

Behaviorální impulsy pro efektivnější komunikaci úřadů s veřejností

Filip Kučera, Lenka Smékalová, Martin Horák

Úvod do tématu

Systém 1

Rychlé myšlení

Automatické, intuitivní, nenáročné
2x2

Ranní cesta do práce
Až 90% našich rozhodnutí

Systém 2

Pomalé myšlení

Záměrné, analytické, náročné
24x17

Plánování zahraniční dovolené



Prof. Daniel Kahneman
držitel Nobelovy ceny

Něco o nás

- **Ústav regionálního rozvoje veřejné správy a práva**
- Učíme, bádáme, spolupracujeme s praxí (Behavio Labs, Krajský úřad Zlínského kraje, Magistrát města Zlína...)
- Témata: behaviorální veřejná politika, inovace ve veřejné správě, strategické plánování
- Úspěšné projekty: Metodika smart governance a **Metodika behaviorální impulsy** (TAČR+certifikace od MMR ČR)

Behaviorální impulsy pro lepší obce a kraje

- **Metodika** pro úřady místních samospráv
- **Behaviorální impulsy** = jednoduše zapamatovatelné slovní spojení, které vystihuje podstatu
- Reakce na konkrétní problémy a výzvy obcí a krajů
- Hlavním cílem Metodiky je **zvýšení všeobecného povědomí o behaviorální ekonomii** ve veřejné správě a **inspirace** ke konkrétním změnám a novým postupům

Behaviorální impulsy pro lepší obce a kraje

- Zdůraznění specifických **aspektů lidského chování a rozhodování** (systém 1 X systém 2) jako klíčového parametru pro realizaci veřejných politik
- Popis **konkrétních postupů**, jak mohou úřady krajů a měst zavádět principy behaviorální ekonomie
- **Ukázka příkladů dobré praxe**, jak může behaviorální ekonomie přispět k řešení problémů a výzev krajů a obcí

Behaviorální impulsy pro lepší úřady a kraje

metodika pro úřady místních samospráv

· BEHAVIO



Dobrá praxe: Využití gamifikace k posílení udržitelných forem dopravy ve Vídni

Vídeň je město pověstné aktivním bojem proti dopravní zátěži. Například tím, že předplatné na veřejnou dopravu stojí pouhé euro na den. Velmi inovativní je i nová mobilní aplikace založená na gamifikačních principech.

Smyslem aplikace je vyhodnocovat data o způsobu pohybu jejich uživatelů po městě, a pokud budou ak-



Příklady využití rámování v praxi

Pozitivní i negativní rámování má nejširší uplatnění v komunikační strategii krajů i obcí. Může jít o marketingové kampaně směřem k veřejnosti (informace na různých letáčích, bannerech a dalších reklamních nosičích) v oblastech jako účast na očkování, snížení nepořádku na veřejných prostranstvích nebo větší participace veřejnosti na přípravě strategických plánů. Další formáty pro využití rámování se týkají neveřejné komunikace, ať už formou úředního dopisu či emailu (informace o možnosti čerpat sociální podporu) nebo v interní komunikaci se zaměstnanci (účast na školení).



Autoři

Behaviorální tým Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně je skupina nadšenců do behaviorálních věd z tamní Fakulty managementu a ekonomiky, která se dala dohromady v roce 2019. Členové týmu se behaviorální ekonomii věnují v rámci svého výzkumu, publikace odborných textů i výuky předmětů. Jejich činnost má přesah mimo univerzitu a snaží hledat i praktické uplatnění behaviorální ekonomie pro lepší fungování veřejné správy i společnosti jako takové.

Na zpracování metodiky se kromě uvedených členů Behaviorálního týmu Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně podíleli také zástupci společnosti Behavior Labs v čele s Lukášem Tóthem.



Lukáš Danko

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, Ústav regionálního rozvoje veřejné správy a práva



Martin Horák

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, Ústav managementu a marketingu



Filip Kučera

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, Ústav regionálního rozvoje veřejné správy a práva



KOMUNIKACE S VEŘEJNOSTÍ

Tiskové zprávy a aktuality

Při informování veřejnosti o přínosech projektů a dalších aktivitách je možné využívat pozitivní rámování. Příklad formulace: „80 % obyvatel města využívá nádoby pro kompostování“, vs. „20 % obyvatel města nádoby pro kompostování zatím nevyužívá“.

Zapojení veřejnosti a dalších aktérů do tvorby strategických dokumentů a dalších participativních projektů
Při oslovování veřejnosti (vyplnění dotazníku, účast na pracovních skupinách apod.) lze zahrnovat informaci o spolupráci s využitím averze ke ztrátě. Příklad formulace: „Pokud se teď nezapojíte, přijdete o možnost zohlednit vaše priority při diskuzi o budoucnosti obce/kraje“.

