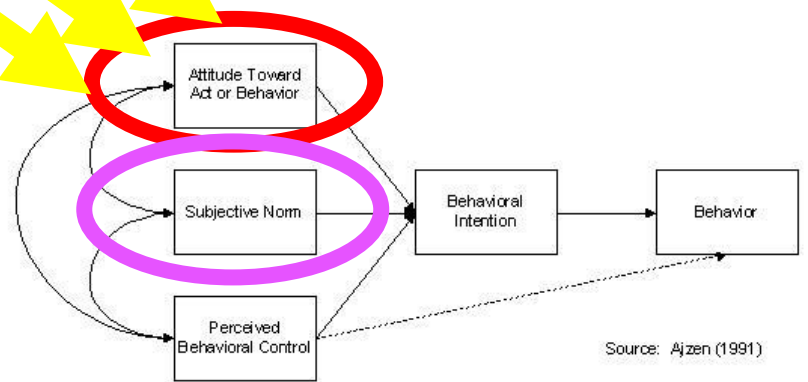


# Å skape motivasjon til handling

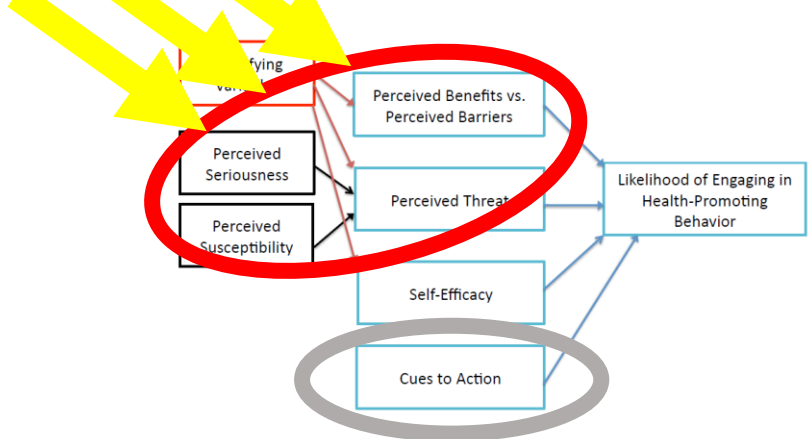
- Endring av tanker og følelser for og imot en atferd (holdningsendring)  
=endring av motivasjon->atferdsendring
- Endring av selve konsekvensene (kostnader og belønninger) av en atferd  
=endring av motivasjon->atferdsendring
- Endring i opplevelsen av hva andre gjør og mener  
=endring av motivasjon->atferdsendring
- Motivasjon endrer seg over tid, situasjoner og tilstander. Derfor må motivasjonen være «aktivert» for å virke.

# Motivasjon må aktiveres

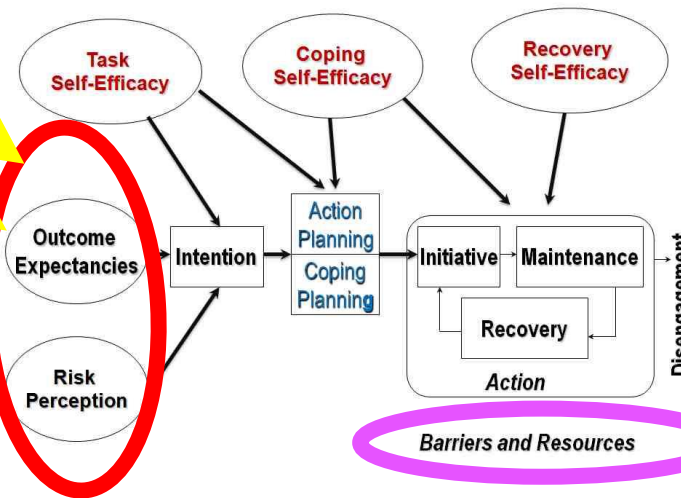
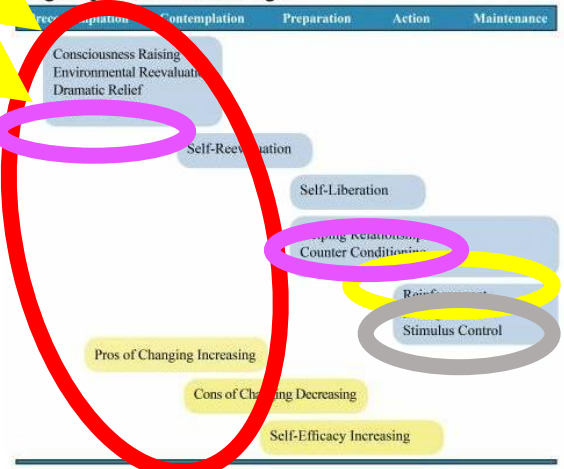
Theory of Planned behavior



The Health Belief Model



Stages by Processes of Change



# Oversikt

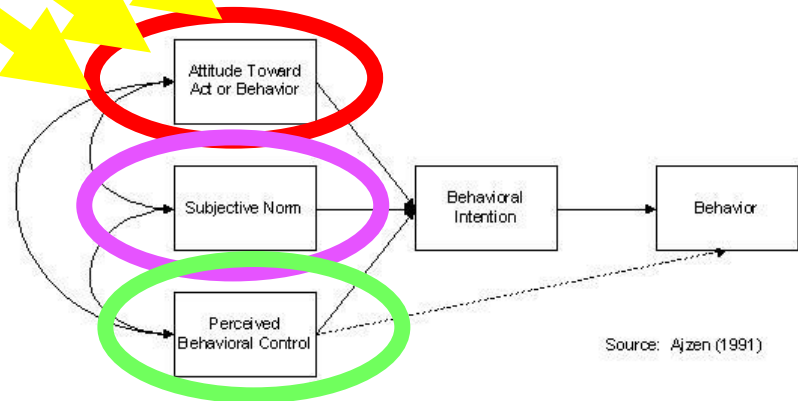
- Å skape motivasjon til handling
  - Endring av tanker og følelser for og imot en atferd
  - Incentiver
  - Sosial motivasjon
  - Motivasjon må være «aktivert» for å virke (f.eks. bruk av triggerere)
- Øke mestringstro og forenkle atferd
  - Fjerne opplevde og faktiske barrierer -> øke *mestringstro*
  - Forenkle atferd
    - Valgarkitektur
    - Automatisere handlinger (gjøre det riktige uten å måtte tenke)

