

Mänskligt beslutsfattande i tider av kris

Elina Bryngemark

Mänskligt beslutsfattande i tider av kris

Mänskligt
beslutsfattande
i tider av kris

Elina Bryngemark

SNS Förlag
Box 5629, 114 86 Stockholm
Telefon: 08-507 025 00
info@sns.se www.sns.se

SNS är en oberoende ideell förening grundad 1948, vars mål är att vara Sveriges ledande mötesplats för saklig samhällsdebatt och en viktig kunskapskälla för beslutsfattare. SNS sammanför företrädare för näringsliv, förvaltning, akademi och politik. Denna brobyggande roll främjas av att SNS som organisation inte tar ställning i policyfrågor.

*Mänskligt beslutsfattande
i tider av kris*
Elina Bryngemark

© 2025 Författaren och SNS Förlag

INNEHÅLL

Förord	7
1. Individers beteende och beslutsfattande i kristider	9
2. Mänskligt beteende som utgångspunkt för krispolicy	42
Referenser	76

Förord

Det försämrade säkerhetsläget gör att Sverige rustar upp sitt totalförsvaret från historiskt låga nivåer. Klimatförändringarna och risken för nya pandemier aktualiserar också behovet av en robust beredskap. Att bygga ett motståndskraftigt samhälle kräver gemensamma insatser från såväl offentliga och privata aktörer som civilsamhället.

För att bidra till detta har SNS startat det treåriga forskningsprojektet SNS Beredskapskommission. Projektet ämnar genom forskning, seminarier och möten förse beslutsfattare inom politik, offentlig sektor, näringsliv och civilsamhälle med kunskapsunderlag inför viktiga och svåra prioriteringar samt beslut. Fokus är på hur en samhällsekonomiskt effektiv beredskap kan skapas och upprätthållas.

Den här rapporten utgör en del av en kommande större slutrapport som syftar till att lägga en kunskapsbaserad grund för att analysera komplexa problem kring organisation, styrmedel, finansiering och prioritering av resursanvändning vid en utbyggnad av det civila försvaret. Slutrapporten publiceras under våren 2026.

I rapporten analyserar Elina Bryngemark, forskare i nationalekonomi vid Luleå tekniska universitet, individers beslutsfattande vid samhällskriser utifrån ekonomisk teori. Hon redogör för hur beslutsfattandet påverkas av osäkerhet, kognitiva begränsningar, preferenser, identitet, emotionella reaktioner och sociala sammanhang. Insikter från genomgången används sedan för att ge förslag på hur statliga ingripanden kan utformas och kommuniceras för att påverka mänskliga beteenden mer effektivt under en samhällskris.

Det är SNS förhoppning att rapporten ska bidra till ökad insikt i hur svensk beredskap kan organiseras och styras.

För analys, slutsatser och förslag svarar rapportförfattaren. SNS som organisation tar inte ställning till dessa. SNS initierar och presenterar forskningsbaserade och policyrelevanta analyser av centrala samhällsfrågor.

SNS Beredskapskommission följs av en referensgrupp med representanter för 27 företag, myndigheter och organisationer. Från referensgruppen har också finansiering till projektet erhållits. Referensgruppen ansvarar dock inte på något sätt för rapportens innehåll.

SNS framför ett tack till referensgruppen, som består av Adda, Apoteket, Arla Foods, Ellevio, Energimyndigheten, Ericsson, Finansinspektionen, Försvarsdepartementet, Försvarshögskolan, Försvarsmakten, Helsingborg stad, ICA Gruppen, Keolis, Livsmedelsverket, Landsorganisationen i Sverige (LO), Länsstyrelsen Gotland, Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB), PostNord, Region Stockholm, RISE, Saab, Svenska Bankföreningen, Svenska kraftnät, Svenska kyrkan, Systembolaget, Trafikverket och Volvo Defense.

Therese Nilsson, professor i nationalekonomi vid Lunds universitet, ingår i referensgruppen som representant för SNS vetenskapliga råd.

Olof Johansson Stenman, professor i nationalekonomi vid Göteborgs universitet, har vid ett seminarium granskat ett utkast till rapporten.

Stockholm i september 2025

Anna Norén

forskningsledare, SNS

I. Individers beteende och beslutsfattande i kristider

Under samhällskriser ställs privatpersoner inför svåra beslut, ofta under stor osäkerhet och känslomässig press. Hur individen reagerar kan få stora konsekvenser för både individen själv och samhället. Detta kapitel syftar till att skapa en ökad förståelse för de mekanismer som påverkar individers beslutsfattande och beteende under samhällskriser. Fokus ligger på individens förmåga att inhämta och bearbeta information, samt de preferenser och faktorer som styr beslut om självskydd och efterlevnad av samhällsrekommendationer.

Med utgångspunkt från ekonomisk teori beskrivs individers beslutsfattande i samhällskriser. Exempelen är hämtade bland annat från covid-19-pandemin – en kris präglad av osäkerhet, och i Sverige även stor individuell beslutsfrihet. Samma mekanismer är tillämplbara i flera samhällskriser som kännetecknas av osäkerhet, förändring och hot mot människors säkerhet, såsom livsmedelskriser, krig och ekonomiska kriser.

Kapitlet inleds med en introduktion till rationellt beslutsfattande, som är en grundläggande del av nationalekonomisk teori. Eftersom teorin har begränsningar när det gäller att förklara mänskligt beteende, övergår kapitlet snabbt till att presentera centrala delar i beteendekonomin som kombinerar psykologi och ekonomi för att ge en mer realistisk bild av mänskligt beslutsfattande. Ursprungligen utvecklades beteendekonomin för att förstå »avvikelser« i individers beslut, men dess insikter har nu blivit en integrerad del av den ekonomiska verktyglådan. Kapitlet avslutas med en diskussion om hur dessa beslutsmekanismer påverkar mänskligt beteende i en kris.

I nästa kapitel visas hur dessa teoretiska insikter kan omsättas till praktisk policyutformning i kristider.

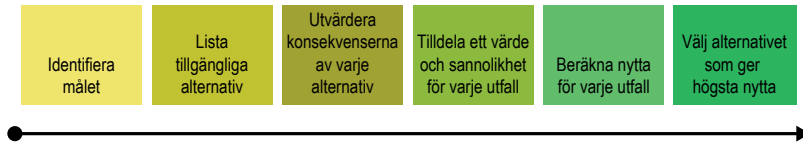
Nationalekonomisk teori om rationellt beslutsfattande

Rational choice-teorin är en grundläggande teori inom nationalekonomi som förklarar hur individer fattar beslut genom att maximera sin nytta utifrån tillgänglig information och begränsade resurser.¹ Individer agerar rationellt genom att noggrant väga vinster och kostnader för olika alternativ för att sedan välja det alternativ som ger största möjliga fördel (nytta). Teorin betonar att varje beslut är resultatet av en metodisk process där personliga preferenser och rådande begränsningar beaktas. Både ekonomiska resurser och faktorer som tid och information spelar en avgörande roll i beslutsprocessen. Processen är logisk och metodisk och kan illustreras i sex steg (se figur 1).

Under en pandemi innebär det att individer efter att ha processat all tillgänglig information väger kostnader och vinster av att följa samhällets rekommendationer och regler. En kostnad är bland annat frihet, medan en central vinst är att undgå att bli smittad. Detta illustreras

1. Modellen om *homo economicus* – den rationella, nytto-maximerande individen – har sina rötter i flera klassiska tanketraditioner, men representerar bara ett av flera konkurrerande perspektiv på mänskligt beteende. Historiskt har ekonomer, filosofer och beslutsforskare både bidragit till utvecklingen av denna modell och formulerat viktiga alternativ och korrigeringar till dess antaganden. Adam Smith (1723–1790) betonade egenintressets roll i ekonomiskt beslutsfattande, särskilt i sitt verk *The Wealth of Nations* (1776). Samtidigt erkände han i *The Theory of Moral Sentiments* (1759) att mänskligt beteende även påverkas av moraliska känslor och sociala normer. Filosofen och nationalekonomen Jeremy Bentham (1748–1832) utvecklade utilitarismen – en normativ teori som förespråkar att beslut bör syfta till att maximera njutning och minimera lidande. Även om utilitarismen i grunden är en etisk teori, har dess antaganden influerat den ekonomiska idén om nytto-maximering, där individens preferenser ses som vägledande för rationella val. Under 1800-talet formaliserades dessa idéer i den neoklassiska nationalekonomin, genom marginalnyttoteorin (Jevons, Menger, Walras, Edgeworth), där individen modelleras som en aktör som strävar efter att maximera sin nytta givet begränsade resurser. Ett avgörande teoretiskt steg togs av John von Neumann och Oskar Morgenstern (1903–1957 respektive 1902–1977), som i *Theory of Games and Economic Behavior* (1944) introducerade spelteorin. De utvecklade en axiomatisk grund för hur preferenser kan representeras matematiskt och beskrev hur rationella aktörer agerar strategiskt när andra aktörers val också påverkar utfallen. Gary Becker (1930–2014) utvidgade sedan mikroekonomisk teori till att omfatta områden som kriminalitet, utbildning, familjebeslut och diskriminering genom att anta att även dessa val styrs av rationell nyttoberäkning. James Buchanan (1919–2013), å sin sida, grundade *public choice*-skolan, där politiskt beslutsfattande analyseras som ett resultat av individuella aktörers nytto-maximering inom institutionella ramar.

Figur 1. Beslutsfattandeprocessen i sex steg enligt rational choice-teorin.



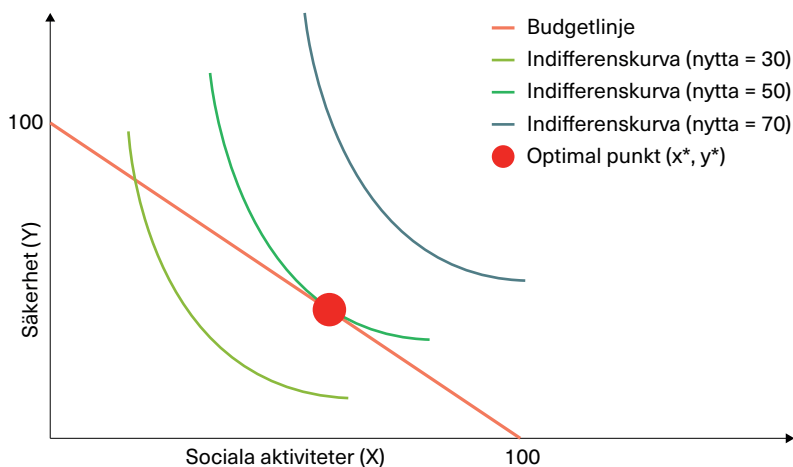
med hjälp av klassisk nyttomaximering i figur 2. Den visar en individs avväganden mellan två »varor«, i detta fall sociala aktiviteter (X) och säkerhet (Y). Indifferenskurvorna speglar individens preferens för sammansättning av dessa två »varor« och beskriver den ytterligare nytta eller tillfredsställelse som erhålls från en ökad enhet av någon av dem. Budgetrestriktionen representerar »kostnaden« för de två varorna och begränsas av individens yttre begränsningar kring sociala aktiviteter och säkerhet. I detta exempel kan vi tänka oss tid: individer har ett begränsat antal timmar per dag och måste bestämma hur mycket tid de ska lägga på sociala aktiviteter (X) respektive aktiviteter som prioriterar säkerhet, till exempel att stanna hemma (Y).

Individen beslutar om en nivå av säkerhet och frihet utifrån sin tidsbudget och sina preferenser för just säkerhet och frihet. Individens optimala »konsumtion« av säkerhet och frihet kan utläsas i den röda pricken i figur 2, det vill säga den yttersta möjliga punkten på en indifferenskurva som budgetlinje tillåter. Hade det funnits en budgetlinje längre ut från origo, det vill säga om individen haft mer tid, hade individen kunnat nå en högre tillfredsställelse genom att »konsumera« mer av både säkerhet och frihet.

Under en samhällsrestriktion som hindrar människor från att vistas ute har individen mindre tid att allokera åt frihet. Detta leder till en brantare budgetlinje, vilket innebär att individen når en lägre indifferenskurva och därmed en lägre nivå av upplevd tillfredsställelse.

Grafen innehåller endast två »varor«, i verkligheten finns det givetvis betydligt fler. Men genom att konceptualisera på detta enkla sätt kan vi lättare förstå det grundläggande i mänskligt beslutsfattande: det finns preferenser att väga mot varandra och det finns yttre begränsningar. Teorins stora fördelar ligger i dess enkelhet och tydlighet, och att den

Figur 2. Teorin om nyttomaximering illustrerad.



passar utmärkt för kvantitativ analys, eftersom analysen kan formuleras med hjälp av matematiska modeller och optimeringsproblem.

För att teorin om rationellt beslutsfattande ska hålla måste flera antaganden vara uppfyllda.

- › *Rationella individer.* Individer agerar rationellt – de har mål och fattar beslut som konsekvent främjar dessa mål.
- › *Fullständiga preferenser.* Individen kan jämföra alla alternativ och säga vilket som är bättre, sämre eller lika bra. Exempel: Om A och B är val, kan individen rangordna dem ($A > B$, $B > A$, eller $A = B$).
- › *Transitiva preferenser.* Om individen föredrar A framför B och B framför C, så föredrar hen också A framför C. ($A > B$ och $B > C \rightarrow A > C$)
- › *Icke-mättnad (more is better).* Mer av en önskvärd vara är alltid bättre (eller åtminstone inte sämre) än mindre. Exempel: *Allt annat lika föredras tre chokladbitar framför två.*
- › *Nytta är kvantifierbar eller kan åtminstone rangordnas.* Individen kan rangordna alternativ i en konsekvent rangordning (ordinal

nytta), och i vissa tillämpningar även tilldela numeriska värden (kardinal nytta).

- › *Begränsade resurser (budgetrestriktioner)*. Beslut tas inom ramen för tillgångar, tid, information och andra begränsningar.
- › *Stabila preferenser*. Preferenser förändras inte godtyckligt under analysperioden. (Det som är bättre i dag är också bättre i morgon, givet samma förutsättningar.)
- › *Fullständig information*. Individen känner till alla alternativ, konsekvenser och sannolikheter – eller har välinformerade förväntningar.

I verkligheten, särskilt under samhällskriser, är dessa antaganden ofta orealistiska. Brist på information, irrationella känslor och gruppbetenden påverkar beslutsfattandet. Trots sina begränsningar erbjuder *rational choice*-teorin en värdefull grund för att analysera mänskligt beslutsfattande. Den hjälper oss att förstå hur individer väger för- och nackdelar i sina beslut utifrån egna preferenser och begränsningar.

Men för att förstå, och kunna förutspå, mänskliga beslut, behöver analysen av människans förmåga och funktionssätt nyanseras. Det sker genom att presentera centrala begrepp och empiriska fynd från beteendekonomin.

Förstå beslutsfattande med hjälp av beteendekonomin

Beteendekonomin är ett tvärvetenskapligt forskningsfält som kombinerar insikter från psykologi och nationalekonomi för att förstå hur människor fattar beslut i praktiken, snarare än hur de »borde» agera enligt traditionella ekonomiska teorier. Genom att studera mentala genvägar, kognitiva begränsningar och preferenser under osäkerhet och förlust, får vi en djupare förståelse för varför människor ibland agerar irrationellt, särskilt i krissituationer.

Utgångspunkten är till stor del den forskning som bedrivits av fyra inflytelserika forskare inom beteendekonomin, varav tre har mottagit Sveriges Riksbanks pris i ekonomisk vetenskap till Alfred Nobels minne:² Herbert Simon, Amos Tversky, Daniel Kahneman och Richard H. Thaler.

2. Simon 1978, Kahneman 2002 och Thaler 2017.

Simons teori om begränsad rationalitet (*bounded rationality*) förklarar hur individer, på grund av begränsad information, tid och kognitiv kapacitet, ofta fattar beslut som är »tillräckligt bra« (en kombination av *satisfy* och *suffice*) snarare än optimala. Hans arbete lade grunden för beteendeekonomin, som senare berikades av Kahnemans och Tverskys forskning om heuristiker och kognitiva biaser. Deras prospektteori visar att människor värderar vinster och förluster asymmetriskt, så till vida att förluster upplevs som mer smärtsamma än motsvarande vinster är glädjande, vilket påverkar beslutsfattande under osäkerhet. Thaler vidareutvecklade dessa insikter genom att introducera *nudge*-teorin, som visar hur små förändringar i beslutsmiljöer kan påverka människors beteende utan att inskränka deras valfrihet.³

INDIVIDENS KOGNITIVA BEGRÄNSNINGAR

I det föregående avsnittet introducerades konceptet begränsad rationalitet, som menar att individen inte inhämtar all tillgänglig information, utan nöjer sig med en så kallad tillräckligt bra informationstäckning. Den information som faktiskt inhämtas blir därför mycket viktig och avgörande för individens beslut om beteende. Men hur processar den mänskliga hjärnan den information som faktiskt inhämtas? Kognitiva begränsningar är oftast den främsta orsaken bakom till synes icke-rationellt beteende (Stanovich och West 2000). I detta avsnitt presenteras centrala teorier inom beteendeekonomin som förklarar mänskliga beslutsprocesser.

Heuristiker

Heuristiker är mentala genvägar som människor använder för att förenkla beslutsfattande i komplexa eller osäkra situationer. Till skillnad från kognitiva biaser (mer om dessa längre fram) är heuristiker inte nödvändigtvis systematiskt felaktiga, utan ofta effektiva och tidsbesparande. Dock kan de ibland leda till suboptimala beslut när information misstolkas eller viktiga faktorer förbises.

Centrala heuristiker som tillgänglighetsheuristiken, simuleringsheuristiken och representativetsheuristiken är grundläggande inom beteendeekonomin. Dessa hjälper oss att förstå hur människor fattar beslut i verkliga situationer, till exempel hur de bedömer risker, sannolikheter eller värdet av olika alternativ.

3. Thaler och *nudge*-teorin återkommer i nästa kapitel.

Tillgänglighetsheuristiken

Tillgänglighetsheuristiken beskriver den mentala genväg som används för att snabbt bedöma sannolikheten för att något ska inträffa, baserat på hur lätt vi kan komma ihåg liknande händelser. Konceptet introducerades av Amos Tversky och Daniel Kahneman på 1970-talet och var en del av deras banbrytande forskning om hur människor fattar beslut under osäkerhet (Tversky och Kahneman 1974). Deras arbete visar att vi ofta förlitar oss på förenklade regler – heuristiker – istället för att göra noggranna analyser av fakta. Tillgänglighetsheuristiken bygger alltså på en enkel princip: ju lättare det är att minnas eller föreställa sig något, desto mer sannolikt verkar det. Detta kan bero på att händelsen är dramatisk, nyligen har inträffat eller är mycket omtalad. Minnet spelar alltså en central roll i hur vi bedömer risker och sannolikheter, ofta utan att vi är medvetna om det.

Under covid-19-pandemin hade tillgänglighetsheuristiken stor betydelse för hur människor uppfattade risker och fattade beslut. Dagliga rapporter om dödstal och nya smittfall skapade en stark känsla av fara, även hos personer som inte själva befann sig i en riskgrupp. Nyheterna gjorde det enkelt att minnas de mest dramatiska fallen, som till exempel när en enstaka ung och frisk person drabbades allvarligt. Detta ledde till att individer, oavsett deras faktiska sannolikhet att själva bli allvarligt sjuka, fick uppfattningen att »det kan hända mig också«. Tillgänglighetsheuristiken kan också fungera i motsatt riktning: om människor i sin vardag ser många andra som verkar klara sig lindrigt från sjukdom, eller när rapporteringen minskar, kan de plötsligt börja underskatta riskerna och agera mindre försiktigt – trots oförändrade antal smittfall eller dödsfall.

Simuleringsheuristiken

Simuleringsheuristiken är nära besläktad med tillgänglighetsheuristiken. Medan tillgänglighetsheuristiken handlar om hur lätt det är att minnas en viss händelse, pekar simuleringsheuristiken på hur lätt det är att föreställa sig att en händelse skulle kunna inträffa. Ju mer levande och konkret ett scenario är, desto mer sannolikt tenderar det att uppfattas – oavsett dess faktiska sannolikhet (Kahneman, Slovic, och Tversky 1982). Till exempel kan en person som nyligen har sett ett nyhetsinslag om en skjutning uppleva en större risk att själv drabbas, trots att den objektiva risken fortfarande är mycket låg. Denna

heuristik kan därmed bidra till snedvridna riskbedömningar, särskilt i krissituationer där medierapporteringen är stor och de känsloladdade berättelserna är många.

Representativitetsheuristiken

I extrema lägen, som krig eller pandemier, använder människor prototyper för att snabbt förstå och bedöma hot, vilket riskerar leda till felaktiga slutsatser. Under ett krig kan människor överskatta risken för att vistas på vissa ställen genom att skapa prototyper av hur en »typisk« farlig situation ser ut. Man kan till exempel göra bedömningen att frontlinjen är den mest riskfyllda platsen, trots att det kanske är minst lika farligt någon annan stans.

På samma sätt kan människor överskatta vissa hot. Om en typ av attack, som bombningar, får stor mediebevakning, kan människor börja tro att bombningar är det mest sannolika hotet, även om exempelvis matbrist eller sjukdom är större hot mot människor. Representativitetsheuristiken kan skapa både falsk trygghet och panik genom att felaktiga stereotyper leder till onödigt risktagande eller överreaktion på specifika hot.

