



IDEA anti COVID-19 # 9

Jak komunikovat s veřejností? Poznatky behaviorální ekonomie v boji proti COVID-19¹

BŘEZEN 2020

Vojtěch Bartoš²

Stručné shrnutí

- Komunikace s veřejností je v době epidemie klíčová, behaviorální ekonomie nabízí poznatky, které by mohly v dané situaci pomoci.
- Důvěra veřejnosti ve vládu a její informace je zásadní. Důvěru může posílit transparentnost a přiznání případných chyb. Ztráta důvěry vede k nepředvídatelnému chování populace.
- Nejistota a nejasné či nedůvěryhodné informace zvyšují tlak na veřejnost. Další stres společnost zatěžuje.
- Pravidelné denní briefingy vlády a krizového štábu mohou být dobrým zdrojem informací a zároveň mohou korigovat očekávání ve společnosti. Čekání na obsah mimořádně svolané tiskové konference vede k nepředvídatelnému chování populace.
- Informace je potřeba sdělovat jednoduchým jazykem. Lidé potřebují novým nařízením rychle porozumět. Na právní formulace nemají čas a mentální kapacitu.

¹ Tato studie reprezentuje pouze názor autora, a nikoli oficiální stanovisko Národohospodářského ústavu AV ČR, v. v. i. či Centra pro ekonomický výzkum a doktorské studium UK v Praze (CERGE). Přípomínkami a rychlou reakcí k pracovní verzi textu přispěli Michal Bauer, Jana Cahlíková, Julie Chytilová, Lubomír Cingl, Libor Dušek, Stefano Fiorin, Ulrich Glogowsky, Johannes Haushofer, Václav Korbel, Yves LeYaoaonq, Johannes Rincke, Silvia Saccardo, Simeon Schudy, Michal Šoltés, Severine Toussaert, kterým patří velký dík. Veškeré případné nepřesnosti a chyby však jdou na vrub autora. Studie byla vydána i díky podpoře Akademie věd ČR v rámci programu Strategie AV21.

² Autor je odborný asistent na Ludwig-Maximilians Universität v Mnichově a v současnosti hostující vědecký pracovník na Princetonské univerzitě v USA.

- Informací je příliš. Vláda by měla usilovat o to, aby byla pro veřejnost hlavním zdrojem zpráv. Na druhém místě pak stojí v lokálních záležitostech a detailech místní samospráva. To může oslabit vliv a šíření falešných a poplašných zpráv (tzv. fake news).
- Lidé mají problém s porozuměním statistikám. To může vést i k tomu, že veřejnost situaci podcení. Experti by měli statistiky jednoduchým způsobem vysvětlovat.
- Lidem záleží na ostatních, chovají se podle společenských norem, tyto normy vynucují a cení si svého dobrého obrazu ve společnosti. Proto je užitečné v tomto duchu vysvětlovat i krizová opatření. K sankcím a zákazům je dobré přidat vysvětlení i proto, aby na ně veřejnost nereagovala negativně. Když vláda své kroky nevysvětluje, veřejnost to považuje za výraz nedůvěry, že je ochotna s vládou spolupracovat. K budování sociálních norem mohou výrazně přispět veřejné osobnosti.
- Lidé si často neuvědomují, že jejich chování ovlivňuje zdraví ostatních. Díky názorným příkladům to mohou lépe pochopit a budou více spolupracovat.
- Strach je dobrý sluha, ale špatný pán. Zacházejte s ním opatrně.

Vláda, ministerstvo zdravotnictví, lokální samosprávy, hygienické stanice, stejně jako média, jsou klíčovými poskytovateli informací v době nouze. Musí jednat koordinovaně, což je jasně uvedeno v Pandemickém plánu České republiky. Koordinace a jasné vedení jsou zásadní také při komunikaci s veřejností. Výzkum z behaviorální ekonomie a behaviorálních věd nabízí několik cenných zjištění pro komunikační strategie. Cílem tohoto shrnutí je sdílet tyto poznatky s vládou a místními samosprávami. Vláda a lokální samosprávy již mnoho z těchto opatření aplikují. Tento text přináší důvody, proč jsou taková opatření účinná, a návrhy, co lze dále zlepšit.

