



Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Медичний інститут

Методичні вказівки
для підготовки до практичних занять з теми 36
«Поведінкові підходи до здоров'я»

із дисципліни **«Пропедевтика громадського здоров'я» (модуль 2)**
для студентів 1 курсу
спеціальності 229 «Громадське здоров'я»
денної форми навчання

Суми
Сумський державний університет
2020

Методичні вказівки до практичних занять з теми 36 : «Поведінкові підходи до здоров'я» для самостійної підготовки до практичних занять із дисципліни «Пропедевтика громадського здоров'я»

/ укладачі: зав. каф., д. м. н., проф. В. А. Сміянов., ст. викл. О.І Сміянова. – Суми: Сумський державний університет, 2020. -.

Кафедра громадського здоров'я

Тема 36. ПОВЕДІНКОВІ ПІДХОДИ ДО ЗДОРОВ'Я.

Проблема визначення ролі людини в економіці завжди залишалася актуальною. Тривалий час панувало уявлення, закладене ще Адамом Смітом, про «homo economicus» (людину економічну) – раціонального егоїста, який точно знає свої інтереси та потреби, завжди ухвалює економічно правильні рішення відповідно до них. Таку людини назвемо «економом».

Проте, з часом, почали виникати певні невідповідності на практиці і виявилось, що поведінка людини зовсім не завжди є раціональною, а часто і зовсім навпаки. Таких людей назвемо «гуманами».

Це й стало новим предметом дослідження багатьох економістів у 50-60 р. р. двадцятого сторіччя. Новий напрям був названий «поведінковою економікою» (behavioral economics).

Поведінкова економіка – це наука, яка вивчає реальну поведінку економічних суб'єктів і відповідні психологічні чинники, які впливають на економічну поведінку.

Поведінкова економіка (ПЕ) – це напрямок економічної теорії, який займається дослідженням впливу психологічних факторів на рішення людей у різноманітних життєвих ситуаціях. При цьому велика увага приділяється ситуаціям, де люди поведуться інакше, ніж це прогнозує класична економічна теорія із її припущенням раціональності та егоїстичності.

Основоположником теорії ПЕ вважаються американські економіст Герберт Саймон та соціолог Деніел Канеман, який отримав у 2002 р. Нобелівську премію з економіки. В 2017 р. за внесок у розвиток теорії ПЕ Нобелівська премія була присуджена Річарду Талеру.



Рис. 1. Герберт Саймон та Деніел Канеман.



Рис. 2. Річард Талер.

Окрему увагу Річард Талер приділяє мотивам, що спонукають людину до вибору, які він назвав «nudges» (поштовх). Для нас цікаве те, що важливим внеском Талера є не тільки розробка поведінкової економічної теорії, а й можливість її застосування у різноманітних сферах життєдіяльності людини і суспільства. Наприклад, політика, здійснення реформ, страхування, громадське здоров'я і медицина (здоровий спосіб життя, профілактика захворювань, виконання призначень лікаря, покращання якості медичної допомоги, тощо).

Людей чи інституції, які відповідальні за організацію контексту, в якому люди приймають рішення, називають «архітекторами вибору». Це може бути лікар, що розповідає пацієнту про альтернативні методи лікування, або інформаційні інституції, що впливають на поведінку людей. «Архітекторами вибору» повинні бути і ми з вами.

Своїх прихильників Р. Талер об'єднує під прапором лібертаріанського патерналізму (ЛП). Лібертаріанська складова цієї стратегії чітко вказує, що загалом люди мають бути вільні робити те, що їм до вподоби й мати свободу вибору. Патерналістська складова визначає законним впливати на поведінку людей таким чином, щоб спрямовувати їх вибір у напрямках, здатних покращувати їх життя.

ЛП є відносно слабким, м'яким і ненав'язливим типом патерналізму, бо вибір не блокується й надто не обтяжується. Якщо люди бажають курити цигарки, об'їдатися цукерками, не турбуватися про своє здоров'я, ЛП не примушуватиме їх чинити напаки, а радше обережно намагатиметься спрямувати людей у напрямках, які здатні покращити їм життя, підштовхуючи їх.

Поштовх або надж – це будь-який аспект, що змінює поведінку людей у передбачуваний спосіб, не забороняючи жодних варіантів. Наджі – не накази.

Поставити фрукти на рівень очей в їдальні – це поштовх, а забороняти нездорову їжу – не поштовх.

«Гумани» на відміну від «економів» передбачувано помиляються.