Saliensheuristiken

Saliensheuristiken beskriver en mental genväg där människor lägger oproportionerligt stor vikt vid det som är mest framträdande eller uppmärksammat i beslutsögonblicket snarare än vid det som är mest relevant eller rationellt motiverat. Det innebär att alternativ eller information som sticker ut visuellt, emotionellt eller kontextuellt – exempelvis på grund av stark färgsättning, dramatisk medieexponering eller kontrast mot andra alternativ – får större genomslag i beslutsfattandet än de objektivt sett förtjänar.

Även om detta ursprungligen beskrivits som en heuristisk process, har det i beteendekonomin utvecklats till en formell teori om bias. I den så kallade saliensteorin modelleras beslutsfattande utifrån antagandet att individer lägger alltför stor vikt vid faktorer som avviker starkt från sin omgivning – det vill säga det som är salient, alltså särskilt framträdande eller uppmärksamhetsväckande. Teorin visar hur uppmärksamhet selektivt riktas mot de mest iögonfallande attributen i en valsituation, vilket leder till systematiskt snedvridna preferenser (Bordalo, Gennaioli och Shleifer 2012, 2013).

I krissituationer kan detta innebära att människor reagerar starkt på dramatiska enskilda händelser, som ett medialt uppmärksammat dödsfall, samtidigt som de undervärderar mer abstrakta eller statistiska risker, exempelvis smittspridning över tid.

Saliensheuristiken är nära besläktad med tillgänglighetsheuristiken, men fokuserar i högre grad på stimulusdriven uppmärksamhet i stunden snarare än på hur lätt något är att minnas. Den är särskilt relevant vid utformning av *nudges*, där man medvetet gör vissa alternativ mer framträdande för att styra beteendet utan att inskränka valfriheten.

Andra heuristiker som påverkar individen inkluderar känslheuristik, social heuristik och minimalistisk heuristik. Dessa innebär att människor använder genvägar nära besläktade med tidigare nämnda heuristiker, men beskriver hur känslor, sociala normer och igenkännbara situationer påverkar vår uppfattning av risk.

KOGNITIVA BIASER

Kognitiva biaser är systematiska tankefel som påverkar hur vi uppfattar information, gör bedömningar och fattar beslut. De innebär att våra beslut ofta avviker från vad som vore rationellt eller objektivt, även när vi försöker agera genomtänkt. Biaser kan uppstå i vardagliga situationer, men också i viktiga samhällsbeslut – exempelvis när individer ska ta ställning till rekommendationer i en kris.

Vissa biaser uppstår som bieffekter av heuristiker, alltså de mentala genvägar som hjälper oss att fatta snabba beslut, men som i vissa situationer leder till systematiska fel. Andra har sitt ursprung i emotionella behov, minnesförvrängningar eller sociala mekanismer.

Aktualitetsbias

Aktualitetsbias, eller tidsmässig tillgänglighetsbias (*recency bias*), är en kognitiv snedvridning där människor vid beslutsfattande tenderar att övervärdera den senaste informationen och underskatta historiska data. Under samhällskriser kan detta leda till att beslut baseras mer på nyligen inträffade händelser än på långsiktiga mönster eller tidigare erfarenheter.

Till exempel kan en kraftig ökning av smittspridning få individer att överreagera, trots att långsiktiga data pekar på att situationen är under kontroll. Omvänt kan en period av tillfällig förbättring minska vaksamheten, även om den övergripande risken kvarstår.

Spelarens misstag

Den upplevda risken att smittas under en pandemi kan underskattas av en person som inte blivit sjuk trots socialt umgänge. Detta knyter an till det så kallade spelarens misstag⁴, som syftar på föreställningen att tidigare händelser påverkar framtida slumpmässiga händelser. Spelarens misstag kan även leda till den felaktiga uppfattningen att om en viss händelse inte har inträffat på ett tag, är den »på väg« att inträffa snart. Detta kan i sin tur leda till en överskattning av sannolikheten att bli smittad.

Hot hand fallacy

Hot hand fallacy är en närbesläktad kognitiv snedvridning av sannolikheter och syftar till den irrationella tron att om du vinner eller förlorar flera slumpmässiga spel i rad, är du antingen »het« eller »kall«, och att trenden kommer att fortsätta.⁵ Har man inte blivit smittad hittills, tror man kanske att man helt enkelt inte blir smittad och tar därmed större risker eller avstår från skyddsåtgärder.

Förankringseffekten

Förankringseffekten beskriver hur människor påverkas starkt av den första information de får (ett »ankare«) när de bedömer risker eller fattar beslut (Tversky och Kahneman 1974). Under covid-19-pandemin blev denna effekt tydlig när det gällde användningen av munskydd. Inledningsvis kommunicerade Folkhälsomyndigheten att munskydd inte var en effektiv åtgärd utanför vården. När ny forskning senare visade att munskydd kunde minska smittspridningen även utanför vården, ändrade myndigheterna sina rekommendationer. Trots det förblev många människor förankrade vid den ursprungliga informationen och var ovilliga att ändra beteende. Den initiala förankringen skapade en långvarig skepsis mot munskydd, trots den nyare evidensen.

Tidiga rapporter om höga smittotal eller dödstal i vissa regioner kunde också skapa en mental referensram som förstärkte upplevelsen av risk, även när situationen senare förbättrades. På motsatt sätt kunde

4. Omnämns ofta som Player's/gambler's/ Monte Carlo's Fallacy.

5. Thomas Gilovich, Robert Vallone och Amos Tversky identifierade och definierade fenomenet *hot hand fallacy* i sin forskning från 1985 (Gilovich, Mallone och Tversky 1985). På svenska används ibland översättningen »het hand-effekten«.

ett initialt lågt antal fall i vissa områden ge en falsk känsla av trygghet, vilket gjorde att senare ökning av smittspridningen inte togs på tillräckligt stort allvar.

Genom att förstå förankringseffekten och hur människor klamrar sig fast vid tidigare information, kan ny kriskommunikation bli mer effektiv genom att bygga vidare på det ursprungliga ankaret och bemöta motstånd med empati och konkreta bevis. Detta minskar motståndet mot ny information och ökar sannolikheten för att människor justerar sitt beteende i linje med de nya rekommendationerna.

Sannolikhetsförsummelse

Ibland bortser människor från hur stor den faktiska sannolikheten är att en händelse ska inträffa och låter sig istället påverkas av hur känslomässigt laddad de upplever att risken är. Teorin om sannolikhetsförsummelse lanserades av Cass R. Sunstein i början av 2000-talet. Den visar att människor tenderar att reagera på styrkan i sina känslor snarare än att göra rationella bedömningar av sannolikheter, vilket kan leda till att de överreagerar på vissa risker med låg sannolikhet men hög känslomässig påverkan, eller att de ignorerar risker med hög sannolikhet om de inte framkallar starka känslor (Loewenstein m.fl. 2001; Sunstein 2021).

Att försumma sannolikheter kan få stora konsekvenser för individens beteende, särskilt i krissituationer. Under en evakuering kan människor exempelvis överreagera på sällsynta men skrämmande risker, som att en bro skulle kunna rasa, och därmed undvika att använda säkra men känslomässigt laddade vägar för att sätta sig i säkerhet. Samtidigt kan mer sannolika men mindre dramatiska risker, som farliga väderförhållanden eller brist på vatten, ignoreras, vilket försämrar chansen till överlevnad. I krigssituationer kan sannolikhetsförsummelse få individer att fästa oproportionerligt stor vikt vid risken för bombningar, medan de ignorerar vardagliga men livshotande risker som matbrist eller brist på medicinsk vård (Sunstein 2003). Den starka emotionella reaktionen på tanken om omedelbar fara kan göra att människor fattar irrationella beslut, som att stanna i ett farligt område istället för att fly till en säkrare plats.

Under en ekonomisk kollaps kan sannolikhetsförsummelse få människor att agera utifrån extrema scenarier, som att banken omedelbart kommer att gå i konkurs, vilket leder till panikartade uttag

av besparingar – som leder till ytterligare ekonomisk instabilitet. Samtidigt kan människor ignorera mer sannolika risker, som inflation eller arbetslöshet, eftersom dessa inte framkallar lika starka känslor som tanken på en total ekonomisk kollaps.

Sannolikhetsförsummelse understryker hur starkt känslor påverkar människors beslutsfattande och varför det är viktigt att kommunicera risker på ett sätt som balanserar både fakta och de känslomässiga reaktioner som informationen kan väcka. Denna bias är nära besläktad med ovan nämnda heuristiker som också de leder till irrationella beslut till följd av känslomässiga och kognitiva tankeprocesser. Sannolikhetsförsummelse kan till exempel få människor att överreagera på känslomässigt laddade risker, som en låg sannolikhet för ett terrordåd, medan representativitetsheuristiken kan leda till att de övervärderar sannolikheten för ett sådant hot baserat på om de sett ett nyhetsreportage om ett terrordåd nyligen. Båda fenomenen kan skapa missvisande riskbedömningar om hur troligt ett terrorattentat är och leda till minskat deltagande i samhället på grund av rädsla för att drabbas.

Bekräftelsebias

Bekräftelsebias är en kognitiv snedvridning där människor tenderar att söka, tolka och minnas information på ett sätt som bekräftar deras befintliga övertygelser eller hypoteser. Med andra ord lägger människor större vikt vid information som stödjer deras åsikter och ignorerar eller avfärdar information som motsäger dem.

I en pandemikontext kan bekräftelsebias påverka hur människor reagerar på information om smittspridning, åtgärder och vaccinering. Till exempel kan personer som redan tror att pandemin är överdriven vara mer mottagliga för källor som stöder den uppfattningen och avvisa information som visar på pandemins allvar. På samma sätt kan de som ser pandemin som mycket allvarlig ignorera eller förkasta information som antyder att vissa restriktioner kanske inte är nödvändiga.

Bekräftelsebias tenderar att vara starkare när det gäller ämnen som väcker starka känslor eller är politiskt laddade, exempelvis klimatförändringar, vaccinering och migration.

Överdriven optimism

Utöver de kognitiva utmaningar som påverkar hur människor uppfattar och förstår risk, påverkas den mänskliga hjärnan också av *optimism bias* och *overconfidence*. Optimism bias är en kognitiv snedvridning där människor tenderar att ha en överdrivet positiv syn på framtiden och underskatta sannolikheten för negativa händelser. Överdriven optimism innebär att människor överskattar sin egen förmåga att analysera exempelvis sannolikheter eller sin kunskapsnivå. Dessa biaser kan leda till ytterligare avvikelser från optimala beslut och beteenden, särskilt i situationer där korrekt riskbedömning är avgörande.

Kompromisseffekten

I situationer där flera alternativ framstår som acceptabla kan individens beslutsfattande påverkas av en tendens att välja det alternativ som uppfattas som en mellanväg. Denna så kallade kompromisseffekt innebär att valet ofta faller på det alternativ som upplevs som mest balanserat – ett slags »lagom«-beslut (Chuang m.fl. 2013; Murali, Böckenholt, och Laroche 2007). Effekten är ett väletablerat exempel på hur kognitiva genvägar påverkar beslut även när alla alternativ är möjliga.

Under samhällskriser kan detta mönster tydligt påverka individers agerande. När människor ställs inför beslut om exempelvis skyddsåtgärder, vaccination eller restriktionsfölsamhet, kan kompromisseffekten leda till att man väljer en »lagom« nivå av efterlevnad – inte avvägd efter risk eller effekt, utan som en psykologiskt tilltalande mittpunkt. Det kan handla om att endast följa vissa rekommendationer, att delta i sociala aktiviteter »i mindre utsträckning« eller att acceptera en första vaccindos men avstå från en andra.

Sådana beslut behöver inte vara rationella utifrån tillgänglig information, utan kan spegla en önskan att undvika ytterligheter i en situation där osäkerheten är stor och den egna bedömningsförmågan osäker. Kompromisseffekten fungerar i dessa fall som ett skydd mot beslutsångest eller framtida ånger, men kan samtidigt leda till att åtgärder blir otillräckliga på samhällsnivå.

I ett beteendeeconomiskt perspektiv utgör kompromisseffekten ett exempel på hur beslut i krissituationer påverkas av presentationen och upplevelsen av alternativ, snarare än av objektiva konsekvensanalyser. Den illustrerar hur till synes »försiktiga« val i praktiken kan försvaga kollektiv krisrespons, särskilt när krishanteringen bygger på hög grad av individuell fölsamhet.

PROSPEKTTEORI

Prospektteorin introducerades av Daniel Kahneman och Amos Tversky 1979. Den är en beteendemodell som beskriver hur människor fattar beslut mellan alternativ som innebär risk och osäkerhet (Kahneman och Tversky 1979). I den ursprungliga teorin syftade begreppet »prospekt« på de resultat man kunde förvänta sig av ett lotteri. Prospektteorin har sedan dess använts i en mängd olika sammanhang för att förstå mänskligt beteende.

Till skillnad från traditionell förväntad nyttoteori, som förutsätter att individer agerar rationellt för att maximera sin nytta, är utgångspunkten att människor känner aversion mot förlust och har asymmetriska riskpreferenser. Vidare föreställer man sig att människor tänker i termer av förväntad nytta i förhållande till en referenspunkt, och att de tenderar att snedvrida viktningen av sannolikheter. Nedan presenteras dessa centrala begrepp för att ge en förståelse av oväntade utfall i mänskligt beteende, såsom överdrivna skyddsåtgärder i en samhällskris och stora risktaganden vid upplevd förlust.

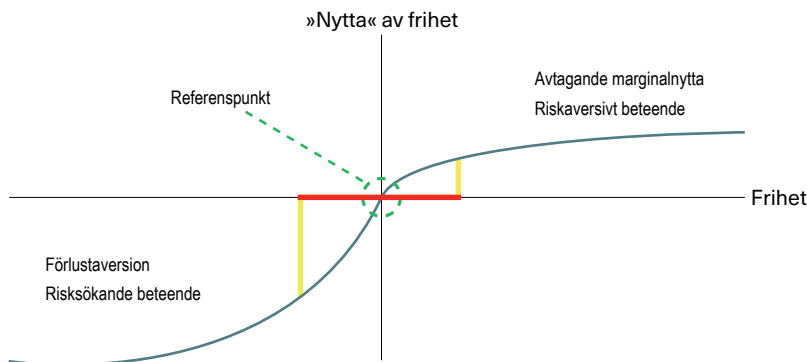
Referensberoende och förlustaversion

Referensberoende innebär att individer värderar utfall i förhållande till en specifik referenspunkt, till exempel en tidigare situation eller förväntning. I en graf kan referenspunkten illustreras med origo. Till vänster om origo utgår förlust och till höger vinst, och den upplevda nyttan av förlust och vinst kan läsas av längs y-axeln, se figur 3. Under en pandemi kan referenspunkten påverka hur människor uppfattar rekommendationer kring till exempel social distansering. Om en ny period med strängare begränsningar av individers frihet införs kan det upplevas som en stark förlust av frihet, jämfört om förlusten var väntad och den nya mentala referenspunkten redan justerats till det kommande läget. Beroende på om referenspunkten justerats eller inte, kommer människor att reagera på olika sätt. Har referenspunkten uppdaterats till det nya läget kommer människor generellt sett att acceptera de nya rekommendationerna och agera riskaversivt enligt klassisk nationalekonomisk nyttoteori (med avtagande marginalnytta). Om referenspunkten däremot inte ändrats, och vi rör oss till vänster om origo, kan människor uppleva en känsla av förlust och därmed den upplevda tillfredställelsen sjunka dramatiskt längs en konkav nyttofunktion som illustrerat i figur 3. I det läget ökar individens riskbenägenhet och

det kan leda till att hen tar större risker för att återhämta sig, det vill säga ta sig tillbaka till referenspunkten som personen har. Skillnaden mellan riskaversivt beteende vid »vinst« och risktagande beteende vid förlust refereras ofta till som asymmetriska riskpreferenser (förlusten av 100 kronor känns upplevs starkare än glädjen att vinna 100 kronor). Risktagandet ökar ju större förlusten gentemot referenspunkten är: att förlora 100 kronor känns värre om du hade 200 kronor från början jämfört med om du hade 1 000 kronor. Med en pandemi som exempel förklarar det varför människor kan ta irrationella beslut som att gå på svartklubb under en nedstängning.

Förlustaversionen kan också leda till att människor undviker risker som skulle kunna leda till förluster även när det finns en möjlighet till vinst. Under en pandemi kan exempelvis vissa individer vara mer benägna att vidta försiktighetsåtgärder för att skydda sin hälsa, även om det innebär stora uppoffringar, medan andra kan undvika sådana åtgärder om förlusten av frihet upplevs som mer betydande än risken för smitta. Hur individer värderar förlust varierar på både individnivå och samhällsnivå och förhåller sig till individens respektive samhällets referenspunkt och känslighet för vad det är som går förlorat.

Figur 3. Illustration av prospektteorin.



Asymmetrisk sannolikhetsviktning

Ett annat centralt begrepp inom prospektteorin är asymmetriska riskpreferenser. Kahneman och Tversky (1979) visade att människor systematiskt övervärderar små sannolikheter och undervärderar stora sannolikheter. Det innebär att extremt osannolika händelser, som att drabbas av en sällsynt biverkning från ett vaccin, ofta får oproportionerligt stor uppmärksamhet. Samtidigt kan mycket sannolika händelser, som risken för att smittas av ett virus i en trång miljö, ignoreras om de inte framkallar starka känslor. Under en pandemi kan detta leda till irrationellt beteende, som att vissa människor undviker vaccination av rädsla för en mycket liten sannolikhet för biverkningar, trots att vaccination minskar en mycket större risk för allvarlig sjukdom. På liknande sätt kan en liten sannolikhet för att drabbas av ett allvarligt utbrott i närområdet leda till överdrivna skyddsåtgärder, som hamstring av varor, eftersom risken upplevs som mer skrämmande än den faktiskt är. Detta knyter an till tidigare nämnda heuristiker och biaser som bygger på att känslor styr sannolikhetsbedömningar för en händelse. Genom att känna till dessa mentala genvägar och snedvridningar kan vi få insikter om hur människor kan tänkas reagera på nyheter, samhällsinformation och policy under samhällskriser.

Framing

Tversky och Kahneman vidareutvecklade prospektteorin och presenterade den så kallade framingeffekten och hur den kan användas för att påverka individers beslut (Tversky och Kahneman 1981). Genom att presentera budskap som vinster eller förluster kan man använda sig av människors asymmetriska riskpreferenser och förlustaversion. Istället för att säga »genom att vaccinera dig skyddar du dig själv och andra«, kan genomslagskraften bli större med en formulering som utgår från förlust: »om du inte vaccinerar dig riskerar du att bli svårt sjuk«. Förlustframing är ofta mer effektivt för beteendeförändring då den väcker starka känslor. Men en stark känsloreaktion kan även leda till motstånd om budskapet upplevs som överdrivet eller skrämmande. Mer om detta i kapitel 2 om effektiv policyutformning.

Sammanfattningsvis erbjuder prospektteorin värdefulla insikter för hur politiker och tjänstemän kan förstå människors reaktioner på risk och osäkerhet under samhällskriser. Genom att ta hänsyn till förlust-

aversion och referensberoende kan man anpassa kommunikationen och strategierna för folkhälsoåtgärder, genom så kallad framing och referenspunktsförskjutning. Teorin är dock inte heltäckande, eftersom verkliga beslut påverkas av flera faktorer som tidsaspekter och social påverkan. Dessa aspekter diskuteras nedan.

Sociala påverkansfaktorer

Sociala påverkansfaktorer spelar en avgörande roll i hur människor agerar och fattar beslut, särskilt i krissituationer. Dessa faktorer omfattar sociala normer, som påverkar vilka beteenden som anses accepterade eller förväntade, identitet, där en individs självbild och grupptillhörighet styr val och agerande, samt förtroende för myndigheter, som är centralt för att följa riktlinjer och rekommendationer. Även politiska, andliga och religiösa övertygelser kan forma beteenden och prioriteringar, medan desinformation och ryktesspridning kan förstärka osäkerhet och leda till felaktiga beslut. Genom att förstå dessa påverkansfaktorer kan vi bättre förutse mänskligt beteende under samhällskriser och utforma mer effektiva strategier för kommunikation och åtgärder.

TEORIER OM SOCIAL PÅVERKAN

När människor befinner sig i osäkra, nya eller snabbt föränderliga situationer – som under pandemier eller andra kriser – ökar behovet av social vägledning. I sådana sammanhang blir andras beteenden och förväntningar en viktig informationskälla för hur man själv bör agera. Social påverkan fungerar då som en orienteringsmekanism i ett oklart läge (Cialdini 2000; Cialdini, Kallgren och Reno 1991). Nedan presenteras tre centrala teorier som förklarar olika mekanismer bakom normefterlevnad och samarbete i kollektiva sammanhang: teorin om sociala normer, teorin om villkorad samarbetsvillighet och teorin om ojämlikhetsaversion.

Sociala normer

Teorin om sociala normer (*social norms theory*) utgår från att människors beteenden påverkas av deras uppfattningar om vad andra gör och vad andra tycker att man bör göra. Denna teori, utvecklad av bland andra Cialdini, Kallgren och Reno (1991), skiljer mellan deskriptiva normer – uppfattningar om hur andra faktiskt betar sig – och preskrip-

tiva normer (även kallade injunktiva) – uppfattningar om vad som är socialt godkänt eller förväntat.

Det är väl etablerat att sociala normer har en stark påverkan på hälsorelaterade beslut, såsom rökning, alkoholkonsumtion och fysisk träning. (Hsieh och Kippersluis 2018; Decicca m.fl. 2008). Dessa normer påverkar både uppkomsten av ohälsosamma beteenden och möjligheterna att förändra dem.

