

# Mänskligt beslutsfattande i tider av kris

Elina Bryngemark, forskare i nationalekonomi  
vid Luleå Tekniska Universitet

[elina.bryngemark@ltu.se](mailto:elina.bryngemark@ltu.se)

The SNS logo is displayed in a dark blue, serif font. It is positioned on a light orange, irregularly shaped background that resembles a stylized mountain or a large letter 'S'. The letters are bold and well-spaced.

# Mål med krispolicy: minimera dåliga utfall

- Följsamhet

Om vi förstår mänskligt beslutsfattande kan vi

- Uppskatta beteenderespons och skapa mer anpassade och effektiva insatser
- Kommunicera policies för optimalt policyupptag hos befolkningen.

→ Beteendekonomisk verktygslåda



# Nationalekonomisk teori

- Homo economicus?
- Preferensstyrd nytta mot kostnad + budgetrestriktion  
→ optimalt beslut
- Förutsättningar: stabila och transitiva preferenser, perfekt information, ingen påverkan av känslor, nytta kan kvantifieras och rangordnas, mm.
- Individer är **begränsat rationella**
  
- **Utgår från nytta och kostnader men påverkas av andra faktorer.**



# En samhällskris karakteristika

- Begränsad, föränderlig och komplicerad information
- Känslopåverkad informationsinhämtning
- Stor osäkerhet
- Förlorad hälsa/ekonomisk trygghet/frihet
- Kan pågå länge