«Економи» – свобода вибору – правильне рішення

«Гумани» – свобода вибору – помилка
– «надж» – правильне рішення

Дрібні та явно незначні деталі можуть бути поштовхом і справляти величезний вплив на поведінку людей. Цікавим прикладом цього принципу є чоловічі вбиральні в аеропорту Амстердама. Адміністрація аеропорту запропонувала намалювати в кожному пісуарі муху. Виявилося, що це скоротило витрати на прибирання чоловічих вбиралень на 80 %.

Як було зазначено, класична економічна теорія розглядає людину як раціональну, що обирає тільки найкращий варіант для себе. Але люди насправді зовсім не такі. Вони не *гомо економікус*, а *гомо сапієнси* (гумани).

Нажаль, звичайні люди часто поведуться не раціонально й правильно навіть для свого здоров'я. Вони курять, вживають алкоголь, нераціонально харчуються, мають надмірну вагу, ведуть нездоровий спосіб життя, не виконують призначень лікаря, хоча більшість з них добре знає, що це збільшує ризики серцево-судинних захворювань, цукрового діабету, новоутворень і може призвести до передчасної смерті.

Соціологічні дослідження доводять, що більшість гуманів хотіли б позбутися шкідливих звичок і вести здоровий спосіб життя. Їм потрібні адекватні наджі.

Психологи й нейробіологи відмічають відмінності між двома типами мислення: один інтуїтивний та автоматичний, а другий – рефлексивний і раціональний. Автоматична система – це інтуїтивна реакція, а рефлексивна система – це усвідомлена думка. Автоматична система швидка, не контрольована, не усвідомлена, отримує інформацію від інстинктів, не пов'язана з осмисленням. Коли людина ухиляється від м'яча, вона користується автоматичною системою. Рефлексивна система повільніша, контрольована, усвідомлена, не встигає за автоматичною. Якщо люди зможуть покладатися на свою автоматичну систему не помиляючись при цьому, їхнє життя буде набагато кращим і довшим.

Герберт Саймон запропонував термін «обмежена раціональність» – коли люди часто приймають рішення швидко на основі автоматичної системи, щоб задовольнити свої потреби і що не обов'язково може бути оптимальним варіантом.

Поведінкові економісти заохочують «архітекторів вибору» брати участь у створенні наджив для формування швидких рішень (автоматична система). Широко відомий експеримент Санштейна і Талера щодо розміщення здорової їжі у шкільних їдальнях на рівні очей і у першому ряду, щоб діти робили правильний вибір автоматично.

Розглянемо деякі типові приклади поведінки людей.

Здобутки і втрати. Люди не люблять втрачати. Вони більше страждають від втрати чогось, ніж радітимуть придбавши це. Багатьма експериментами доведено, що це співвідношення складає різницю в 2, 25 – 2, 5 рази. Цей висновок отримав назву «неприйняття втрат» (НВ).

НВ спонукає до інерції, тобто сильного бажання зберігати стан речей, який є на сьогодні. НВ грає роль своєрідного когнітивного підштовхування, котре примушує нас нічого не змінювати, навіть якщо зміни нам на користь.

З багатьох причин люди демонструють загальну тенденцію дотримуватися стану речей, який існує на сьогодні. Це явище, яке Вільям Самуельсон і Річард Зекхаузер (1988 р.) назвали «помилка статус-кво» трапляється досить часто.

Наприклад, купивши новий мобільний телефон, ви мусите налагоджувати цілу низку опцій. Для кожної з цих опцій виробник установив по одному варіанту за промовчанням. Дослідження показують, хоч якими б не були варіанти за промовчанням, більшість людей їх не змінює. Із цих досліджень можна зробити два важливих висновки. Перший – ніколи не варто недооцінювати силу інерції. Другий – цю силу можна використовувати.

Ще один приклад використання опції за промовчанням. У Нідерландах лише 27,5% населення погодилися бути донорами органів. В сусідній Бельгії органи дозволено брати у всіх людей, за винятком тих, хто відмовився від донорства (презумпція згоди). В результаті 98% бельгійців є донорами.

Ефект від вдало обраної опції за промовчанням – це лише один приклад м'якої дії поштовху.

Невиправданий оптимізм і надмірна впевненість. Гумани зазвичай думають, що на відміну від інших у них буде набагато менша ймовірність того, що вони втратять роботу, що в них станеться серцевий напад або вони захворіють на рак. Наркомани і геї недооцінюють небезпеку захворіти на СНІД. Курці знають про статистичні ризики, але здебільшого вважають, що рак легень, серцево-судинні хвороби частіше діагностують у тих, хто не курить. Шалена популярність лотерей пояснюється невиправданим оптимізмом.