Under covid-19-pandemin användes denna mekanism i flera kommunikationskampanjer där exempelvis budskap som »80 % av invånarna i din kommun har vaccinerat sig« förstärkte efterlevnaden genom att aktivera deskriptiva normer. Detsamma gällde för rekommendationer om att hålla avstånd, undvika folksamlingar och bära munskydd.

Villkorad samarbetsvillighet

Teorin om villkorad samarbetsvillighet (*conditional cooperation theory*) bygger på antagandet att människor är benägna att samarbeta – men bara om de uppfattar att andra också gör det. Samarbetsviljan är alltså beroende av en upplevd ömsesidighet: om andra fuskar, bryter mot regler eller inte tar ansvar, minskar individens vilja att bidra.

Forskning inom beteendekonometri och experimentell psykologi visar att många är så kallade villkorade samarbetare, det vill säga de deltar i kollektiva ansträngningar under förutsättning att omgivningen gör detsamma (Fischbacher, Gächter och Fehr 2001). Denna logik bygger på rättviseförväntningar snarare än ren konformitet.

Under covid-19-pandemin blev detta tydligt: människor följde restriktioner som att stanna hemma eller bära munskydd så länge de upplevde att andra gjorde det. Men när normbrott blev synliga minskade motivationen, vilket riskerade att undergräva det kollektiva handlandet genom en kedjeeffekt.

Ojämlighetsaversion

Ojämlighetsaversion syftar på individers motvilja mot ojämlika utfall i fördelningssituationer. Enligt detta synsätt reagerar människor negativt både när de får mindre än andra – så kallad ogynnsam ojämlikhet (*disadvantageous inequality*) – och, i viss mån, när de får mer än andra – gynnsam ojämlikhet (*advantageous inequality*). Ett av de mest inflytelserika bidragen inom området är Fehr–Schmidt-modellen (1999)⁶ som

6. Fehr och Schmidt (1999) formaliserade detta i en utvidgad nyttofunktion

visar att individer inte enbart bryr sig om sina egna utfall utan också om hur dessa förhåller sig till andras. I modellen antas att människor upplever minskad nytta både när de får mindre än andra (*avund*) och – om än svagare – när de får mer än andra (*skuld*).

Denna typ av preferens är närvarande även i vardagliga situationer, men blir ofta mer påtaglig i kristider då ojämlikheten kan öka snabbt och synligt. En individ som i normala fall accepterar viss ojämlikhet kan under en kris reagera starkare mot skillnader i utfall, särskilt om vissa grupper drabbas oproportionerligt hårt. Ojämlikhetsaversion kan därmed bidra till att förklara varför människor ibland avvisar orättvisa erbjudanden eller agerar självuppooffrande för att uppnå mer jämlika resultat.

Det finns gott om empiriska exempel på ojämlikhetsaversion i kris-situationer. Under covid-19-pandemin uttryckte befolkningen i flera OECD-länder starkt stöd för statliga stödpaket riktade till låginkomsttagare, småföretag och permitterade – även grupper som inte själva drabbades ekonomiskt stödde dessa åtgärder (OECD 2021). I Sverige och Norge fanns till exempel bred acceptans för korttidspermitteringar och tillfälliga arbetslöshetsersättningar, vilket kan tolkas som uttryck för gynnsam ojämlikhetsaversion – en vilja att inte vara oproportionerligt gynnad under en kris.

Samtidigt förekom protester mot nedstängningar i länder som Frankrike, Storbritannien och USA, särskilt från grupper som drabbades hårt ekonomiskt utan motsvarande kompensation. När personer med medelklassyrken kunde arbeta hemifrån samtidigt som personer med arbetarklassyrken tvingades till kontaktintensiva jobb och kollektivtrafik, väckte det starka reaktioner – ett tydligt exempel på *ogynnsam ojämlikhetsaversion*.

där individens välfärd påverkas av relativa skillnader i utfall:

$$U_i(x_i, x_j) = x_i - \alpha_i \cdot \max(x_j - x_i, 0) - \beta_i \cdot \max(x_i - x_j, 0)$$

Här representerar α_i graden av obehag av att ha mindre än andra, medan β_i fångar motviljan mot att ha mer. Det antas ofta att $\alpha_i > \beta_i$, vilket innebär att människor reagerar starkare på att vara i underläge än på att vara gynnade. Modellens flexibilitet gör den särskilt användbar i analyser av kriser och samhällsförändringar, där fördelningen av resurser och uppooffringar varierar mellan grupper.

Liknande mönster har setts under tidigare kriser. Efter finanskrisen 2008–2009 väckte räddningspaketen till banker stark kritik i många länder, då de uppfattades gynna finansiella eliter oproportionerligt. Denna upplevda orättvisa låg till grund för sociala rörelser som Occupy Wall Street. I Sverige efter stormen Gudrun i januari 2005 riktades kritik mot att landsbygdsområden blev utan el i veckor medan elförsörjningen i tätbefolkade områden prioriterades – en reaktion på upplevd ojämlikhet i krishanteringen.

Ojämlikhetsaversion kan också förstärka prosocialt beteende.⁷ Under pandemin följde många restriktioner, som social distansering, inte bara för att skydda sig själva utan för att skydda sårbara grupper. Vid evakueringar prioriterar människor ofta att hjälpa andra – framförallt barn och äldre – trots att det innebär en uppoffring för egen del (Bartolucci och Magni 2017). Kriser kan även utlösa en värderingsförändring där fler ställer sig positiva till omfördelning av resurser och ett mer omfattande välfärdssystem (Cappelen m.fl. 2021).

Individens marginalbeslut och kollektivets utfall

Ur ett beteendekonomiskt perspektiv kan människors ovilja att följa rekommendationer i en kris – trots medvetenhet om att det kollektiva utfallet försämras – delvis förklaras av hur individen uppfattar sin egen påverkan på marginalen. Detta påminner om klassiska problem kopplade till kollektiva nyttigheter och externaliteter: individen ser inte sin egen avvikelse som tillräckligt betydelsefull för att motivera en uppoffring.

Under en pandemi kan detta ta sig uttryck i resonemang som: »Det spelar ingen roll om just jag går på festen – så länge inte alla andra gör det.« Sådana överväganden kan förstås som ett slags psykologisk *moral hazard*: individen tar en risk som fördelas över kollektivet, medan nyttan (festen) tillfaller individen själv. Till skillnad från den klassiska ekonomiska *moral hazard*-modellen, där asymmetrisk information står i centrum, sker denna ansvarsförskjutning ofta öppet och medvetet – men rättfärdigas genom social jämförelse och avstånd till konsekvenserna.

7. Prosocialt beteende innebär handlingar som gynnar andra människor eller samhället, ofta på bekostnad av egen tid, resurser eller bekvämlighet. Det kan handla om att hjälpa, dela med sig, samarbeta eller följa normer som skyddar andra.

Beteendeekonomiska modeller med sociala preferenser visar att viljan att samarbeta i kollektiva sammanhang – till exempel att följa en rekommendation – ofta beror på förväntningar om andras beteende. Normbrott riskerar därmed att skapa kaskadeffekter, där fler slutar att följa regler om de tror att andra inte gör det. Policyutformning bör därför beakta dessa koordinationsproblem och arbeta aktivt med synliga normsignaler och kommunikation som förstärker uppfattningen att »de flesta andra gör rätt«.

IDENTITETSEKONOMI

Identitetsekonomi är en gren inom beteendeekonomin som fokuserar på hur människors självbild och grupptillhörighet påverkar deras ekonomiska beslut. Teorin, utvecklad av George Akerlof och Rachel Kranton år 2000, visar att val inte enbart styrs av pengar, utan även av sociala normer, kulturella ramar och viljan att agera i enlighet med den identitet man uppfattar som sin.

I många situationer agerar människor mindre utifrån strikt rationalitet och mer i linje med vad som passar deras roll i samhället. Detta blir särskilt tydligt i kristider, då behovet av gemenskap och tydliga vi-och-dom-gränser förstärks. För att skapa effektiva och brett accepterade policyer krävs därför en förståelse för hur ideologier och föreställningar formar beteenden – särskilt i samhällen där tilliten till avsändare varierar (Akerlof och Kranton 2010).

Identitet kan förstås som en persons självbild i relation till olika grupper, som kön, etnicitet, religion, nation eller yrkesroll. Dessa identiteter påverkar hur människor agerar, vad de värdesätter och hur de svarar på ekonomiska och sociala incitament. Identitetsekonomi betonar att beteendet påverkas av viljan att leva upp till normer och förväntningar kopplade till deras identitet.

Under samhällskriser, som pandemier, naturkatastrofer eller ekonomiska kollapser, spelar identitet en avgörande roll för hur människor agerar. Deras beslut styrs till stor del av hur de upplever sin tillhörighet och sitt ansvar gentemot olika grupper. Det finns många empiriska exempel från covid-19-pandemin. I USA blev det personliga beslutet att använda munskydd en symbol för politisk tillhörighet, snarare än primärt en folkhälsoåtgärd. I samhällen med kollektivistiska normer (t.ex. Japan och Sydkorea) visade individer stor samhällslojalitet och följde restriktioner för att skydda svaga gruppen, medan mer indivi-

dualistiska kulturer (t.ex. USA) visade lägre efterlevnad av samhällsrekommendationer.

Yrkesidentitet, hemidentitet och spontan identitetsammanshållning

Vissa yrkesidentiteter förstärks i samhällskriser – exempelvis inom militären och vården (Zhang m.fl. 2021). Empiriska studier visar att svenska intensivvårdssjuksköterskor under covid-19-pandemin arbetade långa pass och utsatte sig själva för smitta för att kunna rädda liv (Nagel m.fl. 2025). Detta kan beskrivas som ett kall och kan i akuta lägen utgöra en viktig resurs.

Men det finns också tydlig evidens för att denna typ av självupppoffrande engagemang kan få allvarliga konsekvenser. Den ökade arbetsbördan och det moraliska trycket har lett till så kallad moralisk skada – en form av psykologisk stress som uppstår när vårdpersonal tvingas kompromissa med sin yrkesetik, till exempel genom att neka patienter vård de anser nödvändig. Detta kan i sin tur leda till utbrändhet och fler medicinska fel. Det är därför sällan hållbart att i längden förlita sig på individers yrkesidentitet som drivkraft i krissituationer. Motivation genom identitet kan vara kraftfull, men också skör.

Identitet som är starkt kopplad till det lokala samhället kan göra att individer är mindre villiga att till exempel evakueras vid en översvämning eftersom man inte vill ge upp sin hemidentitet. Minoritetsgrupper som har lågt förtroende för myndigheter kan också tveka att till exempel följa en evakueringsorder om de inte upplever att deras behov eller perspektiv tas på allvar. I ekonomiska kriser kan nationalistiska rörelser förstärkas, där människor söker trygghet i grupper som betonar nationell samhörighet och skydd av »egna« resurser. Könsskillnader har kunnat kopplats till villighet att följa samhällsrekommendationer, där kvinnor har visat sig ta samhällsrekommendationer på större allvar än män, och även varit mer benägna att följa dessa (Galasso m.fl. 2020).

I en intervjustudie från 2001, gjord med personer som överlevt en krissituation, fann man att gemensam identitet bland de nödställda ökade solidariteten och minskade panikbeteende inom gruppen. Än mer intressant var att man även fann att en gemensam identitet kan uppstå ur den delade upplevelsen av själva nödsituationen. Individerna behövde alltså inte dela identitet innan krisen för att uppleva gemenskap under krissituationen, som i sin tur ledde till solidariska beteenden (Drury, Cocking och Reicher 2009). Detta relaterar till *self-*

categorization theory, som presenterades på 1980-talet av psykologerna John Turner och kollegor (vilket i sin tur var en förlängning på teorin om *social identity theory*). Givet att solidaritet finns och kan uppstå spontant, är det viktigt att måna dessa tendenser från myndigheters sida – hur en kris hanteras kommunikativt kan antingen förstärka eller underminera känslan av kollektiv identitet. Exempelvis kan myndighetsspråk som framställer människor som passiva, irrationella eller som »problem« skapa misstro och splittring. Krisbudskap bör därför betona sammanhållning, gemensamt ansvar och tillit och undvika pekpinningar, skuldbeläggning och en uppdelning av befolkningen i »lydiga« och »olydiga«.

Politisk/andlig/religiös hållning

Politisk, andlig och religiös tillhörighet spelar en betydande roll i individers beslutsfattande och beteende under samhällskriser. Dessa identiteter påverkar hur människor tolkar information, vilka källor de litar på och vilka åtgärder de anser vara lämpliga. Inom beteendekonomin undersöks hur sådana faktorer påverkar ekonomiska beslut, särskilt under osäkra förhållanden. Här fokuseras på hur politiska, religiösa och andliga identiteter påverkar människors respons under samhällskriser.

Människors ideologiska övertygelser fungerar ofta som tolkningsramar genom vilka information bearbetas och risker värderas. Inom beteendekonomin har teorier som *motivated reasoning* och *cultural cognition* belyst hur individer systematiskt söker, tolkar och minns information på sätt som bekräftar deras befintliga världsbild (Kahan m.fl. 2012; Sunstein 2021). Fenomenet är nära förknippat med bekräftelsebias som tidigare nämnts. Responsen på policyåtgärder styrs alltså inte enbart av informationens innehåll, utan också av hur väl den harmonierar med individens identitet och gruppnormer.

Flera studier från covid-19-pandemin har visat att politisk ideologi starkt påverkade människors följsamhet till restriktioner och rekommendationer. Personer med konservativa värderingar har visat sig vara mer skeptiska till statliga ingripanden och vetenskapliga råd, medan mer liberalt orienterade grupper oftare är mer benägna att stötta kollektiva åtgärder. Dessa reaktioner förklaras inte bara av ideologiska preferenser, utan av identitetsskapande mekanismer som gör att individer upplever vissa budskap som hotande för den egna gruppens världsbild (Pennycook m.fl. 2020). I amerikanska regioner med republikansk

majoritet har man funnit att majoriteten följde covid-19-restriktioner i lägre grad än vad befolkningen gjorde i regioner med demokratisk majoritet, men att skillnaden minskade när restriktionerna utfärdades av republikanska ledare – vilket tyder på att partipolitisk överensstämmelse spelar en viktig roll för följsamhet (Goldstein och Wiedemann 2022).

Religiösa och andliga övertygelser spelar också en viktig roll i krissituationer. Vissa grupper tolkade till exempel pandemin som ett gudomligt test eller straff, vilket påverkade hur de relaterade till skyddsåtgärder, vaccinationer och vetenskaplig information. I vissa fall ökade religiös tillhörighet följsamheten till samhällsåtgärder, i andra fall minskade den (Bentzen 2020). Variationen understryker vikten av kontext och avsändarens uppfattade legitimitet.

Religiösa grupper som integrerade sina övertygelser med folkhälsobudskap under covid-19-pandemin visade sig ha högre vaccinationsbenägenhet (Bentzen 2020). Samtidigt avvisade vissa religiösa grupper folkhälsorekommendationer, vilket bidrog till ökad smittspridning i specifika samhällen. Ett tidigt exempel på hur religiösa grupper kunde bidra till smittspridning under covid-19-pandemin är Sydkorea. I början av mars 2020 kunde nästan två tredjedelar av landets då bekräftade fall – omkring 5 000 – spåras till en och samma individ som deltog i gudstjänster i Shincheonji Church of Jesus i staden Daegu. Församlingen insisterade på fysiska sammankomster, förbjöd munskydd, uppmuntrade kroppskontakt vid bön och vägrade lämna ut medlemsregister till hälsomyndigheterna. Ledaren, 88-åriga Lee Man-hee, beskrev dessutom pandemin som ett angrepp från »det onda« mot kyrkans framgång. Liknande exempel finns på flera håll i bland annat USA (Wildman m.fl. 2020).

Dessa exempel illustrerar hur religiös identitet ibland kan stå i konflikt med folkhälsopolicyer, särskilt när sekulära myndigheter inte anses legitima eller trovärdiga. Men de visar också att religiös identitet kan användas för att öka efterlevande av samhällsrekommendationer för att minska till exempel smittspridning i en pandemi. I osäkra tider tenderar fler att söka trygghet inom religion (Bentzen 2020). Därför är det viktigt att beakta att det finns en religiös identitet och att anpassa budskap till det. Här blir samarbete med trossamfund viktigt.

FÖRTROENDE FÖR MYNDIGHETER

Förtroende kan ses som en investering i socialt kapital, där individer förväntar sig att myndigheter agerar i samhällets bästa intresse. Enligt teorier inom identitetsekonomi och social kapitalteori påverkar tilliten till samhällsinstitutioner både individuella och kollektiva beslut. Under samhällskriser spelar förtroende en avgörande roll. Högt förtroende för myndigheter kan öka efterlevnaden av rekommendationer, minska spridningen av desinformation och bidra till bättre hälsoutfall (Goldstein och Wiedemann 2022; Oksanen m.fl. 2020; Putnam, Leonard och Nonetti 1993).

Studier från covid-19-pandemin visar att förtroende för myndigheter och politiska institutioner är direkt kopplat till minskad oro, bättre policyefterlevnad och lägre dödlighet. Högt förtroende för myndigheter ledde till ökad följsamhet av restriktioner i flera europeiska länder (Oksanen m.fl. 2020). Vidare har forskning visat att förtroende för politiska aktörer ofta ökar under samhällskrisers initiala fas, en effekt som kallas *rally-round-the-flag*-dynamiken (Mueller 1970). Effekten var tydlig i början av covid-19 pandemin, men den tillfälliga ökning försvann i flera länder efter en tid och ersattes av upplevelsen att myndigheter var ineffektiva (Mueller 1970; Van Der Meer, Steenvoorden och Ouattara 2023).

Sverige är ett land med generellt högt förtroende för myndigheter, sjukvård och politiker, vilket historiskt har bidragit till hög policyefterlevnad och effektiv krishantering jämfört med många andra länder. Förtroendet är dock inte jämnt fördelat i samhället. Socioekonomiska faktorer, som inkomstskillnader, språkbarriärer och upplevt utanförskap, har lett till lägre tillit till myndigheter bland vissa samhällsgrupper (Trägårdh 2021). En sådan splittring minskar människors benägenhet att följa rekommendationer och förstärker behovet av inkluderande och anpassad kommunikation för att nå hela befolkningen (Mueller 1970).

Svenska mobildata har kunnat visa att människor förändrade sitt rörelsemönster under pandemin till följd av samhällsrekommendationer. De visade också att det fanns en variation i rörelsemönster kopplat till platser socioekonomiska sammansättning och läge inom staden, Stockholm i detta fall (Shuttleworth m.fl. 2024).

DESINFORMATION OCH OSÄKERHETENS SPRIDNINGSEFFEKTER

Samhällskriser kännetecknas ofta av hög osäkerhet, och individer kan behöva fatta svåra beslut med begränsad och ibland motsägelsefull information. I sådana situationer ökar benägenheten att söka svar från alternativa källor, vilket skapar en grogrund för både desinformation och ryktesspridning. Desinformation syftar på avsiktligt vilseledande information, ofta spridd med politiska, ideologiska eller ekonomiska motiv, medan rykten uppstår spontant när människor försöker fylla informationsluckor eller förstå komplexa händelser i frånvaro av tydlig vägledning.

Även om både desinformation och ryktesspridning påverkar människors beteenden under kris, är desinformation särskilt problematisk eftersom den medvetet utnyttjar osäkerhet för att skapa misstro, affektiva reaktioner och minskad efterlevnad av rekommendationer. Därför ligger fokus här på desinformationens psykologiska verkningsmekanismer.

Desinformation som väcker starka känslor – såsom rädsla, ilska och avsky – tenderar att spridas mer effektivt. I osäkra situationer reagerar människor snabbare på emotionellt laddad information, vilket inom beteendekonomin beskrivs med begreppet *hot cognition* – ett tillstånd där känslor får företräde framför rationell bedömning. När det redan finns oro och otrygghet, som under en kris, förstärks mottagligheten för desinformation ytterligare (Slovic 1987).

Desinformation och ryktesspridning är nära förbundna med insikter från beteendekonomin, där människors beslutsfattande i osäkra situationer ofta påverkas av kognitiva biaser, heuristiker och affektiva reaktioner. Istället för att noggrant väga information tenderar individer att reagera snabbt på det som väcker starka känslor, bekräftar tidigare uppfattningar eller känns bekant. Detta gör spridning av desinformation särskilt effektiv – och farlig – i samhällskriser.

Samtidigt bidrar flera kognitiva biaser till att förstärka spridningen. *Overconfidence bias*, överdriven tilltro till den egna förmågan, gör att människor överskattar sin förmåga att avgöra vad som är sant eller falskt, särskilt när känslor är inblandade (Loewenstein m.fl. 2001). Bekräftelsebias leder till att individer aktivt söker och litar på information som bekräftar deras redan existerande övertygelser – även om denna information är falsk (Kahneman 2011). I digitala miljöer förstärks detta ytterligare av filterbubblor och algoritmer som selektivt exponerar

användare för likasinnade källor, vilket skapar ekokammare där desinformation får fäste. Tillgänglighetsheuristiken och saliensheuristiken bidrar också så till vida att information som är lätt att minnas – ofta just den som är emotionellt stark eller sensationell – upplevs som mer sannolik.

Sociala normer och grupptänkande spelar en viktig roll. Om desinformation får spridning i en viss grupp ökar det sociala trycket att acceptera den eller föra den vidare. Detta är särskilt tydligt i grupper med låg tillit till myndigheter eller med hög grad av osäkerhet kring vad som gäller.