# Vad påverkar beslutsfattande?

## Kognitiva begränsningar

- Heuristiker
- Bias

## Sociala påverkansfaktorer

- Identitet, grupptillhörighet
- Inre och yttre sociala drivkrafter

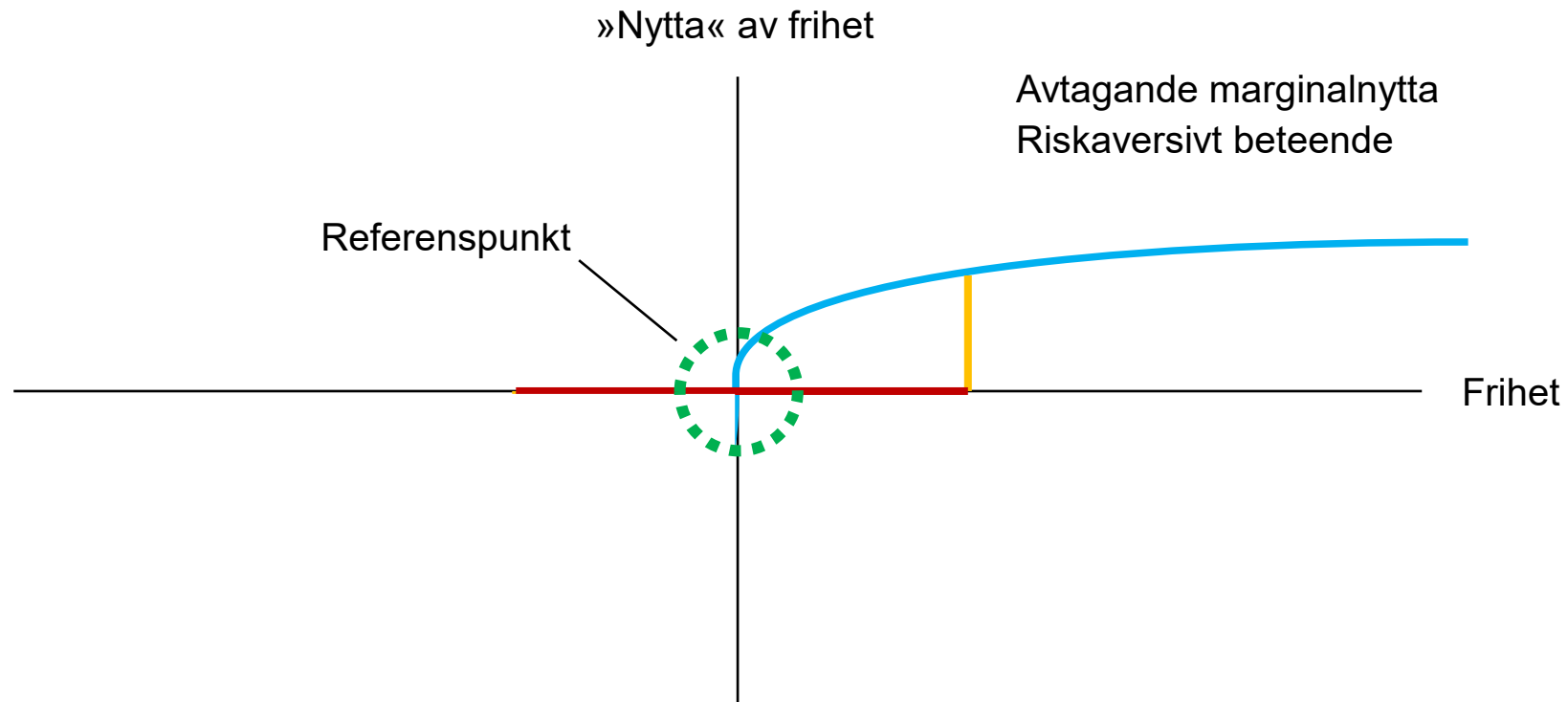
## Hjärnans preferenser

- Riskpreferenser
- Förlustaversion

## Tid



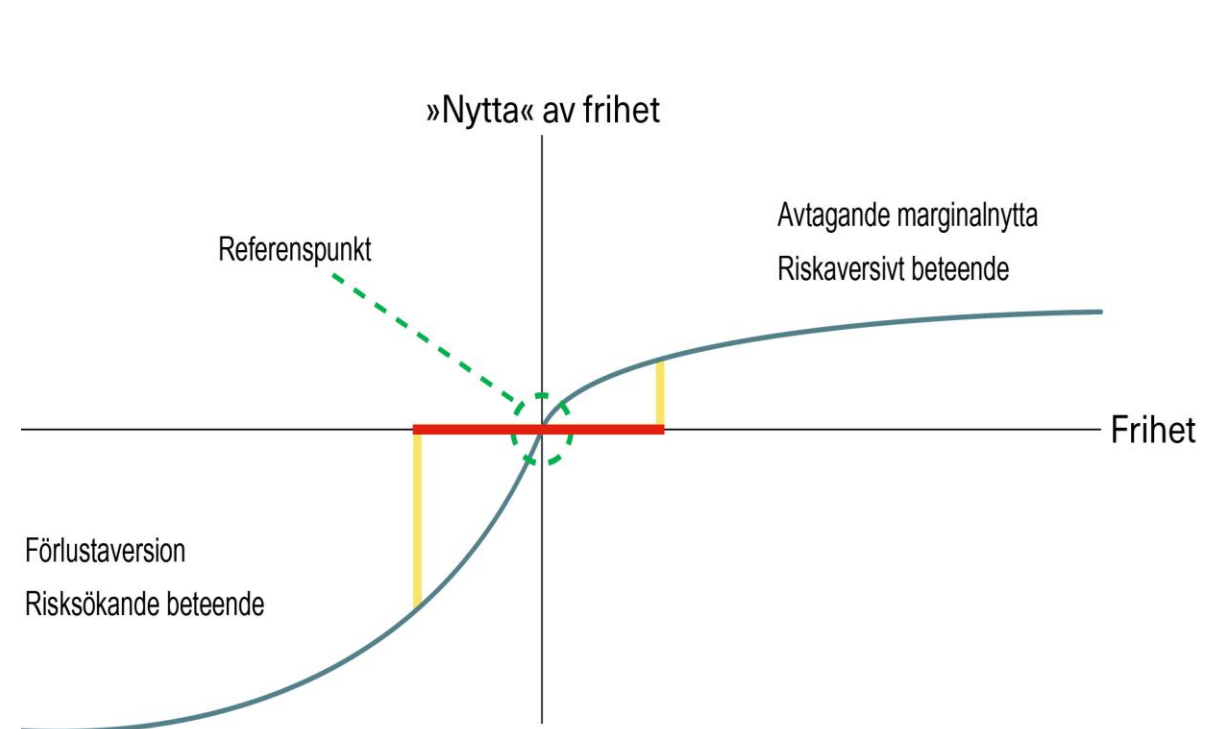
# Prospektteori (prospect theory)