Невиправданий оптимізм – це поширена особливість людського життя. Якщо люди піддають себе ризикам через невиправданий оптимізм, їм можна допомогти підштовхуваннями. Для цього можна просто нагадувати їм про реальні ризики й трагічні результати і їхній оптимізм трохи пригасне.

Фрейми. Фреймінг – це залежність прийняття рішення від подачі інформації. Вибір людини часто залежить від того, як саме сформульована проблема. Наприклад, якщо лікар каже, що зі ста прооперованих онкохворих, десять помирає впродовж п'яти років, хворий, скоріш за все відмовиться від операції. А якщо лікар скаже, що при тих же умовах зі ста хворих дев'яносто будуть жити до п'яти років – рішення щодо операції може бути іншим.

Це означає, що фрейми – це потужні наджі і з ними потрібно бути дуже обережними, особливо в медичній практиці. Приклади фреймінга: негативна інформація несе негативні асоціації, а позитивна – позитивні (ефект нашого телебачення – постійний негатив, стреси, депресія, роздратування). Приклад: відмова від вакцинації.

Механізм соціальних впливів. Саме соціальний вплив є одним з найефективніших способів підштовхування (до доброго чи до злого). Наприклад, в нашому місті все більше власників собак виводять їх на прогулянку, прихопивши целофанові пакетики. Так вони чинять завдяки прикладу інших, незважаючи на те, що штрафи за неохайний вигул відсутні.

Існує два види соціальних впливів: інформація й груповий тиск. Більшість людей турбує, що інші подумують про них, тому вони здатні піти за натовпом щоб здобути їхню прихильність або уникнути їх осуду. Наприклад: на академічну успішність студентів чималий вплив має їх оточення (одногрупники або сусіди по кімнаті); ожиріння, куріння, вживання алкоголю – заразні. Якщо ваші найкращі друзі зловживають цим, то й у вас більше шансів почати цим зловживати. Візуальний зворотній зв'язок підсилює дію соціальних впливів. Люди схильні робити те, що роблять інші, особливо коли знають, що інформація про це буде публічною.

Механізм соціального впливу дуже часто використовується в економіці, фінансах, політиці. На нашу думку, перспективним є використання його в медицині, профілактиці, формуванні здорового способу життя.

Маркетологи, знаючи про силу соціальних впливів, часто наголошують, що більшість людей обирає їхній продукт і переходить з іншого бренду, котрий став вчорашнім днем на їхній. Вони підштовхують людей, розповідаючи про сучасні уподобання більшості. Якщо така інформація подається ще й у цифровому супроводі, дія такого наджу посилюється.

Зважаючи на можливість зміни поведінки шляхом наголошення на статистичній реальності у коледжі штату Монтана був проведений експеримент по боротьбі з курінням. Рекламні засоби стверджували, що: «більшість студентів (70 %) не курять». Було доведено, що така стратегія значно підвищила ефективність соціального сприйняття і досягла статистично значущого зниження куріння.

Зворотній зв'язок. Найкращий спосіб допомогти людям підвищити їхню ефективність – це забезпечити їх зворотнім зв'язком. Вдало організована система зворотнього зв'язку спонукає людину стати її активним учасником, що в свою чергу підвищує ефективність процесу. Особливо актуальним і перспективним цей підхід може бути в громадському здоров'ї і медицині (підтримання здорового способу життя, профілактика захворювань, виконання призначень лікаря, тощо).

Праймінг. Часто можливо скорегувати певну поведінку людей за допомогою непомітного потрапляння певної інформації в мозок. Часом найменший натяк на якусь ідею може викликати певну асоціацію, яка в свою чергу може стимулювати дію. Такі прайми (подразники) трапляються в соціальних ситуаціях і можуть бути потужними надждами. Наприклад, коли соціологи запитують в учасників опитування, що вони збираються робити, то вони більш схильні діяти відповідно до своїх відповідей.

Цей ефект (ефект простого вимірювання) можна посилити, запитавши ще коли і як вони планують це зробити. Коли студентам Єльського університету після лекції про ризики правця запропонували прийти на щеплення, лише 3 % зробили його. Іншій групі студентів запропонували вибрати зручний для них день і час проведення щеплення, зробили його 28% студентів, тобто в дев'ять разів більше.

Забудькуватість. Ніхто не любить забувати щось важливе. Однак, лише за один день людський мозок має обробити стільки інформації, що певна її частина не зберігається. В нашому житті керування даною функцією мозку може значно полегшити роботу медиків. Адаже за статистикою, основною проблемою невчасного (нерегулярного) прийому ліків є саме забудькуватість. Фізіологічно мозок нормально сприймає та обробляє нагадування за допомогою автоматичної системи без додаткових зусиль.