- **Transparentnost zvyšuje důvěru** ve společnosti. Udržování a budování důvěry je prvním bodem v komunikačních pokynech Světové zdravotnické organizace při vypuknutí nákazy.³ Budovat důvěru je těžké, ale nikoliv nemožné (Christensen et al., 2020). Lze ji však velmi snadno a rychle ztratit a obnovování ztracené důvěry je pak nákladné a zdlouhavé. Pokud lidé mají důvěryhodné informace, nepanikaří. Panika může mít za následek například to, že lidé hromadí potraviny. To vede k jejich nedostatku v obchodech a k další vlně paniky, což dále podryvá důvěru.
- Nedávejte **prostor nejistotě**. Nejistota vyvolává stres, což lidem dále zvyšuje zátěž v této nové situaci (Haushofer a Fehr, 2014). Stres zhoršuje kognitivní funkce a ztěžuje rozhodování (Mani et al., 2013), což může vést k přehnaným reakcím (hromadění zásob) i podcenění situace (odmítání nosit roušky).
- **Snažte se pracovat s očekáváními společnosti**. Řešením mohou být každodenní tiskové briefingy krizového štábu či vlády. U lokálních samospráv to mohou být pravidelná (např. týdenní) oznámení na webových stránkách. Poskytujte aktualizace každý den ve stejný čas, bez ohledu na to, zda se něco změnilo nebo ne. Lidé pak nemají přehnané reakce na to, co by mohlo být oznámeno během mimořádně vyhlášeného briefingu. Briefing by také měl objasnit všechny chyby, ke kterým došlo v předchozích prohlášeních a opatřeních. Tím ubývá nejasností. Uznání vlastních chyb navíc může pomoci udržet důvěru veřejnosti (OECD, 2017). Pokud potřebujete provést náhlou změnu (například vyhlásit nová opatření), oznamte ji překvapivě. Očekávané prohlášení vyvolává

³ https://www.who.int/csr/resources/publications/WHO_CDS_2005_28en.pdf

nepředvídatelné reakce. (Příkladem by mohlo být oznámení tiskové konference francouzského prezidenta, který měl podle očekávání oznámit celonárodní zákaz vycházení. To vedlo k útěku řady lidí z velkých měst na venkov a pravděpodobnému šíření koronaviru do nových lokalit.)

- **Zjednodušte informace.** Lidé dnes dostávají příliš mnoho zpráv, jsou ve stresu a pod časovým tlakem. To vše ztěžuje zpracovávání informací (Benjamin, Brown a Shapiro, 2013). Nabídněte stručná shrnutí v jednoduchém a přístupném jazyce, která vysvětlují, co se má dělat a proč. Všechny detaily mohou následovat. Navrhujte např. mnemotechnické pomůcky pro situace, kdy vyžadujete změnu chování. Mnoho zemí vytvořilo webové stránky pro lidi, kteří neovládají plynně úřední jazyk či pro osoby s mentálním či jiným postižením. Informace podané tímto způsobem se budou snáze šířit a dostanou se k více lidem. Inspirace: [plainlanguage.gov](https://www.plainlanguage.gov).
- **Vláda má v době nouze fungovat jako primární zdroj informací.** Využijte všechny mediální kanály, ale využijte také textových zpráv (SMS) a letáků k oslovení těch, kdo sami aktivně nevyhledávají informace. Měla by být zřízena jedna ústřední webová stránka, jako například vlada.cz/koronavirus, která bude poskytovat veškeré informace nebo odkazovat na příslušné zdroje. Podobně by měly postupovat místní samosprávy. Pomáhá to ve všech výše uvedených bodech: snižuje se tím nejistota, omezuje se množství informací, které musejí lidé zpracovávat, a zvyšuje se tím jejich dopad – lidé budou důvěryhodným zprávám více naslouchat. Tento postup navíc snižuje účinnost falešných a poplašných zpráv (tzv. fake news). Inspirace: gov.uk/coronavirus
- **Vysvětlujte, co znamenají statistiky.** Je zásadní předkládat aktuální statistiky jednoduchým způsobem. Nevzniká tak prostor pro spekulace. Dobrým příkladem jsou statistiky na webu Ministerstva zdravotnictví (mzcr.cz). Když lidé důvěřují údajům od vlády, pomůže to také v následné hospodářské obnově po zažehnutí krize. Aktuální studie od Fetzer et al. (2020) však ukazuje, že lidé často nevědí, jak statistiky číst. Představa exponenciálního růstu (koronavirus se v mnoha zemích šíří exponenciálně) je pro leckoho obtížně představitelná, lidé tak často aproximují

funkcí lineární, což hrubě podceňuje očekávaný nárůst případů nákazy. Lidé tak mohou být příliš optimističtí a nebrat preventivní opatření a nařízení vlády dostatečně vážně. Proto je vhodnější prezentovat změny (přírůstky) a opatrně vysvětlovat aktuální predikce epidemiologů.⁴