*Människor avskyr förlust  
mer än de njuter av  
vinster*

# Policyinsikter från Prospektteorin

- Människor värderar utfall relativt en referenspunkt, inte i absoluta termer.
- Förlustaversion: Förluster upplevs som starkare än motsvarande vinster
- Drastiska förändringar kan utlösa motstånd.
- **Inför policyer gradvis (nedstängningar, krav på munskydd, ransoneringskvoter etc.)**
- **Använd förlustaversion i framing:**
- Istället för "Genom att följa dessa restriktioner kan vi att rädda 1000 liv på två veckor":
  - "Utan dessa restriktioner kan 1000 liv gå förlorade inom två veckor."



# Tidens betydelse

## Hyperbolisk diskontering

- Vi övervärderar det omedelbara  
→ svårt att förbereda sig i tid och att hålla i skyddsåtgärder.

## Krisens faser aktiverar olika kognitiva system

### System 1:

- Fungerar automatiskt och utan ansträngning via genvägar, impulser och intuition.
- Heuristiker, bias och känslor spelar större roll
- Snabbt men felbenäget

### System 2:

- långsamt, analytiskt och ansträngande.
- Kräver ansträngning för att analysera, resonera, lösa komplexa problem och utöva självkontroll
- Långsamt men (ganska) tillförlitligt



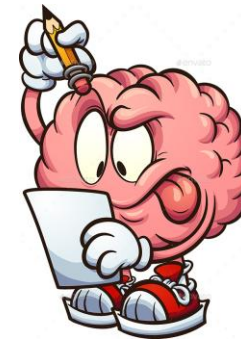


# I krisens inledande skede

- Transparens och tydlig logik: data, scenarioutfall, expertkommunikation.
- Visualisera risker och scenarier för att göra framtiden konkret.
- Normförskjutning: Etablera nya sociala normer tidigt → flytta referenspunkten så åtgärder känns "normala".
- Belöna tidiga följare: Ge synlig feedback eller fördelar till dem som agerar direkt (ex. snabbare vaccinbokningar, offentlig uppskattning).
- Undvik informationsöverflöd → sammanhållna, tydliga budskap för att inte trötta ut.

## System 2 aktiverat

- analytiskt tänkande, följsamhet hög.



# När krisen drar ut på tiden

- Kort och visuellt: färgkoder, symboler, nudges.
- Påminn om riskerna: motverka risknormalisering.
- Var medveten om, och anpassa till, tidigare informationsankare.
- Emotionellt engagemang: berättelser om drabbade/vårdpersonal.
- Variera incitament: små belöningar eller positiv feedback för att fortsätta följa regler.
- Bekämpa informationsvakuum: korta uppdateringar även utan nyheter.
- Gör det enkla valet till standard (t.ex. automatiska vaccinationstider).

## System 1 aktiverat

- Snabba beslut och mentala genvägar



# Sammanfattning

1. Anpassa policy och kommunikation till rätt tidsfas.
2. Förskjut referenspunkten för normläge innan inskränkning som kan uppfattas som förlust – för att undvika motstånd och risksökande beteenden.
3. Var medveten om heuristiker och biases, t ex. bygg vidare på mentala informationsankare för förtroendebyggande kommunikation.
4. Var medveten om sociala mekanismer som påverkar beslutsfattande: att lyckas tillsammans

## Undvik vanliga fallgropar

- Drastiska åtgärder under kort tid → kan skapa motstånd
- Fokusera på normbrott → kan förstärka dem
- För komplicerade budskap → tappar effekt
- Inte lyhörd för olika gruppers behov → respons uteblir