Under covid-19-pandemin blev dessa mekanismer tydliga. Desinformation om att 5G-teknologi orsakade viruset, att vacciner var farliga och att pandemin var en global konspiration spreds snabbt och brett (Flaherty, Sturm och Farries 2022). Desinformation visade sig ha störst genomslagskraft bland grupper med begränsad tillgång till tillförlitlig information, särskilt bland socioekonomiskt utsatta grupper och minoritetsspråkgrupper. I dessa grupper ökade sannolikheten att tro på och sprida falsk information, vilket i sin tur minskade benägenheten att följa rekommendationer om till exempel social distansering och vaccination (Roozenbeek m.fl. 2020).

Ryktesspridning har samtidigt sin egen logik. Den sker ofta i början av en kris när den officiella informationen är knapp eller svårtolkad. Rykten kan fungera som en form av kollektivt »meningsskapande« – människor försöker förstå vad som händer, vad de bör göra och vad som kan förväntas. Även om rykten inte nödvändigtvis är illvilliga, kan de snabbt sprida felaktigheter som påverkar beteenden i fel riktning – som onödigt hamstring, missförstånd om restriktioner eller misstro mot vården. I vissa fall förstärker rykten effekten av desinformation, genom att återcirkulera dess innehåll i mer vardaglig eller lokal form.

Desinformation och ryktesspridning är därmed inte enbart ett problem för informationspolitik, utan också för psykologisk krishantering och social sammanhållning. Effektiva motåtgärder kräver mer än faktagranskning. Det krävs anpassad kommunikation som bygger tillit och som når utsatta grupper och tar hänsyn till de känslor, värderingar och osäkerheter som präglar beslutsfattandet i en kris.

Beslutsfattande och tid

HYPERBOLISK DISKONTERING

I traditionell nationalekonomisk teori antas individer diskontera framtiden exponentiellt – det vill säga att framtida nyttor och kostnader minskar i värde i jämn takt⁸ över tid. Detta ger tidskonsistenta preferenser, där en individs val inte förändras bara för att tiden går.

I verkligheten fungerar det ofta annorlunda. Människor diskonterar framtiden hyperboliskt, vilket innebär att de övervärderar det omedelbara och undervärderar framtida konsekvenser – särskilt när beslutet är nära i tid. Skillnaden mellan att få något i dag och i morgon upplevs som mycket större än mellan om 30 och 31 dagar. Resultatet är tidsinkonsekvens: vi planerar långsiktigt men faller för kortsiktiga belöningar när stunden är inne.

Denna psykologiska mekanism har stora konsekvenser i samhällskriser. Nedan beskrivs hur den påverkar både förebyggande beslut och agerande under pågående kriser.

Före krisen: varför vi inte förbereder oss i tid

Hyperbolisk diskontering gör det svårt för människor att genomföra åtgärder som kostar i dag men har nytta först i framtiden. Detta är särskilt problematiskt i det förebyggande skedet av en kris, när beslutsfattare och privatpersoner behöver agera innan något har inträffat.

Till exempel ser vi ofta att människor väntar med att vaccinera sig, bygga upp hemberedskap eller minska elförbrukning – även när de vet att det vore klokt. De långsiktiga vinsterna upplevs som abstrakta eller osäkra, medan det omedelbara obehaget (att ta sprutan, att avstå något) väger tyngre.

För att motverka detta kan policy utformas så att den aktiverar nuvärdet – det vill säga gör framtida konsekvenser psykologiskt närvarande redan i dag. Visualiseringar av översvämningsrisk är ett exempel: om människor ser hur vattnet kan nå kökshöjd inom ett dygn blir framtiden konkret och handlingsviljan ökar. På liknande sätt kan sms-påminnelser om vaccination som kopplar smittspridning till den egna kommunen förstärka känslan av närhet och relevans.

8. Exponentiell diskontering innebär att framtida värde minskar med samma procent varje år (t.ex. 10 %), vilket ger en jämn takt i relativa termer – även om minskningen i faktiska belopp blir mindre för varje år.

Under krisen: varför vi ändå inte gör det vi borde

Men hyperbolisk diskontering påverkar inte bara vår förmåga att förbereda oss. Den spelar också en viktig roll när vi redan befinner oss mitt i en kris.

I dessa situationer är det inte framtiden i allmänhet som underskattas, utan snarare framtida konsekvenser inom själva krisförloppet. När det akuta läget upplevs som över – till exempel när smittspridningen minskar eller elpriserna sjunker – tappar människor motivationen att fortsätta med skyddsåtgärder, trots att faran inte är borta. Det omedelbara får företräde framför det långsiktigt kloka.

Ett tydligt exempel är evakuering under översvämningar. Trots att en snabb evakuering ofta är det säkraste valet väljer vissa att stanna kvar för att packa eller rädda ägodelar. Dessa handlingar ger en omedelbar känsla av kontroll och trygghet, medan nyttan av att lämna huset ligger något längre fram i tiden och är mer abstrakt. Om samma individer hade blivit tillfrågade att lämna sitt hem tidigare, innan hotet var påtagligt, hade de sannolikt agerat annorlunda. Det illustrerar hur tidsinkonsekvens kan leda till beslut som upplevs rationella i stunden men som får negativa konsekvenser i efterhand.

På samma sätt kan individer under en pandemi välja sociala aktiviteter när smittan tillfälligt är låg, trots att viruset fortfarande cirkulerar. Den omedelbara belöningen av samvaro väger tyngre än den framtida risken för smitta.

Sammantaget innebär hyperbolisk diskontering att människor i både vardag och kris tenderar att undervärdera framtiden – men i kriser blir effekten särskilt påtaglig. Den försvårar både förebyggande åtgärder och långsiktig uthållighet. Skillnaden mot klassisk, exponentiell diskontering, är inte bara kvantitativ utan kvalitativ: hyperbolisk diskontering leder till att vi ofta ångrar våra val i efterhand och agerar mindre strategiskt än vi själva hade planerat. För dem som utformar policy är det därför avgörande att utforma åtgärder som gör framtida konsekvenser konkreta, nära och kännbara – inte bara för att motivera tidig handling, utan också för att stötta individer i att fortsätta göra kloka val när krisen drar ut på tiden. Nästa delkapitel handlar om just krisens olika faser och hur individer bäst kan stöttas till att göra de bästa valen.

KRISENS OLIKA FASER OCH MÄNSKLIG RESPONS

Som vi tidigare berört är en central utgångspunkt inom beteendekonomin att människors beslutsfattande ofta påverkas av kognitiva begränsningar, känslor och heuristiker – mentala genvägar – som kan leda till systematiska avvikelser från rationellt beteende. En inflytelserik modell som illustrerar detta är uppdelningen i två kognitiva system, ofta kallade system 1 och system 2, eller tvåsystemsmodellen, som populariserades av Daniel Kahneman i boken *Thinking, Fast and Slow* (2011). System 1 är snabbt, intuitivt och automatiskt. Det kräver lite ansträngning och aktiveras i vardagliga situationer där snabba bedömningar och beslut är nödvändiga. System 2 däremot är långsammare, mer analytiskt och kräver kognitiv ansträngning. Det aktiveras när vi ställs inför komplexa problem som inte kan lösas med intuition eller vana.

I början av en samhällskris

I början av en pandemi aktiveras system 2. Individen inhämtar information, såsom antal smittade i närområdet, och följer noga rekommendationer från myndigheter. Individen gör sedan en egen bedömning utifrån sin egen nytto-maximering baserat på aspekter som risk för sjukdom och död, preferenser för frihet och ekonomiska förutsättningar att undvika folksamlingar (till exempel säga upp sig från arbetet), samt andra aspekter, som altruistiska värderingar att skydda svagare människor i samhället. Bedömningen resulterar i för individen en rimlig nivå av skyddsåtgärd, givet individens nytto-maximering och riskuppfattning. Även om system 2 är aktiverat i början av en kris, och människan gör noggranna och logiska överväganden, är det inte säkert att hen träffar rätt. Alla de olika fenomen vi tidigare tagit upp kan introducera bias, till exempel aktualitetsbias, rädslor, tillgänglighetsbias, identifikation med en viss grupp och så vidare. Men fortfarande är övervägandena noggranna och metodiska för individen själv.

Under pandemins inledande skede valde många individer att frivilligt begränsa sin frihet, trots avsaknad av strikta regler och påbud från myndigheterna. Detta kunde tydligt observeras i Sverige, där mildare restriktioner infördes jämfört med många andra länder som gick ut med hårda begränsningar, och till med nedstängningar av samhället. Den svenska befolkningen minskade sin sociala rörlighet, deltog mindre i offentliga aktiviteter och valde att hålla sig hemma för att minska smittspridningen (Folkhälsomyndigheten 2020).

När en samhällskris drar ut på ut på tiden

När en samhällskris drar ut på tiden tenderar människor att anpassa sig till den nya verkligheten. Risker som tidigare upplevdes som allvarliga börjar uppfattas som normala. Detta fenomen, som kallas *risk desensitization* (risknormalisering), innebär att människor gradvis blir mindre känsliga för ett existerande hot (Slovic 1987). Det kan leda till att försiktighetsåtgärder överges och riskfyllda beteenden blir vanliga, trots oförändrad risk att drabbas.

Denna förändring kan delvis förklaras av en förskjutning från medvetet beslutsfattande, som aktiveras av system 2, till snabbare och mer intuitiva tolkningar som domineras av system 1. System 1 är effektivt för att hantera välbekanta situationer, men det är nära sammankopplat med kognitiva snedvridningar. När en samhällskris blir en del av vardagen tenderar människor att använda mentala genvägar för att tolka information och fatta beslut, vilket oftast leder till felaktiga bedömningar. Till exempel kan risken för att bli smittad under en pandemi underskattas om hotet känns mindre akut eller om tidigare erfarenheter inte lett till negativa konsekvenser. Samtidigt blir människor mer benägna att söka information som bekräftar deras befintliga övertygelser.

När covid-19-pandemin blev en del av vardagen och riskerna började normaliseras, minskade den allmänna viljan att frivilligt begränsa sin frihet. WHO (2020) introducerade begreppet *pandemic fatigue* för att beskriva en växande trötthet inför att följa restriktioner, särskilt när krisen drog ut på tiden. Fenomenet kan också förstås genom psykologisk *habituering*: när människor under lång tid exponeras för ett hot utan omedelbara negativa konsekvenser minskar dess känslomässiga genomslag (Groves och Thompson 1970).

I detta skede började många uppfatta rekommendationer och policyåtgärder som »tråkiga« eller överdrivna, snarare än nödvändiga (WHO 2020). Därmed ökade tendensen att prioritera kortsiktiga vinster, som social samvaro eller ekonomisk aktivitet, framför långsiktiga hälsomål. Detta beteende är nära kopplat till två centrala teorier i beteendekonomin.

Dels till prospektteorin, där tidigare accepterade begränsningar – som att inte resa, inte träffa vänner och arbeta hemifrån – gradvis började uppfattas som förluster snarare än skyddsåtgärder och när något som tidigare var frivilligt börjar kännas som en förlust ökar motståndet. Dels till hyperbolisk diskontering, där människors preferenser för

omedelbar tillfredsställelse blir starkare ju längre krisen pågår. Den psykologiska värderingen av att »få leva lite nu« överstiger då viljan att skydda sig själv eller andra mot framtida sjukdom.

Sammanfattande diskussion

Grunden i nationalekonomisk teori är att individen väger olika nyttor och kostnader mot varandra för att maximera sin egen tillfredsställelse. Som vi nu vet är denna process sällan helt rationell. Individen påverkas inte bara av sina preferenser utan också av sin begränsade kognitiva förmåga att processa och uppfatta information korrekt. Heuristiker – mentala genvägar – och biasar, spelar en central roll och kan leda till snedvridna beslut. Dessutom påverkas individen av yttre faktorer, såsom socialt tryck och kulturella normer, samt inre faktorer, som identitet och känslor. Det gör det svårt att exakt förutse hur en individ kommer att agera i förhållande till rekommendationer, och det är ofta omöjligt att veta vilken specifik preferens eller faktor som kommer att vara avgörande för ett visst beslut.

Kapitlet har visat att i början av en kris, när hotet är nytt och skrämmande, tenderar människor att överskatta risker.⁹ Men när krisen drar ut på tiden sker en psykologisk anpassning. Risker som först upplevdes som akuta börjar underskattas, och kortsiktiga behov (till exempel socialt umgänge) prioriteras framför långsiktiga konsekvenser (risken för att bli allvarligt sjuk) – ett beteende som bland annat förklaras av hyperbolisk diskontering och *pandemic fatigue*.¹⁰ Detta skifte från medvetna överväganden (system 2) till snabba, automatiserade reaktioner (system 1) förändrar hur människor agerar, vilket får direkta konsekvenser för hur policy bör utformas över tid.

Mot denna bakgrund blir det tydligt att effektiv krishantering inte enbart handlar om att skapa rätt policyinnehåll, utan också om *hur* information kommuniceras, *när* olika åtgärder införs och *på vilket sätt*

9. Människor överskattar risken i jämförelse med den kommunicerade risken från bland annat myndigheter. Detta är alltså inte en systematisk överskattning av den faktiska risken, då denna är ökand.

10. Man kan även argumentera för att detta är en beteendeförändring till följd av individens ändrade preferenser till följd av ett förändrat mentalt hälsoläge, det vill säga ensamhet efter ett tags isolering upplevs som mer kostsam än risken för att bli sjuk.

de ramas in. Kommunikation måste i ett tidigt skede dämpa panik, men längre fram kan det bli nödvändigt att åter aktivera skyddsstrategier genom att synliggöra kvarstående risker. I ett senare skede kan det vara effektivt att använda sig av teorin om förlustaversion för att bibehålla människors uppmärksamhet – genom att rama in budskap i termer av vad som riskeras att förloras snarare än vad som kan vinnas. Genom att integrera insikter från beteendeekonomi kan vi bättre förstå och förutse hur människor faktiskt agerar under samhällskriser, vilket i sin tur skapar förutsättningar för mer effektiva samhällsåtgärder.

Men hur kan denna kunskap faktiskt användas i praktiken? I nästa kapitel diskuteras hur insikterna om mänskligt beteende kan omsättas i konkret och effektiv policyutformning – där de mekanismer som påverkar individens beslut inte ses som ett hinder, utan som en nyckel till lösningen.

2. Mänskligt beteende som utgångspunkt för krispolicy

Insikterna från föregående kapitel visar hur individers beslutsfattande är starkt påverkat av osäkerhet, kognitiva begränsningar, mentala genvägar, emotionella reaktioner och sociala sammanhang – och att dessa icke-rationella aspekter av beslutsfattande tenderar att bli starkare i kristider. Det här kapitlet handlar om hur dessa insikter kan vägleda i utformningen av mer ändamålsenliga policyer. Teori kopplas till utfall: Vad fungerar – och vad riskerar att slå fel – när individer inte är passiva mottagare, utan aktiva, tolkande och ibland motsträviga aktörer? Det är nödvändigt att inse att individer är subjekt och att man måste ta hänsyn till deras förväntade respons redan innan policybeslut fattas och kommuniceras. I kapitlet presenteras hur beteendekonomisk teori, lärdomar från empiriska studier och policyverktyg kan användas i praktiken för att uppnå ökad följsamhet och minskat risktagande.¹¹ Kapitlet tar även upp vanliga fallgropar och ger konkreta förslag till hur policy kan utformas för att få största möjliga genomslag.

Ur ett nationalekonomiskt perspektiv handlar policyutformning om att strukturera statliga ingripanden för att korrigera marknadsmisslyckanden, styra beteenden eller uppnå samhällsliga mål på ett så effektivt och ändamålsenligt sätt som möjligt. Det innebär att kombinera ekonomisk teori med empirisk evidens för att avgöra hur, var och med vilka verktyg det är bäst att agera.

11. Kapitlet behandlar inte hur samhällsfunktioner bör organiseras under en samhällskris, såsom sjukförsäkringstransfereringar eller infrastrukturplanering. Fokus ligger istället helt på hur policy kan utformas för att bättre anpassas till individens förmåga att ta till sig information och påverka beslut kring skydds-beteende och respons på policy och rekommendationer.

Under en samhällskris¹² blir det särskilt viktigt att utforma policy på ett sätt som gör att individens egna drivkrafter tas till vara och leder till beteenden som gynnar samhället som helhet. I inledningsskedet av en kris är ofta tvingande regler frånvarande; de kan också vara svåra att genomdriva och i vissa fall är de även oönskade. Om policy inte är förankrad i en förståelse för hur människor faktiskt fattar beslut under osäkerhet och psykologisk press, ökar risken för låg efterlevnad – eller i värsta fall aktivt motstånd – med förödande konsekvenser som följd.

Från beteendeeconomiska insikter till verktyg i praktiken

Beteendeeconomiska teorier ger insikter som kan översättas till praktiska verktyg i utformningen av effektiv policy i kristider. Avsnittet återkopplar till individens kognitiva begränsningar (heuristiker och kognitiv biaser), prospektteorin, sociala påverkansfaktorer och människors identitet och deras implikationer för policy.

IMPLIKATIONER FRÅN HEURISTIKER OCH KOGNITIVA BIASER

I samhällskriser som pandemier, där målet är att rädda liv och minimera risk, är det avgörande att förstå hur kognitiva mekanismer påverkar människors respons. En åtgärd som är rationellt korrekt kan missförstås, ignoreras eller aktivt motarbetas om den strider mot hur människor intuitivt tolkar risk, ansvar och legitimitet. Därför måste krisrelaterad policy utformas och kommuniceras med hänsyn till hur människor *faktiskt* tänker – inte bara hur de *borde* tänka. Nedan presenteras strategier för att så nära som möjligt nå det önskade policyutfallet genom en förståelse för människans kognitiva genvägar – heuristiker – och systematiska tankefel – biaser.

12. Med samhällskris avses en allvarlig störning eller ett hot mot samhällets grundläggande funktioner, som kräver samordnade insatser från flera aktörer för att hanteras effektivt. En samhällskris kännetecknas av att den varar under en längre men avgränsad tidsperiod – vanligtvis från några månader upp till tre år – och att den påverkar flera sektorer i samhället samtidigt. Långvariga och gradvis tilltagande kriser, såsom den pågående klimatkrisen, räknas inte som samhällskriser i detta sammanhang.

Heuristikers inverkan och kraft

Risker bedöms inte enbart efter statistisk sannolikhet utan efter hur lätta de är att minnas (tillgänglighetsheuristik), föreställa sig (simuleringsheuristik), hur typiskt eller representativt något verkar vara för en viss kategori (representativitetsheuristik), hur iögonfallande eller minnesvärt något är (saliensheuristik). En dramatisk händelse som nyligen fått medial uppmärksamhet, är uppseendeväckande och dessutom lätt att föreställa sig, kommer troligen uppfattas som mycket mer sannolik att inträffa igen än vad den faktiskt är, även om korrekta data och övervägda risker har kommunicerats. Men det räcker med en heuristik för att informationen ska leda till snedvriden sannolikbedömning – om medier visar hur en frisk person snabbt blir allvarligt sjuk, kommer risken att bli sjuk för annars friska personer att »kännas« högre än tidigare, oavsett var statistiktabeller visar. Heuristiker kan användas för att skynda på önskat beteende, till exempel kan kommunikation visualisera smittspridning i vardagliga miljöer för att öka incitamenten att hålla avstånd.

För att minska risken för oavsiktliga heuristiker bör riskkommunikation vara konkret, enkel att förstå och relaterad till vardagliga erfarenheter. Budskap som »10 av 1 000 ovaccinerade i din ålder hamnar på IVA« är mer effektiva än »0,01 % hamnar på IVA« trots att de uttrycker samma information. Visuell tydlighet och narrativ som sätter händelsen i perspektiv, minskar risken för mentala genvägar och förbättrar förståelsen.

Riskbedömningar påverkas ofta mer av heuristiker triggade av känslor, till exempel rädsla, oro eller ilska, än av sakliga fakta. I sådana lägen är det avgörande att kommunikationen inte bara är korrekt, utan också känslomässigt lyhörd. Budskap som bekräftar oro utan att förstärka panik – exempelvis genom tydliga trygghetssignaler, empatiska talespersoner eller berättelser från människor som gjort »rätt« val – kan vara mer effektiva än teknisk information.

Bias i sannolikhetsbedömningar och skyddsbeteenden

Vår mänskliga hjärna är dålig på att förstå sannolikheter, speciellt små och stora sannolikheter (sannolikhetsförsummelse). Människor underskattar ofta vanliga men lågintensiva risker, samtidigt som de överreagerar på ovanliga men känslomässigt laddade hot. I en krissituation kan det leda till överdriven rädsla för till exempel vaccinbiverkningar,

trots låg sannolikhet, och ignorans för allvarliga men »tysta« risker som långvarig smittspridning.

Även här är det fördelaktigt att översätta abstrakta sannolikheter (till exempel »0,05 %«) till konkreta, begripliga frekvenser (till exempel »5 av 10 000 personer i din ålder«). Än mer effektivt blir det när informationen kopplas till igenkännbara scenarier eller narrativ, till exempel: »Om en fullsatt buss med ovaccinerade personer åker genom stan varje dag i två veckor, blir i genomsnitt två av dem svårt sjuka.« Sådana berättelser levandegör risker och bidrar till att göra dem mer korrekt bedömda. Fenomenet *överdriven optimism* kan göra att människor tror att just de löper lägre risk än andra. De tolkar gärna varningar som riktade mot »någon annan«. Därför bör kommunikationen lyfta verkliga exempel på från olika samhällsgrupper.