- **Lidem typicky záleží na ostatních, vidí sami sebe jako morální osoby a oplácejí dobré skutky druhých** (Fehr a Schmidt, 2006). **Vysvětlujte nová opatření srozumitelně v tomto duchu a lidé uposlechnou.** Vysvětlujte všechna nutná opatření na základě této skutečnosti: „Omezení mají chránit nejen vás, ale také ty nejzranitelnější – vaše prarodiče, starší lidi obecně, lidi s chronickými nemocemi, a bránit přetížení systému zdravotní péče.“⁵ Když dodáte, že „dodržováním pravidel můžete těmto skupinám pomoci,“ bude to silná morální výzva. Oceňujte, jak lidé s vládou spolupracují – zdůrazněte, že si vážíte všech vznikajících občanských iniciativ. Vyzývejte k další spolupráci mezi lidmi, motivujte ty, kteří se váhají zapojit. I jednoduchá morální podpora může dále posílit občanskou angažovanost a ochotu pomáhat.
- **Lidé lépe přijímají omezení, když rozumí tomu, proč se jim mají podvolit.** Většina lidí se pravidly, která považují za rozumná, řídí. Vymáhání poslušnosti pokutami motivuje toho, kdo není ochoten pravidla dobrovolně dodržovat. Pokuty a restrikce bez vysvětlení se paradoxně mohou vymstít u těch, kterým záleží na ostatních (Fehr a Rockenbach, 2003; Cagala, Glogowsky a Rincke, 2019). Zdůvodnění restriktivních opatření zvyšuje to, že budou všemi přijata a snižuje to zmíněné neočekávané dopady.
- **Lidé ne vždy chápou, jak jejich činy ovlivňují ostatní (tragedy of commons).** To má také důležité ekonomické náklady – nemocný člověk obvykle

⁴ Jakmile to kapacita umožní, mělo by být klíčem náhodné testování COVID-19 ve společnosti. To by poskytlo jasnou představu o tom, jaký podíl populace je skutečně infikován. Testovat pouze lidi se symptomy je rozumné v době, kdy testy nejsou široce dostupné. Lidé obvykle nechápou, že průměry z testovaných vzorků nepředstavují průměry z populace (Enke 2020).

⁵ Web vlada.cz o koronaviru zmiňuje pouze omezení. Vysvětlení opatření by mělo být provedeno také písemně. Částečným krokem správným směrem je https://koronavirus.mzcr.cz/wp-content/uploads/2020/03/Leták_MZCR_Coronavirus_A5.pdf, ale zdůraznění důležitosti vlastního chování při ochraně ostatních by mělo být klíčem, nikoli posledním bodem!

v první řadě přemýšlí o dopadu nemoci na své vlastní zdraví a příjem. Často si neuvědomuje, jaké dopady má jeho chování na ostatní. Zdůrazněte, že lidé mohou šířit koronavirus, i když necítí žádné příznaky. Vysvětlete, kolik dalších lidí může jednotlivec ohrozit (nakazit) svým nerozvážným chováním. Nejen, že to zvyšuje **povědomí** o problému, ale také vytváří silný sociální stimul.⁶ Když si toto lidé uvědomí, často začnou mnohem lépe spolupracovat (Frey and Meier, 2004).

- Lidé typicky dodržují **sociální normy** a **vytváří společenský tlak** na ostatní, aby je také dodržovali. To pomáhá udržet žádoucí chování (např. nošení roušek), i když právní vymáhání pravidel není dokonalé (Ostrom, 1990). Sociální normy je možné vytvářet a mohou v tom pomoci sociální média. (Například mezi českými uživateli Facebooku se nyní „nosí“ profilový obrázek s nasazenou rouškou, Italové široce sdílejí #iostoaCasa – neboli „zůstávám doma“.) Pokud velká část společnosti nosí roušky, změní chování i ti, kteří to zpočátku odmítali. Chování se přizpůsobuje společenskému tlaku („sociální signalizace“; Karing, 2018). Většina lidí se zajímá o to, co si o nich myslí ostatní, a nechce si pokazit reputaci nedodržováním obecně přijímaných pravidel. **Zásadní roli při vytváření společenských norem mají díky své viditelnosti či informovanosti politici a odborníci, např. epidemiologové, doktoři, vědci** (Alatas et al., 2020). Dlouhodobé udržení norem však vyžaduje, aby si lidé vytvořili návyk (o tom viz v další studii IDEA proti COVID-19 od Michala Bauera a Julie Chytilové).
- **Se strachem ve společnosti pracujte opatrně.** Strach je silným motivem pro rozšíření preventivních opatření mezi lidmi. Může mít však negativní dopad, když to lidé s prevencí přeženou (např. nechodí do práce, i když už hlavní vlna epidemie odezní). Přílišná prevence může být na úkor ekonomickému zotavení (Caplin, 2003).