На кафедрі громадського здоров'я Сумського державного університету було проведене дослідження щодо ефективності впровадження системи нагадування хворим на артеріальну гіпертензію (АГ), які знаходились а диспансерному обліку у сімейних лікарів м. Суми. Аналіз результатів дослідження показав її високу ефективність та перспективність.

В дослідженні взяло участь 2019 пацієнтів (чоловіків – 29,2%, жінок – 70,8%). На першому етапі було проведене опитування пацієнтів на АГ.

Результати моніторингу хворих на артеріальну гіпертензію показали, що:

- 97,2% пацієнтів обізнані, з їх слів, про профілактику, перебіг хвороби та наслідки АГ;
- мають власний манометр для вимірювання тиску – 98,4% опитаних;
- нерегулярно контролюють тиск – 37,1%;
- взагалі не вимірювали тиск в поточному році – 8,3% хворих;
- нерегулярно приймають ліки – 52,3% опитаних, 20% – не приймають ліки взагалі;
- не відвідували лікаря з профілактичною метою 32% опитаних;
- основною причиною нерегулярного приймання ліків і контролю тиску хворі називають те, що вони забувають це зробити – 48,3%;
- майже всі опитані відзначили, що їм виписували безкоштовні рецепти на антигіпертензивні препарати, але 37,4% з них не використали їх за призначенням. Причина – «забуваю» – 66,7%.

За результатами проведеного аудиту, розроблено і впроваджено пропозицію інформаційно-технологічного нагадування хворим за допомогою SMS-повідомлень про необхідність контролю артеріального тиску та приймання ліків.

Через рік проведений повторний аудит показав ефективність впровадженої пропозиції:

- кількість пацієнтів, що мають цільовий тиск збільшилась з 14% до 39%;
- кількість гіпертонічних кризів зменшилась на 17,8%;
- кількість пацієнтів, що стали регулярно контролювати тиск та приймати ліки зросла на 31%.

Перспективна оцінка ризику. Це упереджена оцінка ризиків, коли люди можуть легко уявити їх від аварії на атомній станції, цунамі, землетрусу, катастрофи літака тощо. Вони помилково думають, що ці ризики для них – високі. А ризикам інсульту, інфаркту, нападу бронхіальної астми люди дають низькі оцінки, навіть якщо вони трапляються значно частіше (різниця сягає двадцятикратної величини). У всіх цих прикладах автоматична система гостро реагує на ризик, не вдаючись до жодних таблиць з нудною статистикою. Гарний спосіб повернути людей до реальності – це постійне нагадування їм про реальний стан речей.

Контрольні питання

1. Що вивчає поведінкова економіка?
2. Що означає лібертаріанський патерналізм за Р.Тайлером?
3. Як Ви розумієте «поштовх або надж»?
4. За якими ознаками нейробіологи визначають інтуїтивний тип мислення людини?

5. За якими ознаками визначається рефлексивний тип мислення людини?
6. Що є «здобутками і втратами» в поведінці людей?
7. Наведіть приклади «невиправданого оптимізму і надмірної впевненості» в поведінці людей.
8. В чому полягає «фреймінг»?
9. Як в людській поведінці проявляється «механізм соціальних впливів»?
10. Охарактеризуйте механізм «зворотнього зв'язку» в поведінці людини.
11. Як на поведінку людини впливає «праймінг»?
12. Чому забудькуватість людини приводить до негативних змін в її здоров'ї?

Література

1. Лозинський О.М. Економічна психологія та психологія підприємництва. Навчальний посібник / О. М. Лозинський. – Львів: «Тріада плюс», 2015. –246 с.
2. Канеман Д. Думай медлено... решай быстро / Д.Канеман. – М. : АСТ 2014. – 653 с.
3. Талер Р. Поведінкова економіка. Як емоції впливають на економічні рішення»/ Р. Талер . – Наш Формат, 2018. – 464 с.
4. Талер Р. Поштовх. Як допомогти людям зробити правильний вибір / Талер Р. Санстейн К. 210 – Наш Формат,2019. – 312 с.
5. Douglas Bernheim, B. and Antonio Rangel. «Behavioural public economics». The New Palgrave Dictionary of Economics. Second Edition. Eds. Steven N. Durlauf and Lawrence E. Blume. Palgrave Macmillan, 2016.
6. Samson, A The Behavioral Economics Guide, 2014 (with a foreword by George Loewenstein and Rory Sutherland. – <http://www.behavioraleconomics.com>.