En annan viktig mekanism som kan bidra till bias är riskkompensation, som innebär att känslan av att en åtgärd ger fullständigt skydd minskar vaksamheten (Adams 1995). Exempelvis kan införandet av munskydd minska följsamheten till fysisk distansering under en pandemi. Därför bör kommunikation om enskilda åtgärder alltid sättas i kontext: »munskydd hjälper, men räcker inte ensamt«.

Den information människor hör senast väger oproportionerligt tungt (*aktualitetsbias*). Därför behöver nyckelbudskap upprepas vid förändringar, så att aktuell och korrekt information dominerar både uppmärksamhet och minnesbild. Samtidigt är mentala ankare av tidigare information ofta betydelsefulla när människor tolkar ny information.¹³ Därför bör policykommunikation planeras med framtida förändringar i åtanke. Tidiga budskap måste formuleras så att de möjliggör justering utan att förlora trovärdighet. Det innebär att man i kommunikationen bör lämna utrymme för ny kunskap och samtidigt undvika kategoriska påståenden som kan bli svåra att backa ifrån. När information ändras bör förändringen förklaras tydligt: vad har förändrats, varför och vad innebär det för individen. Det är också viktigt att

13. Studier har visat att människor påverkas av slumpmässiga tal även när dessa är irrelevanta för frågan. Om en person först får höra frågan »Tror du att Gandhi dog före eller efter 144 års ålder?« – ett uppenbart orimligt ankare – kommer den efterföljande gissningen om Gandhis dödsålder att bli betydligt högre än om frågan istället löd »Dog Gandhi före eller efter 35 års ålder?«. Det spelar ingen roll att talet 144 är orimligt – det påverkar ändå svaret. Justeringen från det första talet blir helt enkelt otillräcklig.

erkänna tidigare budskap och visa att ny kommunikation bygger vidare på ny kunskap och inte motsäger sig själv. På så sätt kan acceptansen för förändringar öka och risken för misstro minskas (Thaler och Sunstein 2008). Nya budskap som direkt motsäger tidigare övertygelser riskerar att ignoreras eller avfärdas om de inte motiveras väl.

Sammanfattningsvis: för att öka följsamhet till policy och uppnå mål, såsom minimerad dödlighet, bör samhällskommunikation och åtgärder utformas med kognitiva och emotionella mekanismer i åtanke. Det innebär att

- › kommunicera risker med konkreta, jämförbara och visuellt uppmärksamhetsväckande exempel
- › erkänna uppoffringar
- › starta flexibelt, förankra förändringar
- › förklara hur ny information förhåller sig till tidigare information
- › tilla även grupper som ser sig själva som lågriskgrupper, för att undvika optimismbias.

För att konkretisera de psykologiska mekanismer som beskrivits ovan presenteras nedan en sammanställning av centrala heuristiker och biaser – med exempel på hur de kan beaktas i policykommunikation (tabell 1).

Tabell 1. Sammanställning av centrala heuristiker och biaser.

Aspekt	Att tänka på	Exempel/Tillämpning
Tillgänglighetsheuristik	Händelser som nyligen skett eller fått stor uppmärksamhet bedöms som mer sannolika.	»De som hamnar på intensiven nu är nästan alltid ovaccinerade. Skydda dig själv och andra – vaccinera dig.«
Saliensheuristiken	Det mest iögonfallande styr uppmärksamheten – inte alltid det mest relevanta.	Lyft det viktigaste för beslutet – inte det mest dramatiska. Alternativt kommunicera risken dramatiskt för att få gensvar, t.ex. »Varje timme insjuknar en person i Sverige i sjukdomen...«.
Simuleringsheuristik	Om det är lätt att föreställa sig ett scenario upplevs det som mer sannolikt.	Visa hur det går till att vaccinera sig tryggt (bild/film).

Tabell 1. Forts.

Aspekt	Att tänka på	Exempel/Tillämpning
Bekräftelsebias	Människor söker bekräftelse på sina befintliga uppfattningar.	Lyft vanliga myter tidigt: »En del tror att... men forskning visar...«.
Aktualitetsbias	Senaste information väger tyngst – historik glöms lätt bort.	Upprepa nyckelbudskap vid förändringar: »Just nu ökar smittan igen«.
Förankringsheuristik (leder ofta till förankringsbias)	Tidig information styr tolkningen av senare information.	Förklara förändringar i relation till tidigare besked.
Överdriven optimism	Folk underskattar risker för sig själva.	»Även unga utan sjukdomar drabbas allvarligt.«
Sannolikhetsförsummelse	Känslomässigt laddade risker övervärderas, tysta risker förbises.	»Risken för allvarlig vaccinbiverkan är 1 på 100 000. Risken att bli inlagd på sjukhus utan vaccin är 1 på 50.«

IMPLIKATIONER FRÅN PROSPEKTTEORIN

Prospektteorin visar att människor inte bara ogillar osäkerhet (risk-aversion), utan framför allt reagerar starkare på förluster än på motsvarande vinster – ett fenomen känt som förlustaversion (Kahneman och Tversky 1979; Tversky och Kahneman 1991). Denna mekanism har stor betydelse för beslutsfattande under kris, där upplevelsen av vad som är en vinst eller förlust styrs av individens *referenspunkt*, det vill säga det subjektiva normalläget. Om en policy innebär minskad frihet jämfört med denna referenspunkt, uppfattas det som en förlust även om den objektivt sett är motiverad. Detta kan leda till ett risksökande beteende, där individer agerar i strid med rekommendationer för att »återställa« ett tidigare normalläge (Tversky och Kahneman 1992). Därför är det viktigt att identifiera befolkningens referenspunkt – exempelvis vad som uppfattas som en normal nivå av frihet. Vid policyförändringar kan man gradvis förskjuta referenspunkten, exempelvis genom kampanjer med förvarningar, förklaringar och rättfärdiganden, till exempel information om att andra länder redan infört policyn. På detta sätt kan man etablera ett nytt normalläge. Detta minskar risken att åtgärder upplevs som plötsliga förluster, svek eller bakslag.

Förändringar bör kommuniceras tydligt, stegvis och med erkännande av befolkningens uppoftningar.

Under en kris mest akuta skeden – när dödstalen stiger och hotet känns omedelbart – är människor mer benägna att acceptera åtgärder som annars skulle framstå som oproportionerliga (Schneider m.fl. 2021). Det är därför strategiskt att införa restriktioner under dessa faser, då referenspunkten är mer föränderlig. I ett senare skede behöver kommunikationen anpassas till den nya etablerade referenspunkten, som kan variera mellan grupper och påverkas av tidigare besked, internationella jämförelser och upplevd rättvisa (Schwartz, Goldberg och Hazen 2008).

Förlustaversion medför att riskbenägenheten i befolkningen kan öka efter upplevda förluster. En individ som nyligen förlorat inkomst, frihet eller trygghet kan bli mer benägen att fatta riskfyllda beslut i andra situationer, vilket ökar sårbarheten för ytterligare negativa utfall – särskilt om nya policyåtgärder uppfattas som restriktiva. Policydesign bör därför beakta tidigare upplevda förlusters påverkan på följsamhet. Förlustaversionen kan också användas för att effektivisera kommunikationen. Forskning visar att budskap som formuleras i termer av vad som riskerar att gå förlorat snarare än vad som kan vinnas är mer motiverande. Det är detta som benämns *framing*, eller inramning på svenska. Budskap i förlustinramning (»utan dessa åtgärder dör människor«) tenderar att väcka starkare respons än vinstinramning (»med dessa åtgärder räddar vi liv«), trots att innebörden är densamma. På liknande sätt är kampanjer som fokuserar på risken att förlora en närstående ofta mer effektiva än kampanjer som talar om samhällsnytta. Dock är det viktigt att inte aktivera förlustaversion i fel riktning – om människor upplever att de själva utsätts för förlust, som förlorad frihet, kan det trigga trots och motstånd snarare än följsamhet (Hameleers och Boukes 2021; Rothman och Salovey 1997).¹⁴

14. Även om den empiriska litteraturen i stort talar för att prospektteorins byggklossar återfinns i mänskligt beteende under osäkerhet (Avineri och Ben-Elia 2015; Hameleers och Boukes 2021; Holland 2008; Lude och Prügl 2019; Ruggeri m.fl. 2020; Vis 2011) visar en del studier på brister eller att vissa delar av teorin är mer betydande än andra. Till exempel finner Harrison och Ross (2017) att (inkorrekt) sannolikhetsviktnings är mer betydande än att ett utfall upplevs som en förlust i förhållande till en individuell referenspunkt.

För att öka följsamheten till policyåtgärder under samhällskriser ger prospektteorin flera viktiga insikter. Tabell 2 sammanfattar och visar exempel på hur insikter från prospektteorin kan om sättas i praktiken.

Tabell 2. Insikter från prospektteorin.

Begrepp	Beskrivning	Policytillämpning / Exempel
Förlustaversion i framing	Förluster känns starkare än motsvarande vinster.	Uppmana till vaccination med budskap om att förhindra förlusten av nära och kära, t.ex. »Utan åtgärder dör 1 000 personer« får starkare respons än »Med åtgärder räddar vi 1 000 liv«.
Förlustaversion vid upplevd förlust	En upplevd förlust till följd av policy kan skapa motstånd och risksökande beteende.	Var medveten om referenspunkten, se nästa punkt.
Referenspunkter	Vi tolkar förändringar som förluster/ vinster utifrån vår mentala norm.	Inför restriktioner gradvis, eller efter informationskampanj som flyttar uppfattningen om vad som anses vara normalläget, för att undvika känslan av förlust, och i förlängningen motstånd.

IMPLIKATIONER FRÅN SOCIALA PÅVERKANSAKTORER

Människors vilja att följa policy styrs inte enbart av yttre, materiella incitament – såsom regler, böter, ekonomiska fördelar eller rädslor för att drabbas, utan också av inre moraliska drivkrafter, sociala normer och psykologisk påverkan.

Moraliska och sociala normer

Sociala normer blir särskilt viktiga i situationer där många måste samarbeta och där osäkerheten är stor. Människor följer inte normer enbart för att undvika sanktioner, utan också för att de uppfattar att andra gör det och att det är vad som förväntas av dem (Bicchieri 2005). Det spelar alltså roll både vad man tror att andra gör (deskriptiva normer) och vad man tror att andra tycker att man bör göra (injunktiva normer) (Bicchieri 2005). Med det följer att sociala normer och *normkommunikation* kan vara kraftfulla verktyg i policykommunikation. Att lyfta

fram exempel som »9 av 10 i din åldersgrupp har valt att vaccinera sig« skapar en känsla av att det önskade beteendet är både normalt och tryggt. Vi påverkas av psykologiska mekanismer som konformitet och ömsesidighet. Det innebär att vi tenderar att följa majoriteten, och att vi svarar på andras beteende med samarbete eller motstånd – även utan övervakning eller direkt belöning (Cialdini och Goldstein 2024).

I samhällskriser där mycket ansvar vilar på individens agerande, kan inre drivkrafter som ansvar, solidaritet och viljan att skydda andra bli avgörande. Studier från pandemin visar att uppmaningar med *moraliska budskap* – som »Skydda de äldre« eller »Gör det för andra« – ökade följsamheten, särskilt när de framfördes av trovärdiga avsändare (Bavel m.fl. 2020).

Moraliska och sociala incitament är kraftfulla, men inte riskfria. Om moraliska budskap och normkommunikation introduceras för tidigt eller uttrycks i ett moraliserande eller pressande tonläge kan de väcka motreaktioner. För att undvika detta är det viktigt att bygga förtroende över tid, respektera människors autonomi och formulera budskap som upplevs som vägledning snarare än påtryckning. Om människor upprepade gånger uppmanas att »göra rätt« utan att få återkoppling, bekräftelse eller se någon konkret effekt, kan det leda till emotionell utmattning eller avtrubbnings. Forskning visar att vår förmåga att känna empati och ansvar påverkas av närhet, nyhet, likhet och mättnad – den är alltså inte oändlig (Loewenstein och Small 2007). I samhällskriser kan upprepade moraliska krav eller en känsla av hjälplöshet istället minska engagemanget, särskilt om individen inte upplever att den egna insatsen gör skillnad.

Den inre motivationen kan även undermineras av stark yttre styrning. Om regler och belöningar antyder att människor endast drivs av egenintresse kan det bli en självuppfyllande norm (Bowles 2008). Ett välkänt exempel är den förskola som införde böter för föräldrar som hämtade sina barn för sent. Resultatet blev att ännu fler föräldrar hämtade för sent – det som tidigare kändes som ett moraliskt ansvar uppfattades nu som en tjänst man kunde köpa (Gneezy och Rustichini 2000). Styr signaler som uppfattas som ett uttryck för misstro eller kontroll kan dessutom minska människors känsla av autonomi och ansvar. I värsta fall leder det till att följsamheten minskar istället för att öka – något som kan få särskilt stora konsekvenser i krissituationer där frivilligt engagemang är avgörande.

Det finns också en risk för att kommunikationen upplevs som skuld-beläggande eller moraliserande, särskilt om den som sänder ut budskapet själv inte följer rekommendationerna. Det kan skapa motstånd, cynism och förlorat förtroende (Jordan m.fl. 2017; Tosi och Warmke 2020).

För att uppnå effektiv kommunikation och hög följsamhet under samhällskriser behöver vi alltså förstå både styrkan och begränsningarna i moraliska och sociala incitament. Budskap som väcker känslor av ansvar, samhörighet och solidaritet kan vara mycket effektiva – särskilt om de kommer från trovärdiga personer i rätt sammanhang. Samtidigt är det viktigt att undvika överbelastning, skuldretorik och signaler om misstro.

För att moraliska och sociala incitament ska vara hållbara över tid krävs också återkoppling, erkännande och synlig effekt av individers insatser. Att visa tacksamhet, förmedla att beteenden gör skillnad och att underlätta önskat beteende praktiskt är centrala komponenter i en fungerande policydesign. Policymeddelanden bör inte bara tala om vad människor bör göra, utan även varför, hur och att det spelar roll. Annars riskerar man att förlora det frivilliga engagemang som i många krislägen är helt avgörande.

Det är också avgörande att den som kommunicerar budskap är en förebild och själv följer råden och rekommendationerna. Forskning visar att människor lyssnar mer på auktoriteter som gör som de säger, medan motsatsen kan leda till misstro och trots (Bavel m.fl. 2020; Kallgren, Reno och Cialdini 2000).

Tabell 3 på sidan 53 presenterar centrala typer av icke-materiella incitament, hur de kan tillämpas och vilka fallgropar som bör undvikas för att bevara trovärdighet, motivation och normstabilitet.

Reciprocitet – att ge som man får

Medan moraliska och sociala incitament främst aktiveras genom normer, förebilder och interna drivkrafter som ansvar och solidaritet, finns det andra drivkrafter som gör att vi följer normer. Reciprocitet bygger på en social återkoppling mellan individer – en vilja att svara på andras agerande, vare sig det präglas av hänsyn eller normbrott. Till skillnad från instrumentell efterlevnad, som bygger på egenintresse, vilar reciprocitet på sociala preferenser och upplevelser av ömsesidighet – vilket gör den särskilt relevant i samhällskriser där mycket ansvar vilar på individens frivilliga agerande.

Människor tenderar att spegla andras handlingar genom att belöna hjälpsamhet och samarbete, men också genom att motverka eller bestraffa beteenden som bryter mot gemensamma normer. Reciprocitet förstås här i en bred bemärkelse och innefattar direkt ömsesidighet mellan två individer, indirekt och generaliserad reciprocitet – där en person hjälper en tredje part efter att själv ha blivit hjälpt – samt kollektiv eller stark reciprocitet, där grupper upprätthåller sociala regler genom att socialt straffa fripassagerare. Denna vidare förståelse av reciprocitet förklarar varför människor ofta samarbetar även i frånvaro av materiella incitament och varför de reagerar kraftfullt på normöverträdelser (Falk och Fischbacher 2006; Fehr och Gächter 2000).

Reciprocitet kan vara både positiv och negativ. När människor ser att andra gör uppförföringar, följer rekommendationer och bidrar till kollektiva mål, ökar sannolikheten att de själva gör det. Det handlar inte enbart om konformitet, utan om en vilja att återgälda andras ansträngningar. Att i kommunikationen lyfta fram exempel på ansvarstagande och gemensamma ansträngningar kan därför förstärka denna positiva ömsesidighet.

Samma mekanism kan dock slå åt andra hållet. Om människor upplever att andra utnyttjar systemet eller bryter mot regler, kan de själva bli mindre benägna att samarbeta. Frågor som »Varför ska jag följa restriktioner när ingen annan gör det?« speglar negativ reciprocitet – en vilja att upphöra med samarbetsbeteende när andra inte gör sin del. Studier visar att människor till och med är beredda att bestraffa främlingar som bryter mot sociala normer, även om de själva förlorar på det (Fehr och Gächter 2000). Bristande följsamhet kan därmed smitta.

Dessa drivkrafter förstärker vikten av moraliska budskap och normkommunikation. De illustrerar vikten av att utforma kommunikation som stärker positiva exempel och minimerar risken för att legitimera normbrott (Bicchieri 2005; Schultz m.fl. 2007). Att uppmärksamma låg följsamhet kan – även om syftet är att belysa problem – få motsatt effekt och normalisera regelbrott. Det riskerar att sända signalen att normbrott är vanligt och accepterat, vilket i sin tur kan minska den egna benägenheten att följa regler – särskilt om sådan kommunikation sker utan kontextualisering eller kontrastering till vad majoriteten gör rätt. Istället bör man kommunicera att många bidrar, att varje insats gör skillnad och att det finns ett gemensamt ansvar. Ett kollektivt »vi« är mer mobiliserande än ett »ni gör fel«.

För att utnyttja kraften i reciprocitet bör kommunikationen under samhällskriser visa att många följer rekommendationerna och att varje individs bidrag uppskattas. Genom att lyfta fram konkreta exempel på efterlevnad, samarbete och solidaritet kan man förstärka känslan av ömsesidighet och skapa en positiv spiral. Det är särskilt effektivt att formulera budskap i termer av gemensamt ansvar snarare än individuellt tvång och att använda symbolisk tacksamhet – till exempel genom uttryck som »Tack för att du visar hänsyn« – som moraliskt incitament.

Sammanfattningsvis bör policyutformning i krissituationer inte enbart fokusera på rationell övertygelse – utan också på att skapa känslomässig trygghet, bekräfta social samhörighet och anpassa kommunikationen efter hur människor faktiskt bearbetar information under press.

Tabell 3. Icke-materiella incitement.

Typ av incitament	Beskrivning	Policytillämpning / Exempel	Att undvika
Moraliska budskap	Aktiverar känslor av ansvar, etik och omtanke.	»Skydda andra – håll avstånd.«	För moraliskt laddade, skuldbeläggande eller överlägsna budskap.
Normkommunikation	Tydliggör vad andra faktiskt gör (deskriptiva normer).	»8 av 10 håller sig hemma.«	Kommunicera låg följsamhet – risk för att normbrott uppfattas då som det normala.
Förebilder	Synliga personer som agerar i linje med budskapet.	Kända personer eller lokala ledare visar hur de vaccinerar sig.	Makthavare som inte själva följer råden.
Synlighet	Synligt beteende förstärker nya normer.	Handsprit på offentliga platser, markeringar för avstånd.	Otydliga eller inkonsekventa signaler.
Social bekräftelse	Social återkoppling från andra påverkar viljan att följa.	Klistermärken, symboler: »Jag är vaccinerad«.	Att skapa upplevelse av exkludering eller stigmatisering hos dem som inte deltar.
Erkännande	Uppskattning av individers insatser stärker motivationen.	Statsledare tackar befolkningen offentligt.	Att ignorera uppoffringar eller använda erkännande slentrianmässigt.

TOLKNING OCH SYMBOLIK

I samhällskriser fungerar policybeslut inte bara som praktiska åtgärder utan också som signaler. De kommunicerar situationens allvar, samhälleliga normer och vilka grupper som anses vara en del av det kollektiva projektet. Den symboliska betydelsen kan därmed avgöra om åtgärder upplevs som legitima.

Den symboliska betydelsen av policybeslut får ofta mindre uppmärksamhet än deras praktiska innehåll. I politiska och administrativa sammanhang betraktas symbolik ibland som något sekundärt eller mindre »verkligt« än konkreta åtgärder (Boussaguet och Faucher 2020). Men i praktiken spelar den symboliska dimensionen en avgörande roll – den påverkar hur beslut tolkas, av vem och om de upplevs som legitima. Policyns effekt beror alltså inte enbart på den faktiska åtgärden, utan också på vad den signalerar.

Exempel från covid-19-pandemin visar hur policy snabbt laddas med kulturell och politisk innebörd. Munskydd kom att signalera tillit till vetenskap och kollektivt ansvar i vissa grupper, medan de i andra blev symboler för överdriven kontroll. Liknande mönster sågs i skolstängningar och alkoholförbud, där åtgärder kunde uppfattas som antingen skydd eller moralism – beroende på sammanhang och kommunikation.

Hur en policy uppfattas påverkas starkt av vilken målgrupp man tilltalar och hur den beskrivs. Grupper som historiskt har pekats ut som problematiska – exempelvis ungdomar eller utrikesfödda – kan tolka generella uppmaningar som uttryck för kontroll eller misstro, medan samma budskap kan uppfattas som stöd och uppskattning av till exempel äldre eller vårdpersonal (Schneider och Ingram 1993).

Även åtgärder som inte är avsedda att vara symboliska får ofta en symbolfunktion i praktiken. Vem som syns i kommunikationen, vilka som nämns och vilket ansvar som tillskrivs olika grupper påverkar hur tillhörighet och samhällsnormer uppfattas.