⁶ Výzkumníci z Princetonské univerzity, Yalovy univerzity, UC San Diego a dalších v právě probíhajícím výzkumu ukazují, že lidé dodržují pravidla na základě zprávy informující o dopadu jejich chování na ostatní. Tento dopad je obzvláště silný u mladých lidí, kteří se nemusí tolik obávat o vliv nemoci na jejich vlastní zdraví. Proto může pomoci cílení podobných sdělení právě na tuto skupinu obyvatel.

Reference

Alatas, V., Chandrasekhar, A. G., Mobius, M., Olken, B. A., a Paladines, C. (2019). *When Celebrities Speak: A Nationwide Twitter Experiment Promoting Vaccination in Indonesia* (No. w25589). National Bureau of Economic Research.

Bauer, M., Chytilová, J. „[Lekce behaviorální ekonomie v prevenci: jak take bojovat s COVID-19](#)“, IDEA anti COVID-19 #6.

Benjamin, D. J., Brown, S. A., a Shapiro, J. M. (2013). Who is 'behavioral'? Cognitive ability and anomalous preferences. *Journal of the European Economic Association*, 11(6), 1231-1255.

Bryan, K. „[Ekonomie společenského odstupu pro každého: případ Covid-19 # 1](#)“ IDEA anti COVID-19 # 1.

Cagala, T., Glogowsky, U., Grimm, V., Rincke, J., a Tuset-Cueva, A. (2019). Rent extraction and prosocial behavior. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 166, 709-723.

Caplin, A. (2003). Fear as a policy instrument. *Time and decision: Economic and psychological perspectives on intertemporal choice*, 441-458.

Christensen, D., Dube, O., Haushofer, J., Siddiqi, B., a Voors, M. (in press). Community-Based Crisis Response: Evidence from Sierra Leone's Ebola Outbreak. *American Economic Review: Papers & Proceeding*

Fehr, E., a Rockenbach, B. (2003). Detrimental effects of sanctions on human altruism. *Nature*, 422(6928), 137-140.

Fehr, E., a Schmidt, K. M. (2006). The economics of fairness, reciprocity and altruism—experimental evidence and new theories. *Handbook of the economics of giving, altruism and reciprocity*, 1, 615-691.

Fetzer, T., Hensel, L., Hermle, J., a Roth, C. (2020). Perceptions of Coronavirus Mortality and Contagiousness Weaken Economic Sentiment. *arXiv preprint arXiv:2003.03848*.

Frey, B. S., a Meier, S. (2004). Social comparisons and pro-social behavior: Testing "conditional cooperation" in a field experiment. *American Economic Review*, 94(5), 1717-1722.

Enke, B. (2020). What you see is all there is.

Haushofer, J., a Fehr, E. (2014). On the psychology of poverty. *Science*, 344(6186), 862-867.

Karing, A. (2018). Social Signaling and Childhood Immunization: A Field Experiment in Sierra Leone. *University of California, Berkeley*.

Kulveit, J., Steiner, J. „[Testování na Covid-19: pozor na více škod než užitku](#)“, IDEA anti COVID # 5.

Mani, A., Mullainathan, S., Shafir, E., a Zhao, J. (2013). Poverty impedes cognitive function. *Science*, 341(6149), 976-980.

Matějka, F. „[Ekonomický šok, jaký svět neviděl: ekonomiku musíme rychle zmrazit a pak ji znovu probudit](#)“, IDEA anti COVID-19 # 2.

Münich, D. „[Pomoc státu firmám na udržení zaměstnanosti: rychlá, jednoduchá, ekonomicky smysluplná](#)“, IDEA anti COVID-19 # 3.

OECD (2017), Trust and Public Policy: How Better Governance Can Help Rebuild Public Trust, OECD Public Governance Reviews, OECD Publishing, Paris.

Ostrom, E. (1990). *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*. Cambridge university press.

Richter, T. „[Insolvence v časech koronaviru: návrh dočasných změn insolvenčního zákona](#)“, IDEA anti COVID-19 # 4

Steiner, J., Kulveit, J., Matysková, L. Jann, O., Kocourek, P., Novák, V. „Přehled zahraniční testovací praxe – ekonomicko statistická perspektiva“