# Øke mestringstro og forenkle atferd

- Mestringstro («Self-efficacy») sentralt begrep i teorier om helseatferd
  - Handler om troen på at man har evner og kunnskap til å få noe til
  - Fjerne faktiske og tenkte barrierer
- Forenkle atferd
  - Valgarkitektur (f.eks. hvordan alternativer blir presentert)
  - Automatisere handlinger (gjøre det riktige uten å måtte tenke)

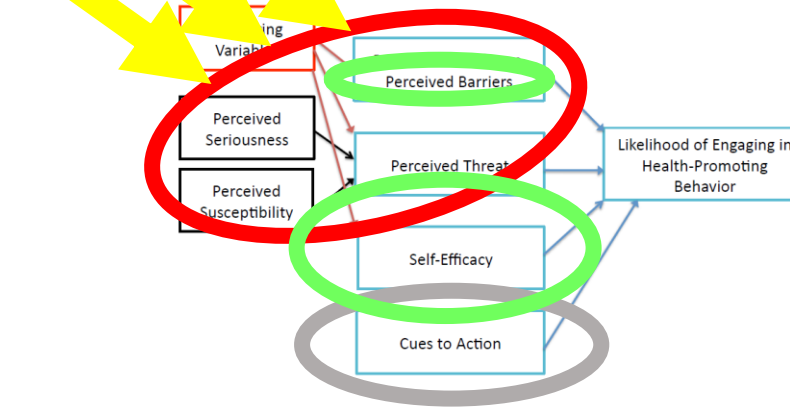
# Øke mestringstro og forenkle atferd

Theory of Planned behavior

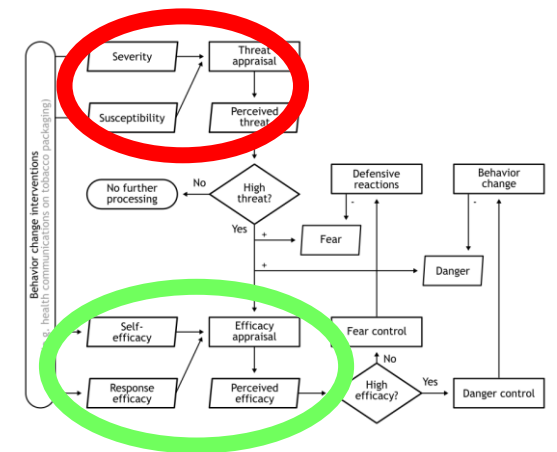
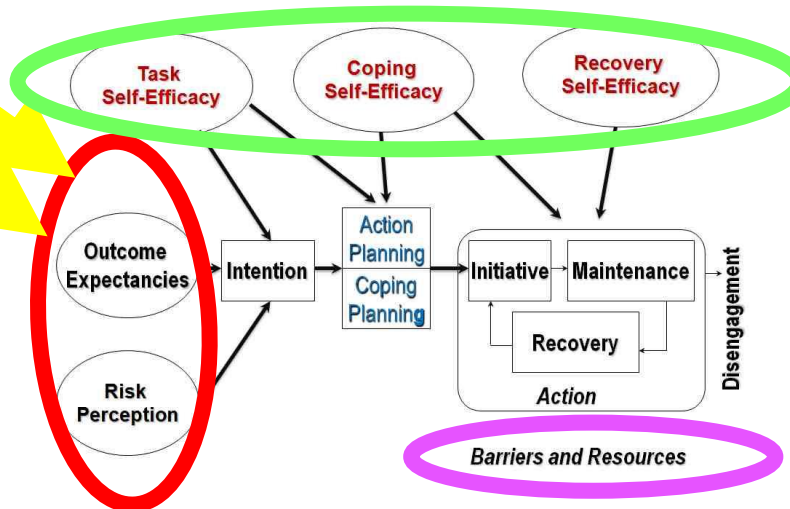


Source: Ajzen (1991)

The Health Belief Model



Stages by Processes of Change



# Øke mestringstro og forenkle atferd

- Endre opplevde og faktiske hindringer (øke mestringstro)
  - Informere om hvordan man gjør noe
  - Hjelp til gjennomføring første gang/øve/prøve
  - Modell-læring
  - Oppmuntring
- Forenkling av atferd
  - Valgarkitektur
    - Default option
    - Forenkling av valgstruktur (f.eks. rekkefølge og enkel fremstilling av alternativer)
    - Sjekklistor
  - Automatisere handlinger
    - Planlegging av hvordan løse potensielle hindringer.
    - Implementeringsintensjoner (bruk av cues/triggere) «Når jeg ser X, gjør jeg Y»

# Oversikt

- Å skape motivasjon til handling
  - Endring av tanker og følelser for og imot en atferd
  - Incentiver
  - Sosial motivasjon
  - Motivasjon må være «aktivert» for å virke (f.eks. bruk av triggere)
- Øke mestringstro og forenkle atferd
  - Fjerne opplevde og faktiske barrierer->øke mestringstro
  - Forenkle atferd
    - Valgarkitektur
    - Automatisere handlinger