Tre mekanismer är särskilt centrala för symbolisk krishantering (Hart 1993):

- › Framställning: Hur krisen definieras – till exempel som en vårdkris eller ett samhällshot – styr vilka lösningar som anses rimliga.
- › Ritualisering: Synliga handlingar, som presskonferenser eller skyddsbarriärer i butiker, skapar en känsla av kontroll även om effekten är begränsad.

- › Maskering: Vissa risker eller alternativ kan medvetet tonas ned, till exempel för att undvika panik eller hamstring av vissa varor.

Sammanfattningsvis är det inte bara vad som görs, utan hur det kommuniceras och uppfattas, som avgör en policys effekt. Den symboliska dimensionen påverkar människors förståelse, tillit och benägenhet att följa beslut – och bör därför alltid beaktas i krisåtgärder.

IDENTITETSEKONOMI

Som vi sett påverkas rationellt beteende av normer, värderingar och individens vilja att agera i linje med sin självbild. Följsamheten till rekommendationer och regler kan också öka om kommunikationen anpassas så att budskapen talar direkt till en målgrupps självidentitet.

Ett effektivt sätt att nå ut till olika grupper är att samarbeta med organisationer och personer som har förtroende inom olika gemenskaper – exempelvis religiösa ledare, lokala föreningar eller andra sociala nät. Genom att dessa aktörer förmedlar information, som hur ett virus smittar eller varför vissa åtgärder införs, ökar chanserna att budskapen både tas emot och accepteras. Särskilt i grupper där tilliten till myndigheter är låg kan sådana brobyggare spela en avgörande roll för att översätta folkhälsobudskap till kulturellt relevanta och trovärdiga budskap (WHO 2020).

Utöver detta är det viktigt att stärka kollektiv identitet genom att framhäva gemenskap och gemensamma mål. När budskap betonar att »vi är i detta tillsammans«, kan konflikter mellan grupper mildras och samhällets motståndskraft stärkas. Denna kombination av anpassad kommunikation, förtroendeskapande arbete och gemensam målsättning utgör en grund för att hantera samhällskriser på ett inkluderande och effektivt sätt.

Samtidigt krävs stor lyhördhet i detta arbete. Anpassad kommunikation kan lätt uppfattas som utpekande eller moraliserande, särskilt bland grupper som historiskt har erfarenhet av att betraktas som problematiska. Som diskuterats i föregående avsnitt om policy som social signal, kan även neutralt formulerade budskap tolkas negativt – exempelvis av ungdomar eller utrikesfödda – om de uppfattas mot bakgrund av tidigare erfarenheter av misstro eller kontroll. För att undvika detta bör beslutsfattare arbeta aktivt med att bygga ömsesidigt förtroende. Det innebär bland annat att inkludera minoritetsgruppers

perspektiv och behov i både beslutsprocesser och kommunikation. En sådan inkludering kan öka känslan av delaktighet och legitimitet – och därmed också benägenheten att följa rekommendationer och riktlinjer. Det som övertygar en grupp kan av en annan uppfattas som misstänkliggörande. Ett exempel är vaccinationskampanjer: för vissa fungerar argument om vetenskap och folkhälsa, medan andra lyssnar mer till lokala auktoriteter, religiösa ledare eller exempel från sin egen gemenskap.

Sammanfattningsvis: för att nå ut brett krävs kommunikation som inte bara är informativ, utan också socialt och kulturellt förankrad. Det innebär att:

- › Budskap bör förmedlas av personer som målgruppen identifierar sig med. trovärdigheten ökar om avsändaren upplevs som en del av den egna gruppen.
- › Narrativ bör anpassas till målgruppens språkbruk, erfarenheter och värderingar. Det handlar inte om att förändra fakta, utan om att presentera dem på ett sätt som känns relevant.
- › Kommunikationen bör undvika att skapa »vi-och-dom«-känslor. Budskap som uppfattas som anklagande eller moraliserande kan snarare väcka motstånd än följsamhet.

Verktyg för beteendestyrning

Kunskap om hur människan uppfattar sin omgivning kan också användas när interventionsbaserade verktyg behövs för att uppnå önskad effekt. I följande avsnitt beskrivs hur monetära incitament och *nudging* kan påverka människors benägenhet att följa rekommendationer.

MONETÄRA INCITAMENT

Monetära incitament – såsom ekonomiska belöningar och ersättningar, eller i vissa fall även sanktioner – används i policy för att påverka individers beteende i önskvärd riktning. Inom beteendekonomin har dessa visat sig kunna vara effektiva, särskilt för att främja konkreta och tidsnära handlingar, såsom att lämna in deklarationen i tid, återvinna eller delta i ett hälsoprogram. Men fungerar de under en samhällskris?

Positiva monetära incitament: crowding in eller crowding out?

Beteendeeconomisk forskning visar att monetära incitament ibland kan förstärka inre motivation (*crowding in*), men i andra fall riskerar att underminera den (*crowding out*). Avgörande är hur incitamentet tolkas av individen – som stödjande och uppskattande eller som styrande och kontrollerande.

Under en samhällskris förändras förutsättningarna för hur monetära incitament uppfattas. I sådana situationer blir kollektiva värden som solidaritet, ansvarstagande och tillit till myndigheter särskilt centrala. Om ett incitament i detta sammanhang uppfattas som ett sätt att »köpa« medborgarnas medverkan snarare än att uppmuntra ett gemensamt ansvarstagande, ökar risken för *crowding out*.¹⁵ Det kan försvaga den moraliska motivationen att bidra för det gemensammas bästa och signalera att samhället inte litar på individens vilja att göra rätt.

Samtidigt kan ett positivt incitament under rätt omständigheter förstärka viljan att agera prosocialt. Om det uppfattas som ett erkännande eller en uppskattning för en redan önskvärd insats – snarare än som ett styrmedel – kan det bidra till *crowding in*. Det gäller särskilt om insatsen kommuniceras i termer av samhällelig samhörighet, delat ansvar och gemensamma mål. Ett exempel är en svensk fältstudie där ett mindre ekonomiskt incitament (200 kronor) ökade andelen som vaccinerade sig mot covid-19 med cirka fyra procentenheter. Studien tyder på att små, symboliska incitament kan fungera som ett uttryck för erkännande snarare än manipulation – och därmed inte hota inre motivation eller samhällstillit. Däremot väcker även sådana incitament frågor om legitimitet och förväntningar. Om belöningen upplevs som ett försök att köpa beteendet snarare än att uppmuntra ett gemensamt ansvarstagande, kan det istället skapa distans eller misstro, särskilt i samhällskriser där kollektiv solidaritet är central. Incitamentet fungerade då som en symbolisk uppskattning snarare än som styrmedel och uppfattades i linje med prosocial motivation (Campos-Mercade m.fl. 2021).

Hur monetära incitament fungerar i kristid beror därför inte bara på beloppet, utan också på kontexten och kommunikationen. Ett litet incitament som framstår som symboliskt och uppmuntrande kan ha

15. Se tidigare exempel och böter som ledde till att fler hämtade sina barn för sent på förskolan.

större effekt än ett stort belopp som upplevs som köpslående. I kris-situationer blir alltså frågan inte bara *om* incitament fungerar – utan *hur* de påverkar människors upplevelse av mening, tillhörighet och ansvar (Deci, Koestner och Ryan 1999; Frey och Jegen 2001; Gneezy, Meier och Rey-Biel 2011).

För att minimera risken för *crowding out* och istället skapa förutsättningar för *crowding in*, bör monetära styrmedel

- › utformas som stödjande snarare än styrande
- › kommuniceras med tonvikt på erkännande och uppskattning
- › vara måttfulla i storlek för att undvika att beteendet uppfattas som ett köpt eller affärsmässigt åtagande, snarare än som ett uttryck för frivillig medverkan
- › kombineras med andra verktyg, såsom normaktivering och *nudging*
- › anpassas till målgruppens värderingar, identitet och sociala sammanhang.

Effektiva monetära incitament bör alltså inte endast utvärderas utifrån beteendeförändringens storlek, utan också utifrån hur de påverkar den psykologiska drivkraft som bär upp beteendet.

Negativa monetära incitament: när fungerar böter?

Böter och ekonomiska sanktioner är exempel på negativa monetära incitament. De används för att avskräcka från oönskade beteenden genom att koppla en tydlig kostnad till överträdelser, exempelvis vid brott mot smittskyddsregler, felparkering eller utebliven skatteinbetalning. Inom beteendeekonomin betonas att effekten av sådana sanktioner inte enbart beror på beloppets storlek, utan i hög grad på hur de uppfattas psykologiskt och kontextuellt (Bowles och Polanía-Reyes 2012; Gneezy och Rustichini 2000).

I kriser kan en överdriven betoning på sanktioner väcka känslor av kontroll eller mistro.¹⁶ Särskilt problematiska är sanktioner som uppfattas som transaktionella eller godtyckliga snarare än som rättvisa uttryck för ett gemensamt ansvar. De riskerar att urholka det samhällskontrakt som frivilliga uppoffringar bygger på, och även väcka

16. I en stor genomgång av covid-19-policyers effektivitet fann Haug med flera (2020) att mindre ingripande åtgärder kan vara lika effektiva som mer ingripande och drastiska åtgärder såsom nedstängningar med sanktioner.

motstånd (Tyler 2006). I kristider, då samhällsnormer ofta är under omförhandling och legitimitet är särskilt viktig, bör därför böter utformas med stor varsamhet. En sanktion som införs utan förankring eller förklaring riskerar att ses som ett övergrepp snarare än som ett skydd.

Ett festsförbud under en pandemi kan exempelvis accepteras om det finns bred förståelse för att privata sammankomster driver smittspridning. Här är det avgörande att kommunikationen hjälper människor att justera individers mentala referenspunkt¹⁷: från att se förbudet som en förlust av personlig frihet till att uppfatta det som en åtgärd för att undvika större förluster, såsom allvarlig sjukdom eller samhällsstängning. Om regler kommuniceras som ett sätt att undvika förlust snarare än att beröva frihet, kan acceptansen öka även för böter vid överträdelse.

Böter som upplevs som rättvisa, transparenta och legitima – till exempel genom att vara inkomstdifferentierade, kopplade till tydliga syften och införda med god förklaring – har större chans att fungera utan att underminera prosociala drivkrafter (Fehr och Falk 2002; Frey 1997). Sanktioner bör därför ses som ett komplement till andra styrmedel, snarare än som en huvudstrategi, särskilt i lägen där normer ännu inte är etablerade.

NUDGING – ATT PÅVERKA BETEENDE UTAN ATT INSKRÄNKA FRIHETEN

»Puffning«, som ofta används som svensk översättning av begreppet *nudging*, syftar på små förändringar i hur val presenteras – så kallad *choice architecture* – för att påverka människors beteenden utan att begränsa deras valfrihet (Thaler och Sunstein 2008).

Det mest tilltalande med *nudging* är just att individens autonomi bibehålls. Istället för att använda förbud eller ekonomiska incitament försöker man påverka människors beslut genom att utforma valmöjligheterna på ett sätt som gör det enklare att välja det önskvärda alternativet. Detta gör *nudging* särskilt attraktivt i sammanhang där mer ingripande styrmedel anses vara politiskt känsliga eller etiskt problematiska – till exempel under samhällskriser (Sunstein 2014).

Nudging har fått stort genomslag både i offentlig sektor och i näringslivet. Företag använder det för att påverka kundbeteende – exempelvis

17. Referenspunkten som avses kommer från prospektteorin och beskrivs i kapitel 1.

genom att göra hållbara val till standard – medan myndigheter tillämpar *nudging* för att främja skatteinbetalning, vaccinationsbeteenden och energibesparingar (Benartzi m.fl. 2017). Effekten av *nudging* förstärks ofta när människor agerar under tidspress, stress eller osäkerhet – vilket gör det särskilt relevant i kriser. När val måste fattas snabbt och med begränsad information kan små förändringar i hur information presenteras få stor effekt (Bavel m.fl. 2020).

Många aktörer inom det privata näringslivet tillämpade *nudging* under pandemin. Ett exempel är hur livsmedelskedjor bemötte den ökade hamstringen av basvaror som toalettpapper och pasta. Genom att sätta upp skyltar med budskap som: »80 % av våra kunder tar bara en förpackning – tack för att du handlar med omtanke«, använde butikerna sociala normer som *nudge* för att främja ansvarsfullt beteende. Det påverkade individers beslut utan att begränsa valfriheten eller införa ransoneringsregler.

Under pandemin användes metoder som handsprit vid entréer, förbokade vaccinationstider och färgkodade risknivåer för att främja önskvärda beteenden (Bavel m.fl. 2020; Lunn m.fl. 2020). Dessa puffar bygger på tydlighet, synlighet och timing – avgörande faktorer när människor är kognitivt överbelastade.

Ovanstående är exempel på *nudging*, eftersom de inte förbjuder något, inte påverkar priset eller tillgången direkt utan istället utnyttjar psykologiska mekanismer som flockbeteende, normföljande beteende och en önskan om att göra rätt. Det hjälper individer att fatta beslut som överensstämmer med deras långsiktiga värderingar om rättvisa och samhällsansvar, även i en situation präglad av osäkerhet och oro.

Inom det offentliga användes också *nudging* frekvent och med stor framgång. En randomiserad amerikansk studie visade att enkla sms-påminnelser ökade vaccinationsgraden bland invånare i USA. Påminnelser som innehöll ett ägandebudskap, som »din dos väntar på dig«, samt en direktlänk till bokning, ledde till signifikant högre deltagande jämfört med en kontrollgrupp som inte fick en sms-påminnelse (Milkman m.fl. 2021). Åtgärden förändrade inte tillgången till vaccin och bestraffade inte uteblivna beslut, men påverkade ändå beteendet på ett förutsägbart sätt. Påminnelsen aktiverade både en känsla av psykologiskt ägande (det upplevs som att vaccindosen redan tillhör individen) och en ökad påtaglighet – alltså att vaccinationen blir särskilt närvarande i medvetandet just i det ögonblick då individen fattar sitt beslut.

I normaltider kan näringslivet hjälpa till att förbereda befolkningen för kris. Byggvaruhus kan till exempel visa förvalda alternativ som är hållbara och översvämningssäkra vid beställning. Under en energikris kan energibolag kommunicera budskap som till exempel »du använder 20 % mer el än andra i området« för att försöka påverka människor att minska sin elanvändning. Forskning visar att *nudging* ofta är effektivt, särskilt i situationer där människor tenderar att skjuta upp eller undvika beslut, som i exemplet med vaccinationspåminnelser ovan.

Begränsningar och risker med nudging

Trots att *nudging* har etablerats som ett effektivt verktyg för att påverka beteenden på ett icke-paternalistiskt sätt, finns flera dokumenterade fall där dess effekter varit begränsade eller till och med negativa. I vissa sammanhang uteblir beteendeförändringen helt, medan *nudging* i andra fall kan väcka motstånd, misstolkas eller förstärka känslor av orättvisa och ojämlikhet.

Ett tydligt exempel kommer från covid-19-pandemin, där många städer använde allmänna skyltar i kollektivtrafiken med budskap som »Kom ihåg att tvätta händerna ofta«. Syftet var att uppmuntra skyddsbeteenden, men i praktiken hade dessa generella påminnelser ofta liten effekt. Utan tydlig koppling till ett konkret handlings-sammanhang – exempelvis placering av handsprit i direkt anslutning till skylten – upplevdes budskapet som abstrakt och ignorerades. Kontextspecifik *nudging*, utformad för att underlätta direkt handling, hade betydligt större genomslag (Lunn m.fl. 2020).

Nudging kan också slå fel i socioekonomiskt utsatta grupper. I energisammanhang har återkoppling om elförbrukning visat sig ha begränsad effekt över tid, särskilt när hushåll redan lever med låg förbrukning av ekonomiska skäl. I sådana fall kan ytterligare påminnelser om att spara energi upplevas som frustrerande eller meningslösa, snarare än motiverande – särskilt när strukturella förutsättningar att förändra beteendet saknas. *Nudging* som inte anpassas efter målgruppens faktiska möjligheter riskerar därmed att underminera sin legitimitet och väcka motreaktioner (Hargreaves, Nye och Burgess 2013).

Kritik har riktats mot situationer där *nudging* används som substitut för strukturella lösningar. Att exempelvis påminna människor om att hålla avstånd i kollektivtrafik där det inte är praktiskt möjligt, riskerar att överföra ansvar från samhällsnivå till individnivå. I sådana fall kan

nudging uppfattas som moraliserande eller belastande snarare än hjälpsam. Detta kan också bidra till så kallad *nudge fatigue*, där individer slutar reagera på upprepade små påverkanstekniker och istället blir passiva eller motvilliga (Sunstein och Reisch 2019).

Exemplen ovan visar att *nudging* inte är en universallösning, men rätt utformad kan det vara en kostnadseffektiv metod med stor genomslagskraft.

Förutsättningar och implementering

För att öka chanserna för god genomslagskraft och undvika oönskade utfall, så som motstånd och *nudge fatigue*, är det viktigt att beakta följande aspekter:

- › Låg friktion: *nudgen* gör det enklare att välja rätt alternativ (t.ex. standardval, placering, påminnelser).
- › Förtroende för avsändaren: människor lyssnar mer på puffar från aktörer de litar på.
- › Sympati för målet: om individen inte ser värdet i det beteende som främjas, minskar effekten.
- › Personlig vinning: *nudging* som gynnar individen direkt har ofta större effekt än *nudging* som handlar om kollektiva mål.
- › Aktualitet och synlighet: en *nudge* måste uppfattas som relevant. När den blir för välkänd riskerar den att ignoreras.
- › Socialt sammanhang: när människor ser andra följa *nudgens* budskap ökar chansen att de själva gör detsamma.
- › För att utforma en effektiv nudge krävs förståelse för hur människor söker, tolkar och prioriterar information. Kännedom om vanliga heuristiker och kognitiva biaser – såsom tillgänglighetsheuristik och aktualitetsbias – är central för att utforma *nudging* som fungerar i praktiken. När medier nyligen rapporterat om allvarliga influensafall (tillgänglighetsheuristik) kan en påminnelse om gratis vaccination bli särskilt effektiv, eftersom risken känns mer närvarande.

Sammanfattningsvis kan konstateras att *nudging* erbjuder ett kostnadseffektivt och legitimt verktyg för att påverka människors beslut, särskilt i sammanhang där mer påtvingande styrmedel inte är önskvärda. Under samhällskriser kan puffar – som utformas väl med hänsyn till timing, trovärdighet och sammanhang – spela en viktig roll i att främja

hälsosamma och samhällsnyttiga beteenden. Både näringslivet och det offentliga använder sig redan av *nudging*.

Tabell 4 visar med exempel på hur *nudging* kan användas praktiken, samt under vilka förutsättningar olika typer av *nudging* har bättre genomslagskraft.

Tabell 4. *Nudging* i praktiken.

Typ av nudge	Beskrivning	Exempel	Fungerar bäst när...
Standardval	Förvalt alternativ som gäller om individen inte aktivt väljer bort.	Automatiskt deltagande i pensionssparande eller organdonation.	Beslut är komplexa, människor är passiva eller har låg motivation.
Påminnelser	Tidsmässigt eller situationsanpassat budskap.	Sms om vaccinationsbokning, dekalering med »glöm inte handsprit«.	När beteendet glöms bort, skjuts upp eller kräver upprepning.
Sociala	Visa hur individen står i relation till andra.	»Du använder mer el än dina grannar.«	Sociala normer är viktiga, och människor inte vill avvika.
Synliggörande (salience)	Gör önskade alternativ mer iögonfallande.	Handsprit placerad precis vid dörrhandtag eller i ögonhöjd.	Beslutsmiljön är rörig, och det önskade beteendet måste konkurrera om uppmärksamhet.
Inramning (framing)	Budskap ramas in som vinst eller förlust.	»Utan vaccin kan du smitta dina föräldrar.«	När budskapet kan kopplas till en känslomässig reaktion som leder till handling.
Förstärkta valarkitekturer	Struktur där det är lättare att göra rätt än fel.	Att boka vaccination kräver ett klick, medan att avstå kräver flera.	När trösklar kan utnyttjas för att forma beslut.
Tydliga valalternativ	Klart formulerade, begränsade val för att undvika överbelastning.	Enkel jämförelse av olika munskyddstyper med tydlig etikett om skyddsnivå.	Vid informationsöverflöd eller när människor är stressade.
Återkoppling	Information om konsekvenser av tidigare beteende.	App som visar din elanvändning eller hur länge du varit utanför ditt hem.	När målet är att skapa varaktig beteendeförändring genom självinsikt.

Tid aktiverar olika typer av tänkande

Tvåsystemsteorin (*dual process theory*) förklarar hur människor växlar mellan två typer av kognitiv bearbetning: ett snabbt, intuitivt och automatiskt system byggt på heuristiker (system 1) och ett långsamt, reflekterande och analytiskt system (system 2) som kräver kognitiv energi, vilket gör att vi gärna undviker att använda det i onödan (Kahneman, 2011). Teorin hjälper till att förstå varför människors beteende ibland präglas av eftertanke – och ibland av automatiska impulser. I utformningen av krispolicy är båda systemen centrala.

I början av en kris – som en pandemi, översvämning eller energibrist – aktiveras system 2 hos de flesta människor. Situationen upplevs som ny, komplex och viktig, vilket leder till att människor söker information, reflekterar över risker och anpassar sitt beteende (Kahneman 2011). Under covid-19 såg man exempelvis att svenskar, trots milda restriktioner, i hög grad begränsade sina sociala kontakter på eget initiativ (Andersson och Jonung 2024; Bonander m.fl. 2022). Detta tyder på ett tidigt aktiverat reflekterande tänkande.

När krisen drar ut på tiden sker ofta en förskjutning till system 1. Människor anpassar sig till det nya normalläget, och tidigare hot förlorar sin känslomässiga laddning – ett fenomen känt som riskdesensitisering (risknormalisering). Det innebär att tidigare beslut om försiktighet börjar ersättas med automatiska bedömningar baserade på vana, sociala normer eller känslor – även om hotbilden består (Kahneman 2011; Parnell och Crandall 2020).

POLICYIMPLIKATIONER UNDER OLIKA TIDSEFASER

Effektiv policyutformning under en samhällskris kräver att kommunikationen anpassas till människors föränderliga kognitiva förutsättningar. För att uppnå både omedelbar effekt och långsiktig följsamhet bör policy därför utformas i linje med dessa kognitiva skiften.

I krisens initiala skede, när hotet upplevs som nytt och komplext, är människor särskilt mottagliga för information som hjälper dem att förstå situationen. Detta ger ett värdefullt fönster att utbilda och förklara samt etablera legitimitet och långsiktig tillit. Policymeddelanden bör i denna fas vara innehållsrika och logiskt uppbyggda. Genom att visualisera data och tydligt förklara sambanden mellan åtgärder, riskminskning och samhällseffekter kan förståelsen stärkas (Aven 2018).

Även osäkerheter och avvägningar bör kommuniceras transparent, då det inte nödvändigtvis minskar förtroendet – särskilt när osäkerheten uttrycks tydligt och kvantitativt snarare än med vaga formuleringar (van der Bles m.fl. 2020).

Det är samtidigt viktigt att informationen inte överlastas – ett överflöd av detaljer, teknikaliteter eller motstridiga budskap kan snabbt trötta ut det reflekterande systemet, vilket leder till att mottagaren slutar lyssna eller söker enklare vägar till beslut (Kahneman 2011). I denna fas handlar effektiv policy inte bara om reglering utan även om att förmedla en övertygande, begriplig och meningsfull helhetsbild. Tabell 5 sammanfattar policyprinciper som särskilt bör beaktas i krisens inledningsskede när system 2 är aktiverat.

När krisen övergår i ett mer utdraget förlopp minskar ofta den kognitiva beredskapen att bearbeta information reflekterande. Riskdesensitisering, eller risknormalisering, leder till att tidigare allvar upplevs som mindre akut, och att beslut i högre grad fattas på känsla, rutin eller sociala normer snarare än genom medvetet övervägande (Kahneman 2011). I detta skede behöver policy utformas så att efterlevnad inte är beroende av förmåga eller vilja att resonera. Budskap bör vara korta, känslomässigt engagerande och handlingsinriktade – formulerade på ett sätt som underlättar snabb förståelse och tydlig riktning (Slovic m.fl. 2004). *Nudging*, såsom visuella signaler och ledtrådar,

Tabell 5. Policyprinciper i början av en kris.

Princip	Beskrivning	Exempel i policymiljö
Tidsfönster för analys	System 2 är aktivt – utnyttja det för att bygga förståelse och legitimitet.	Utförliga presskonferenser, faktablad, visualisering av smittspridning.
Bygg förtroende tidigt	Trovärdighet i början avgör om människor engagerar sig analytiskt.	Kommunicera transparent, visa osäkerheter, låt experter tala.
Undvik informationsöverflöd	För mycket information kan snabbt slå över i överbelastning.	Skicka samlade, tydliga budskap – inte fem små varje dag.
Aktivera systematisk reflektion	Hjälp människor att själva dra slutsatser om risk och beteende.	Visualisera scenarioutfall, visa på effekter av olika val.

till exempel färgkodade zoner eller symbolbaserad information, kan fungera som effektiva styrmedel utan krav på tolkning eller analys. Repetition i flera kommunikationskanaler förstärker igenkänning, medan berättelser med konkreta individer och tydliga konsekvenser kan skapa känslomässig förankring som gör budskapet mer minnesvärt (Slovic m.fl. 2004).

I detta skede är det också viktigt att förhindra uppkomsten av ett informationsvakuum. Om budskapen tystnar kan människor tolka det som att hotet har upphört, även när risknivån är oförändrad. Informationsvakuum ger även plats åt, och är en grogrund för, desinformation och konspirationsteorier. Samtidigt kan överexponering för upprepade budskap orsaka utmattning eller motreaktioner. Därför är välbalanserad kommunikationsrytm central, där även oförändrade lägen bekräftas med korta, sakliga uppdateringar (WHO, 2020). I tabell 6 presenteras en sammanställning av policyprinciper som lämpar sig för senare skeden i kriser, när system 1 tagit över.

Tabell 6. Policyprinciper i senare skeden av en kris, när system 1 har tagit över.

Princip	Beskrivning	Exempel i policymiljö
Visuell kommunikation	System 1 är visuellt och snabbt – symboler når fram bättre än text.	Färgkodade affischer, hjälpmedel tillgängliga, t.ex. handsprit, pilar på golv.
Repetition och variation	System 1 lär sig genom upprepning och igenkänning.	Samma budskap i sociala medier, affischer, sms.
Berättelser och igenkänning	Emotionella berättelser stärker engagemang och efterlevnad.	Personliga berättelser i medier om vårdpersonal eller drabbade.
Tydliga standardval (defaults)	System 1 följer ofta förvalt val om inget aktivt beslut tas.	Automatisk tidsbokning för vaccinering.
Rätt avsändare	Vem som säger något påverkar genomslaget mer än vad som sägs.	Lokala auktoriteter, läkare, imamer eller idrottsprofiler.
Bekämpning av informationsvakuum	Brist på information öppnar för desinformation.	Fortsatt närvaro, även om inget nytt hänt – »läget är oförändrat, fortsatt att ...«.

Lärdomar från tidigare kriser

Erfarenheter från tidigare samhällskriser ger värdefull kunskap om vilka beteendeeconomiska mekanismer som träder in i olika sammanhang och vad som sker när policyutformningen inte tar hänsyn till dessa. Många misslyckanden kan spåras till antaganden om rationellt beslutsfattande i situationer där referenspunkter, förlustaversion, heuristiker och sociala normer i själva verket är centrala drivkrafter. Dessa exempel illustrerar behovet av krispolicyer som bygger på insikter från beteendeeconomik, det vill säga om hur människor faktiskt fattar beslut under osäkerhet, snarare än baserat på idén om den rationella individen.

KULTURELL FÖRANKRING OCH IDENTITETSEKONOMIS BETYDELSE

Under ebolautbrottet i Västafrika (2014–2016) infördes strikta restriktioner, inklusive förbud mot traditionella begravningar. Dessa åtgärder saknade kulturell förankring och mötte motstånd, misstro och till och med våldsamma reaktioner. Det var först när begravningspraxis anpassades i samarbete med lokala ledare och religiösa företrädare – och därmed integrerades i en kulturell och identitetsmässig kontext – som följsamheten ökade. Detsamma gällde flera av de mest restriktiva covidåtgärderna i bland annat Frankrike, Indien och Kina, där informell ekonomi, lågt institutionellt förtroende och starka lokala normer bidrog till att människor bröt mot reglerna, inte av trots, utan av nödvändighet eller lojalitet till andra normsystem än statens.

Dessa exempel belyser vad identitetsekonomi lär oss: att människors efterlevnad inte bara beror på riskbedömning utan på huruvida åtgärden harmonierar med deras självbild, gruppidentifikation och kulturella tillhörighet. Policyverktyg som förutsätter lydnad utan att skapa inre legitimitet riskerar att förlora både symboliskt och praktiskt genomslag.

EMOTIONELLA OCH IDENTITETSBASERADE HINDER VID EVAKUERING

Vid översvämningar i Bangladesh 1998 och under orkanen Katrina i USA 2005 vägrade många människor att evakueras trots tydliga varningar om riskerna med att stanna. Reaktionen kan förklaras med centrala beteendeeconomiska mekanismer: stark hem- och gruppidentitet

skapade förlustaversion inte gentemot risken att dö, utan mot förlusten av plats, sociala band och kontroll. Dessutom aktiverades förankringseffekten, där tidigare erfarenheter av »falsa alarm« sänkte riskbedömningen, och sannolikhetsförsummelse ledde till att en hög sannolikhet för katastrof negligerades.

Polycymisslyckandet här kan alltså inte förklaras med brist på information, utan med bristande förståelse för hur kommunikationen behövde utformas för att påverka individerna i önskad riktning. För att öka chansen till evakuering hade situationen behövt omformuleras med hjälp av avsiktlig framing – genom att betona att liv riskerade att gå förlorade. Att framställa evakuering som en bevarad tillhörighet snarare än en förlorad hemidentitet hade kunnat skifta beslutssituationen i önskad riktning.

OJÄMLIKHET OCH MORALISKT SYMBOLVÄRDE

Under eurokrisen i Grekland infördes åtstramningsåtgärder enligt rationella ekonomiska modeller. Men dessa ignorerade beteendeeconomins insikter om ojämlikhetsaversion – en preferens för rättvisa som gör att människor hellre väljer ett sämre utfall för alla än att acceptera upplevd orättvisa. Åtgärderna tolkades som elitstyrda, snedfördelade och saknade legitimitet. Det ledde till protester, radikalisering och långsiktigt motstånd.

Detta bekräftar att moralbaserad styrning – som att vädja till ansvarstagande – endast fungerar om de förväntningar som formuleras upplevs som gemensamma. Om en grupp upplever sig bära en oproportionerlig börda faller förtroendet, vilket underminerar normer och moraliska incitament. Policyns symbolvärde blev här destruktivt – ett klassiskt exempel på hur en framställning utan social förankring förlorar sin kraft.

HABITUERING, RISKDESENSITISERING OCH NUDGINGENS BEGRÄNSNINGAR

Under vintern 2022 reagerade många hushåll i Europa på energikrisen genom att minska sin elförbrukning. Men i takt med att krisen drog ut på tiden minskade människors intresse för att fortsätta spara trots att krisen kvarstod. Samma mönster sågs under inflationskrisen 2022–2023, där initialt anpassade konsumtionsmönster gradvis återgick till normala vanor trots fortsatt höga priser.

Dessa exempel illustrerar flera viktiga mekanismer från beteendekonomin: habituering och riskdesensitisering gör att vad som upplevs som »normalt« flyttas över tid, vilket sänker den subjektiva krisupplevelsen. Kognitiv trötthet bidrar till att beslut baseras på tumregler snarare än kalkyler, och upplevd kontroll över utfallet minskar, vilket gör att tidigare insatser som inte givit märkbar effekt leder till lägre motivation att fortsätta. När den inre motivationen inte längre finns gäller det att det är lätt att göra rätt. *Nudging* i form av enkla, eller till och med förinställda, val är att föredra framför *nudging* som uppmanar till beteendeförändring.

SAMMANFATTNING AV LÄRDOMARNA

Samtliga exempel visar att misslyckade krispolicies ofta kan spåras till att centrala beteendekononomiska mekanismer ignoreras: orealistiska antaganden om stabila preferenser, bortseende från förlustaversion, felaktig riskframing och underskattning av sociala normers kraft. Identitet, heuristiker, moraliska incitament och psykologiska referensramar måste integreras i policyutformningen, annars förlorar även i övrigt tekniskt välutformade åtgärder både sin legitimitet och sitt genomslag. Krispolicies behöver därmed förankras i hur beteenden förändras över tid och hur signaler tolkas i olika sociala kontexter. Det är först då verktygen får sin fulla effekt.

Strategi för effektiv krispolicy

Vid samhällskriser – som pandemier, översvämningar och energikriser – behöver myndigheter snabbt påverka människors beteende. Det kräver beslut och kommunikation under tidspress, osäkerhet och emotionell stress. Traditionell nationalekonomisk incitamentsteori erbjuder en strukturerad grund för policyutformning. Men för att skapa verklig följsamhet krävs att den kompletteras med beteendekononomiska insikter om hur människor faktiskt tänker, känner och agerar i krislägen. Detta kapitel sammanfattar hur olika policyverktyg kan kombineras till en sammanhängande strategi. Den förenar klassiska ekonomiska styrmedel med beteendekononomiska verktyg som anpassas till krisens olika faser och människors kognitiva förutsättningar.

KRISENS INLEDNINGSSKEDE: KOGNITIV BEREDSKAP OCH NORMFÖRSKJUTNING

I krisens inledningsskede präglas människors beslutsfattande ofta av hög kognitiv beredskap. Osäkerheten är påtaglig, informationssökandet aktivt och viljan att förstå risker är stor. Detta ger ett tillfälle att etablera nya normer, bygga legitimitet och mobilisera till handling. Här kan förlustinramning vara särskilt användbart – budskap som tydliggör vad som står på spel, till exempel människoliv, vårdresurser eller samhällsfunktioner, kan skapa förståelse för behovet av ingripande åtgärder. Förlustinramning hjälper därmed inte bara till att motivera åtgärder, utan bidrar också till att etablera en ny referenspunkt för vad som uppfattas som legitimt.

Samtidigt har den initiala kommunikationen en särskild tyngd genom förankringseffekten: de första budskap människor tar till sig skapar ett mentalt ankare som påverkar hur all senare information tolkas. Om tidiga formuleringar är alltför definitiva eller kategoriska kan framtida justeringar uppfattas som inkonsekventa eller förtroendeskadliga. Därför bör initiala budskap vara tydliga men flexibla; de behöver etablera allvaret i situationen, samtidigt som de öppnar för ny kunskap och förändrade rekommendationer. Att från början kommunicera osäkerhet på ett trovärdigt sätt stärker möjligheten att senare anpassa rekommendationerna utan att legitimiteten undermineras.

I krisens inledningsskede – när människor är uppmärksamma och informationssökande – kan *nudging* fungera som ett komplement till tydlig riskkommunikation. Här kan visuella ledtrådar, som golvmärkningar för avstånd och symboler för handtvätt, förstärka nyinlärda beteenden genom att minska osäkerhet i praktiska situationer. Effekten bygger i detta skede på att puffarna stämmer överens med individens redan reflekterade vilja att agera ansvarsfullt. *Nudging* hjälper till att operationalisera viljan, det vill säga att omsätta reflektion i konkret handling.

NÄR KRISEN DRAR UT PÅ TIDEN

När krisen drar ut på tiden förändras både individers motivation och kognitiva förutsättningar. System 2 ersätts gradvis av system 1, som kännetecknas av vanestyrt och emotionellt beslutsfattande. Kognitiv trötthet, risknormalisering och en önskan om återgång till det normala försvagar mottagligheten för teknisk information. I detta skede

får förlustinramningen en annan funktion: istället för att väcka analys syftar den nu till att återaktivera känslomässig beredskap. Genom att påminna om vad som står på spel kan förlustinramade budskap fungera som en väckarklocka i ett kommunikativt klimat präglad av likgiltighet. Här riktas budskapet till system I – inte för att uppmäna till reflektion, utan för att skapa omedelbar uppmärksamhet och emotionell respons.

Nudgingens roll förändras också. I det utdragna skedet kan *nudging* bli en avgörande strategi för att bibehålla efterlevnad utan att belasta den kognitiva kapaciteten. Vanebeteenden har då ofta etablerats, och *nudging* fungerar bäst genom att stabilisera dessa – till exempel genom påminnelser, standardval eller strukturella incitament. Här fungerar *nudging* inte längre som stöd för reflektion, utan som ett tyst verktyg för att styra beteenden i en vardag präglad av trötthet och minskad motivation. I denna fas krävs att puffarna är integrerade, förtroendeingivande och icke-påträngande – annars riskerar de att uppfattas som manipulativa eller provocerande. *Nudgingens* effektivitet förutsätter i regel att kunskap redan är etablerad genom tidigare kommunikationsinsatser eller policy, snarare än att *nudging* fungerar som krispolicy i egen kraft.

När det reflekterande beslutsfattandet trängs undan och den analytiska beredskapen minskar, blir vissa heuristiker särskilt styrande för hur information tolkas. Tillgänglighetsheuristik gör att dramatiska bilder, minnesvärda exempel eller medial uppmärksamhet får större påverkan än statistiska resonemang. Simuleringsheuristik förstärker detta genom att människor fäster större vikt vid scenarier de lätt kan föreställa sig, även om sannolikheten för dessa är låg. I denna fas måste kommunikationen anpassas för att nå igenom: abstrakta procentsatser och tekniska grafer förlorar sin effekt, medan budskap som konkretiseras genom berättelser, jämförbara frekvenser och igenkännbara situationer har större genomslag. Framingeffekter blir samtidigt mer kraftfulla – inte genom rationell riskreflektion, utan genom att påverka känslomässig respons. Budskap formulerade i termer av förlust (»utan vaccin riskerar du att smitta dina föräldrar«) aktiverar starkare reaktioner än motsvarande vinstformuleringar. I ett läge där trötthet och likgiltighet dominerar kan en strategisk användning av förlustinramning fungera som en emotionell brytpunkt – inte för att övertyga

med argument, utan för att återuppväcka uppmärksamhet.¹⁸

Moraliska och sociala incitament kan spela en viktig roll i att upprätthålla följksamhet under längre perioder, särskilt när politiken bygger på frivillighet. När människor identifierar sig med målet, känner sig sedda och upplever att andra gör likadant, kan kollektivt ansvar och socialt tryck ersätta behovet av tvång. För att nå dit behöver man möta människor där de är – i deras liv, relationer och villkor. Denna typ av styrning kräver dock hög grad av tillit – både horisontell (mellan människor) och vertikal (till beslutsfattare). Om denna tillit saknas, eller om budskap uppfattas som moraliskt överlägsna, finns risk för utmattning, avståndstagande och normbrytande beteenden. Tabell 7 presenterar policystrategier anpassade till krisens olika faser.

Tabell 7. Policystrategier anpassade till krisens faser.

Krisens fas	Kognitivt läge	Policystrategi
Inledning	Reflekterande, analytisk (system 2)	Ge information, förklara, visualisera risker, bygg förtroende.
Mellanskede	Riskdesensitisering, ökande trötthet	Använd känslomässig framing, påminnelser, normförstärkning.
Långdraget läge	Vane- och känslostyrt (system 1)	Förenkla val, tillämpa <i>nudging</i> , återkoppla små vinster.

VERKTYGENS SAMSPEL OCH SYMBOLISKA EFFEKTER

Ett återkommande tema i alla dessa verktyg är att deras effekt inte avgörs i isolering utan i relation till varandra och till hur människor tolkar dem. Det finns därför spänningar som man behöver vara medveten om. *Nudgingens* lågmälda och strukturella karaktär kan kollidera med den emotionella tyngd som krävs för att förändra en referenspunkt. Ett försök att använda subtila puffar i ett läge där människor redan upplever

¹⁸. Dock ska framhållas att positiv framing kan vara mer effektivt i hälsofrämjande budskap i normaltider (Rothman och Salovey 1997; Van 't Riet m.fl. 2016), det vill säga om målet inte är att skapa känslomässigt påslag för öka handlingskraft.

stark oro eller förlust riskerar att framstå som otillräckligt eller som en form av passiv maktutövning. Omvänt kan en kraftfull framing-strategi kännas onödig eller skrämmande i ett läge där människor redan agerar i önskad riktning. Även moraliska budskap kan undergräva *nudging* om de tolkas som övervakande snarare än uppmuntrande.

Effekten av alla dessa verktyg påverkas dessutom av den symboliska innebörd som människor tillskriver dem. Policyer bär inte bara praktiska konsekvenser – de signalerar prioriteringar, maktförhållanden och värderingar. När olika styrmedel kombineras måste det därför ske med hänsyn till deras samlade symbolvärde. En policy kan vara tekniskt optimerad men symboliskt destruktiv, om den exempelvis tolkas som riktad mot fel grupp, som godtycklig eller som en skenåtgärd. Det är därför viktigt att alltid tänka på hur styrmedel kommuniceras och tolkas.

SAMLAD STRATEGI FÖR EN SITUATIONSANPASSAD KRISPOLICY

Sammantaget talar detta för en sekventiell och situationsanpassad policystrategi. I krisens inledningsskede bör kommunikationen fokusera på att förskjuta referenspunkter och mobilisera kollektivt ansvar genom tydlig riskkommunikation och legitimerade moraliska uppmaningar. När dessa budskap har etablerat en ny norm kan strukturella verktyg som *nudging* underlätta efterlevnad i vardagen. Genom hela processen måste policyutförare vara uppmärksamma på hur varje åtgärd uppfattas och hur olika signaler samverkar eller krockar. Det är först när verktygen harmonierar som de tillsammans kan skapa en robust, trovärdig och hållbar krispolicy.

Grundläggande steg i utformning av policy

Nationalekonomins modell för hur policy tas fram bygger på att påverka individens beslutsmiljö genom tydliga kostnads–nytto-strukturer. Det sker oftast i fem steg:

1. *Identifiera beteendet*

Exakt vilket beteende ska förändras – till exempel minska närkontakt, öka vaccination, begränsa elanvändning?

2. *Förstå incitamentsstrukturen*

Vad hindrar det önskade beteendet? Finns ekonomiska kostnader, psykologiska trösklar eller informationsbrister?

3. *Utforma styrmedel*
Skatter, subventioner, böter eller förbud används för att förändra individens kalkyl.
4. *Förutse bieffekter*
Kan styrmedlet kringgås? Skapas sociala orättvisor, oönskade normeffekter eller misstro?
5. *Utvärdera och justera*
Följ upp, mät beteendeförändringen och justera åtgärden om den inte har önskad effekt.

Denna modell utgör ett robust ramverk men antar ofta att individer tänker rationellt, har full information och agerar konsekvent. Under krisförhållanden är dessa antaganden sällan uppfyllda.

Verktyslåda för effektiv utformning av krispolicy

Människors agerande i kris påverkas av kognitiva genvägar, sociala normer, känslor och identitet. Det betyder att effektiv krispolicy måste

- › minimera trösklar
- › aktivera positiva känslor och normer
- › bygga förtroende.

Effektiv policy i en kris kombinerar ekonomisk rationalitet med psykologisk realism. Här är sju centrala verktyg från beteendekonomin:

1. *Gör det lätt att välja rätt*
Minska komplexiteten med förifyllda alternativ, förhandsbokade tider och tydliga instruktioner. Använd standardval – exempelvis automatisk anmälan till system eller vaccination som förvalt alternativ – så att det önskade beteendet blir det enklaste valet.
2. *Bygg vidare på etablerade informationsankare*
Bygg vidare på tidigare informationsankare för förtroende-
ingivande kommunikation genom hela krisen.
3. *Förskjut referenspunkten*
Introducera mindre inskränkningar stegvis för att normalisera det önskade beteendet före skarpa åtgärder.
4. *Formulera budskap med emotionell träffsäkerhet*
»Skydda din mamma« fungerar bättre än »40 % risk för IVA«.

5. *Utnyttja sociala normer*

Lyft fram att »9 av 10 i din ålder håller avstånd« – inte att följsamheten är låg.

6. *Ge omedelbar återkoppling*

Visa realtidsdata om trängsel, följsamhet eller effekt. Synlig feedback ökar motivationen.

7. *Belöna tidiga följare*

Offentliggör insatser från lokala ledare eller vårdpersonal. Symbolisk tacksamhet stärker reciprocitet.

Dessa metoder förstärker, snarare än ersätter, traditionella verktyg.

Beteendet styrs av olika mekanismer beroende på *var i krisen människor befinner sig*. Ett flexibelt angreppssätt ökar chansen till långsiktig följsamhet.

Checklista: Att tänka på vid utformning av krispolicy

Tabell 8. Sammanfattning av krispolicyrekommendationer.

Dimension	Rekommendation
Incitament	Kombinera ekonomiska styrmedel med psykologiskt stödjande signaler.
Kommunikation	Tydlig, konkret, emotionellt relevant – undvik moralism.
Normer	Lyft goda exempel, undvik att förstärka normbrott.
Tillit	Välj trovärdiga avsändare, följ själv råden, visa erkännande.
Timing	Anpassa policy efter krisens utveckling och människors mentala läge.
Målgruppsanpassning	Samarbeta med lokala aktörer, tala till identitet och erfarenhet.

Referenser

- Adams, J. (1995). *Risk*. Routledge.
- Akerlof, G. A. och Kranton, R. E. (2000). Economics and Identity. *The Quarterly Journal of Economics*, 115(3), 715–753.
- Akerlof, G. A. och Kranton, R. E. (2010). *Identity Economics: How Our Identities Shape Our Work, Wages, and Well-Being*. Princeton University Press.
- Andersson, F. N. G. och Jonung, L. (2024). The Covid-19 lesson from Sweden: Don't lock down. *Economic Affairs*, 44(1), 3–16.
- Aven, T. (2018). How the integration of System 1-System 2 thinking and recent risk perspectives can improve risk assessment and management. *Reliability Engineering & System Safety*, 180, 237–244.
- Avineri, E. och Ben-Elia, E. (2015). Prospect Theory and its Applications to the Modelling of Travel Choice (S. Rasouli och H. Timmermans, red.) WOS:000360526000013, s. 256.
- Bartolucci, A. och Magni, M. (2017). Survivors' Solidarity and Attachment in the Immediate Aftermath of the Typhoon Haiyan (Philippines). *Plos Currents*, 9.
- Bavel, J. J. V., Baicker, K., Boggio, P. S., Capraro, V., Cichocka, A., Cikara, M., Crockett, M. J., Crum, A. J., Douglas, K. M., Druckman, J. N., Drury, J., Dube, O., Ellemers, N., Finkel, E. J., Fowler, J. H., Gelfand, M., Han, S., Haslam, S. A., Jetten, J., ... Willer, R. (2020). Using social and behavioural science to support COVID-19 pandemic response. *Nature Human Behaviour*, 4(5), 460–471.

- Benartzi, S., Beshears, J., Milkman, K. L., Sunstein, C. R., Thaler, R. H., Shankar, M., Tucker-Ray, W., Congdon, W. J. och Galing, S. (2017). Should Governments Invest More in Nudging? *Psychological Science*, 28(8), 1041–1055.
- Bentzen, J. S. (2020). *DP14824 In Crisis, We Pray: Religiosity and the COVID-19 Pandemic*. CEPR Discussion Paper No. 14824. CEPR Press.
- Bicchieri, C. (2005). *The Grammar of Society: The Nature and Dynamics of Social Norms*. Cambridge University Press.
- van der Bles, A. M., van der Linden, S., Freeman, A. L. J. och Spiegelhalter, D. J. (2020). The effects of communicating uncertainty on public trust in facts and numbers. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(14), 7672–7683.
- Bonander, C., Stranges, D., Gustavsson, J., Almgren, M., Inghammar, M., Moghaddassi, M., Nilsson, A., Capdevila Pujol, J., Steves, C., Franks, P. W., Gomez, M. F., Fall, T., Björk, J. och COVID Symptom Study Sweden. (2022). A regression discontinuity analysis of the social distancing recommendations for older adults in Sweden during COVID-19. *European Journal of Public Health*, 32(5), 799–806.
- Bordalo, P., Gennaioli, N. och Shleifer, A. (2012). Salience Theory of Choice Under Risk. *The Quarterly Journal of Economics*, 127(3), 1243–1285.
- Bordalo, P., Gennaioli, N., och Shleifer, A. (2013). Salience and Consumer Choice. *Journal of Political Economy*, 121(5), 803–843.
- Boussaguet, L. och Faucher, F. (2020). Beyond a »gesture«: The treatment of the symbolic in public policy analysis. *French Politics*, 18(1), 189–205.
- Bowles, S. (2008). Policies Designed for Self-Interested Citizens May Undermine »The Moral Sentiments«: Evidence from Economic Experiments. *Science*, 320(5883), 1605–1609.
- Bowles, S. och Polanía-Reyes, S. (2012). Economic Incentives and Social Preferences: Substitutes or Complements? *Journal of Economic Literature*, 50(2), 368–425.
- Campos-Mercade, P., Meier, A. N., Schneider, F. H., Meier, S., Pope, D. och Wengström, E. (2021). Monetary incentives increase COVID-19 vaccinations. *Science*, 374(6569), 879–882.

- Cappelen, A. W., Falch, R., Sørensen, E. Ø. och Tungodden, B. (2021). Solidarity and fairness in times of crisis. *Journal of Economic Behavior & Organization* 186 (June), 1–11.
- Chuang, S.-C., Cheng Y.-H., Chang, C.-J. och Chiang Y.-T. (2013). The impact of self-confidence on the compromise effect. *International Journal of Psychology*, 48(4), 660–675.
- Cialdini, R. (2000). *Influence: Science and Practice*. Allyn & Bacon.
- Cialdini, R. B. och Goldstein, N. J. (2004). Social Influence: Compliance and Conformity. *Annual Review of Psychology*, 55(1), 591–621.
- Cialdini, R. B., Kallgren, C. A. och Reno, R. R. (1991). A Focus Theory of Normative Conduct: A Theoretical Refinement and Reevaluation of the Role of Norms in Human Behavior. *Advances in Experimental Social Psychology*, 24, 201–234.
- Ciranka, S. och van den Bos, W. (2021). Adolescent risk-taking in the context of exploration and social influence. *Developmental Review*, 61.
- Deci, E. L., Koestner, R. och Ryan, R. M. (1999). A meta-analytic review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation. *Psychological Bulletin*, 125(6), 627–668.
- Decicca, P. Kenkel, D., Mathios, A., Yoon-Jeong, S. och Lim, J.-Y. (2008). Youth smoking, cigarette prices, and anti-smoking sentiment. *Health Economics*, 17 (6).
- Drury, J., Cocking, C. och Reicher, S. (2009). Everyone for themselves? A comparative study of crowd solidarity among emergency survivors. *British Journal of Social Psychology*, 48(3).
- Falk, A. och Fischbacher, U. (2006). A theory of reciprocity. *Games and Economic Behavior*, 54(2), 293–315.
- Fehr, E. och Falk, A. (2002). Psychological foundations of incentives. *European Economic Review*, 46(4), 687–724.
- Fehr, E. och Gächter, S. (2000). Fairness and Retaliation: The Economics of Reciprocity. *The Journal of Economic Perspectives*, 14(3), 159–181.
- Fehr, E., och Schmidt, K. M. (1999) A Theory of Fairness, Competition, and Cooperation. *The Quarterly Journal of Economics*, 114(3), 817–868.

- Flaherty, E., Sturm, T. och Farries, E. (2022). The conspiracy of Covid-19 and 5G: Spatial analysis fallacies in the age of data democratization. *Social Science & Medicine*, 293, 114546.
- Folkhälsomyndigheten (2020). Beteende, oro och informationsbehov. Genomförda och pågående undersökningar under covid-19.
- Frey, B. S. (1997). *Not Just for the Money. An Economic Theory of Personal Motivation*. EE Elgar.
- Frey, B. S. och Jegen, R. (2001). Motivation Crowding Theory. *Journal of Economic Surveys*, 15(5), 589–611.
- Galasso, V., Pons, V., Profeta, P., Becher, M., Brouard, S. och Foucault, M. (2020). Gender differences in COVID-19 attitudes and behavior: Panel evidence from eight countries. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 117(44), 27285–27291.
- Gilovich, T., Vallone, R. och Tversky, A. (1985). The hot hand in basketball: On the misperception of random sequences. *Cognitive Psychology*, 17(3), 295–314.
- Gneezy, U. och Rustichini, A. (2000). *A Fine is a Price*. *The Journal of Legal Studies*, 29(1), 1–17.
- Gneezy, U., Meier, S. och Rey-Biel, P. (2011). When and Why Incentives (Don't) Work to Modify Behavior. *The Journal of Economic Perspectives*, 25(4), 191–209.
- Goldstein, D. A. N. och Wiedemann, J. (2022). Who Do You Trust? The Consequences of Partisanship and Trust for Public Responsiveness to COVID-19 Orders. *Perspectives on Politics*, 20(2), 412–438.
- Groves, P. M. och Thompson, R. F. (1970). Habituation: A dual-process theory. *Psychological Review*, 77(5), 419–450.
- Hameleers, M. och Boukes, M. (2021). The Effect of Gain-versus-Loss Framing of Economic and Health Prospects of Different COVID-19 Interventions: An Experiment Integrating Equivalence and Emphasis Framing. *International Journal of Public Opinion Research*, 33(4), 927–945.
- Hargreaves, T., Nye, M. och Burgess, J. (2013). Keeping energy visible? Exploring how householders interact with feedback from smart energy monitors in the longer term. *Energy Policy. Special Section: Transition Pathways to a Low Carbon Economy*, 52, 126–134.

- Harrison, G. och Ross, D. (2017). The empirical adequacy of cumulative prospect theory and its implications for normative assessment. *Journal of Economic Methodology*, 24(2), 150–165.
- Hart, P. (1993). Symbols, Rituals and Power: The Lost Dimensions of Crisis Management. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 1(1), 36–50.
- Haug, N., Geyrhofer, L., Londei, A., Dervic, E., Desvars-Larrive, A., Loreto, V., Pinior, B., Thurner, S. och Klimek, P. (2020). Ranking the effectiveness of worldwide COVID-19 government interventions. *Nature Human Behaviour*, 4(12), 1303–1312.
- Holland, D. (2008). Are Fishermen Rational? A Fishing Expedition. *Marine Resource Economics*, 23(3), 325–344.
- Hsieh, C-S. och van Kippersluis, H. (2018). Smoking initiation: Peers and personality. *Quantitative Economics*, 9(2), 825–863.
- Jordan, J. J., Sommers, R., Bloom, P. och Rand, D. G. (2017). Why Do We Hate Hypocrites? Evidence for a Theory of False Signaling. *Psychological Science*, 28(3), 356–368.
- Kahan, D. M., Ellen Peters, E. och Wittlin, M. m.fl. (2012). The polarizing impact of science literacy and numeracy on perceived climate change risks. *Nature Climate Change*, 2, 732–735.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kahneman, D. och Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291.
- Kallgren, C. A., Reno, R. R. och Cialdini, R. B. (2000). A Focus Theory of Normative Conduct: When Norms Do and Do not Affect Behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(8), 1002–1012.
- Loewenstein, G. F., Weber E. U., Hsee, C. K. och Welch, N. (2001). Risk as feelings. *Psychological Bulletin*, 127(2), 267–286.
- Loewenstein, G. och Small, D. A. (2007). The Scarecrow and the Tin Man: The Vicissitudes of Human Sympathy and Caring. *Review of General Psychology*, 11(2), 112–126.
- Lude, M. och Prügl, R. (2019). Risky Decisions and the Family Firm Bias: An Experimental Study Based on Prospect Theory. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(2), 386–408.
- Lunn, P. D., Belton, C. A., Lavin, C., McGowan, F., Timmons, S. och Robertson, D. A. (2020). Using Behavioral Science

- to help fight the Coronavirus. *Journal of Behavioral Public Administration*, 3(1).
- Milkman, K. L., Patel, M. S., Gandhi, L., Graci, H. N., Gromet, D. M., Ho, H., Kay, J. S., Lee, T. W., Akinola, M., Beshears, J., Bogard, J. E., Buttenheim, A., Chabris, C. F., Chapman, G. B., Choi, J. J., Dai, H., Fox, C. R., Goren, A., Hilchey, M. D., ... Duckworth, A. L. (2021). A megastudy of text-based nudges encouraging patients to get vaccinated at an upcoming doctor's appointment. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(20), e2101165118.
- Mourali, M., Böckenholt, U. och Laroche, M. (2007). Compromise and Attraction Effects under Prevention and Promotion Motivations. *Journal of Consumer Research*, 34(2), 234–347.
- Mueller, J. E. (1970). Presidential Popularity from Truman to Johnson. *The American Political Science Review*, 64(1), 18–34.
- Nagel, C., Lindstrom Nilsson, P., Westergren, A., Schon Persson, S. och Nilsson, K. (2025). Nurses' health and work experiences during the COVID-19 pandemic in Swedish prehospital and hospital care: a deductive content analysis through the lens of the swAge model. *BMC Public Health*, 25(1), 304.
- OECD (2021). Tax Policy Reforms 2021 Special Edition on Tax Policy during the COVID-19 Pandemic.
- Oksanen, A., Kaakinen, M., Latikka, R. Savolainen, I. Savela, N. och Aki Koivula, A. (2020). Regulation and Trust: 3-Month Follow-up Study on COVID-19 Mortality in 25 European Countries, *JMIR Public Health Surveillance*, 6(2), e19218.
- Parnell, J. och Crandall, W. (2020). The contribution of behavioral economics to crisis management decision-making. *Journal of Management & Organization*, 26(4), 585–600.
- Pennycook, G., McPhetres, J. Zhang, Y. Jingjing, L. och Rand, D. G. (2020). Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy nudge intervention. *Psychological Science*, 31(7), 770–780.
- Prooijen, J-W. van, och Douglas, K. M. (2017). Conspiracy theories as part of history: The role of societal crisis situations. *Memory Studies*, 10(3).
- Putnam, R. D., Leonardi, R. och Nonetti, R. Y. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press.

- Roozenbeek, J., Schneider, C. R., Dryhurst, S., Kerr, J., Freeman, A. L. J., Recchia, G., van der Bles, A. M. och van der Linden, S. (2020). Susceptibility to misinformation about COVID-19 around the world. *Royal Society open science*, 7(10), 201199.
- Rothman, A. och Salovey, P. (1997). Shaping perceptions to motivate healthy behavior: The role of message framing. *Psychological Bulletin*, 121(1), 3–19.
- Ruggeri, K., Alí, S., Berge, M. L., Bertoldo, G., Bjørndal, L. D., Cortijos-Bernabeu, A., Davison, C., Demić, E., Esteban-Serna, C., Friedemann, M., Gibson, S. P., Jarke, H., Karakasheva, R., Khorrami, P. R., Kveder, J., Andersen, T. L., Lofthus, I. S., McGill, L., Nieto, A. E., ... Folke, T. (2020). Replicating patterns of prospect theory for decision under risk. *Nature Human Behaviour*, 4(6), 622–633.
- Schneider, A. och Ingram, H. (1993). Social Construction of Target Populations: Implications for Politics and Policy. *The American Political Science Review*, 87(2), 334–347.
- Schneider, C. R., Dryhurst, S., Kerr, J., Freeman, A. L. J., Recchia, G., Spiegelhalter, D. och van der Linden, S. (2021). COVID-19 risk perception: A longitudinal analysis of its predictors and associations with health protective behaviours in the United Kingdom. *Journal of Risk Research*, 24(3–4), 294–313.
- Schultz, P. W., Nolan, J. M., Cialdini, R. B., Goldstein, N. J. och Griskevicius, V. (2007). The Constructive, Destructive, and Reconstructive Power of Social Norms. *Psychological Science*, 18(5), 429–434.
- Schwartz, A., Goldberg, J. och Hazen, G. (2008). Prospect theory, reference points, and health decisions. *Judgment and Decision Making*, 3(2), 174–180.
- Shuttleworth, I., Toger, M., Türk, U. och Östh, J. (2024). Did Liberal Lockdown Policies Change Spatial Behaviour in Sweden? Mapping Daily Mobilities in Stockholm Using Mobile Phone Data During COVID-19. *Applied Spatial Analysis and Policy*, 17, 345–369.
- Slovic, P. (1987). Perception of Risk. *Science* 236 (4799).
- Slovic, P., Finucane, M. L., Peters, E. och MacGregor, D. G. (2004). Risk as Analysis and Risk as Feelings: Some Thoughts about Affect, Reason, Risk, and Rationality. *Risk Analysis*, 24(2), 311–322.

- Stanovich, K. E. och West, R. F. (2000). Individual differences in reasoning: Implications for the rationality debate? *Behavioral and Brain Sciences*, 23(5), 645–665. Cambridge Core.
- Sunstein, C. R. (2003). Terrorism and Probability Neglect. *Journal of Risk and Uncertainty*, 26(2/3), 121–136.
- Sunstein, C. R. (2014). *Why Nudge?* Yale University Press.
- Sunstein, C. R. (2021). *Liars: Falsehoods and Free Speech in an Age of Deception*. Oxford University Press.
- Sunstein, C. R. och Reisch, L. A. (2019). *Trusting Nudges Toward A Bill of Rights for Nudging*. Routledge.
- Thaler, R. H. och Sunstein, C. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
- Tosi, J. och Warmke, B. (2020). *Grandstanding: The Use and Abuse of Moral Talk*. Oxford University Press.
- Trägårdh, L. (2021). Levande rapport 1: Tillitsbarometern. Version 6. Ersta Sköndal Bräcke högskola.
- Tversky, A. och Kahneman, D. (1974). Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases: Biases in judgments reveal some heuristics of thinking under uncertainty. *Science*, 185(4157), 1124–1131.
- Tversky, A. och Kahneman, D. (1981). The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. *Science*, 211(4481), 453–458.
- Tversky, A., och Kahneman, D. (1991). Loss Aversion in Riskless Choice: A Reference-Dependent Model. *The Quarterly Journal of Economics*, 106(4), 1039–1061.
- Tversky, A. och Kahneman, D. (1992). Advances in Prospect Theory: Cumulative Representation of Uncertainty. *Journal of Risk and Uncertainty*, 5(4), 297–323.
- Tyler, T. R. (2006). *Why People Obey the Law*. Princeton University Press.
- Urs, Fischbacher, U., Gächter, S. och Fehr, E. (2001). Are people conditionally cooperative? Evidence from a public goods experiment. *Economics Letters*, 71(3), 397–404.
- Van 't Riet, J., Cox, A. D., Cox, D., Zimet, G. D., De Bruijn, G. -J., Van den Putte, B., De Vries, H., Werrij, M. Q. och Ruiter, R. A. C. (2016). Does perceived risk influence the effects of message framing? Revisiting the link between prospect theory and message framing. *Health Psychology Review*, 10(4), 447–459.

- Van Der Meer, T., Steenvoorden, E. och Ouattara E. (2023). Fear and the COVID-19 rally round the flag: a panel study on political trust. *West European Politics*, 1089–1105.
- Vis, B. (2011). Prospect Theory and Political Decision Making. *Political Studies Review*, 3, 334–343.
- WHO (2020). Pandemic fatigue – reinvigorating the public to prevent COVID-19: policy framework for supporting pandemic prevention and management. WHO/EURO:2020-1160-40906-55390.
- WHO (2020). Risk Communication and Community Engagement (RCCE) Action Plan Guidance COVID-19 Preparedness and Response.
- Wildman, W. J., Bulbulia, J., Richard Sosis, J. och Schjoedt, U. (2020). Religion and the COVID-19 Pandemic. *Religion, Brain & Behavior*, 10 (2), 115–117.
- Zhang, F., Zuo, Q., Cheng, J. och Zhuyue, L. (2021). Professional Identity During the COVID-19 Pandemic: A Cross-Sectional Survey of Nurses in China. *American Journal of Critical Care*, 30(3), 203–211.