KOMUNIKACE S VEŘEJNOSTÍ ZDRAVÝ ŽIVOTNÍ STYL

Očkovací kampaň na podporu vyššího zapojení veřejnosti

Součástí marketingové komunikace (např. plakáty) bude negativně rámovaná o budoucích následcích s ambicí motivovat k očkování. Příklad formulace: Bez očkování jste při onemocnění ohroženi 30 %

Behaviorální impuls: rámování

EFEKTIVNÍ ÚŘAD

Přihlašování pracovníků úřadu na vzdělávací kurzy

Správně využití rámování může zvýšit zájem zaměstnanců o vzdělávací kurzy. V interní komunikaci (výzva k přihlášení email) je možné využít různé typy záramování třeba s využitím averze ke ztrátě. Příklad formulace: „Pokud se školení nezúčastníte, přijdete o možnost naučit se nové dovednosti, které mohou vést ke zvýšení vaší měsíční odměny nebo povýšení“.

EFEKTIVNÍ ÚŘAD

KOMUNIKACE S VEŘEJNOSTÍ

Motivace nízkopříjmových obyvatel k využívání dostupných sociálních dávek na bydlení

Správně využití rámování může zvýšit zájem zaměstnanců o vzdělávací kurzy. V interní komunikaci (výzva k přihlášení email) je možné využít různé typy záramování třeba s využitím

Behaviorální impulsy pro lepší obce a kraje



Behaviorální impulsy

- Behaviorální impuls: **Motivační incentivy**
 - Základní popis
 - Hlavní doporučení k uplatnění motivačních incentiv
 - Příklady využití behaviorálního impulsu motivační incentivy v praxi
- Behaviorální impuls: **Salience**
- Behaviorální impuls: **Rámování**
- Behaviorální impuls: **Výchozí nastavení**
- Behaviorální impuls: **Závazek**
- Behaviorální impuls: **Sociální norma**
- Behaviorální impuls: **Gamifikace**

Behaviorální impuls: Salience

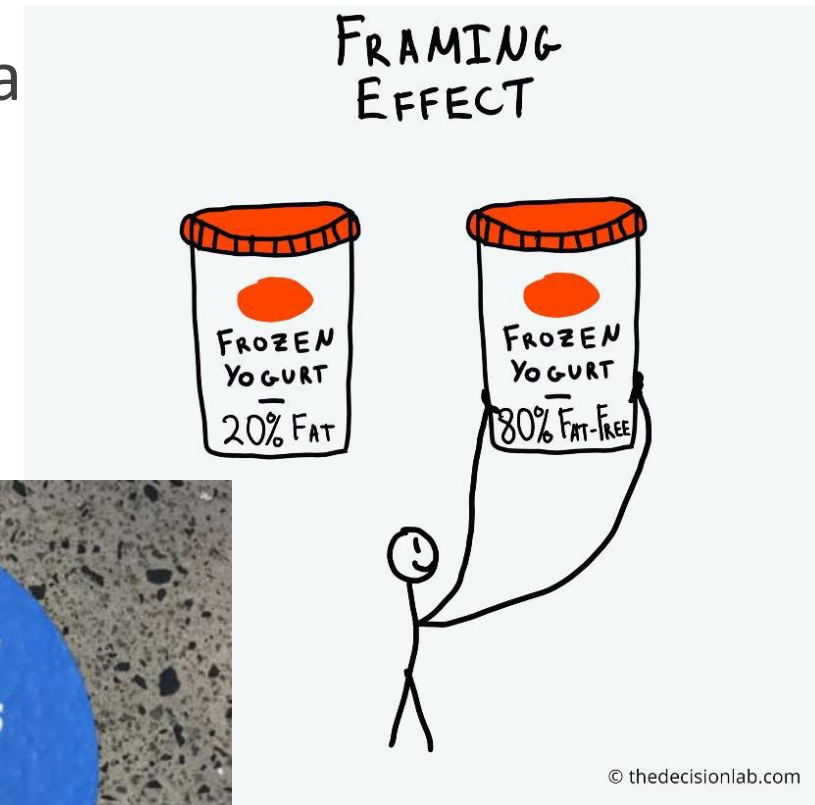
Tato věta je napsaná divným fontem a růžovou z jednoho prostého důvodu, aby přilákala vaši pozornost.

- Člověk má **omezenou schopnost pozornosti**
- Lidé se logicky více soustředí na předměty, které v prostředí nějakým způsobem **vyčnívají**, zatímco méně viditelné často ignorují



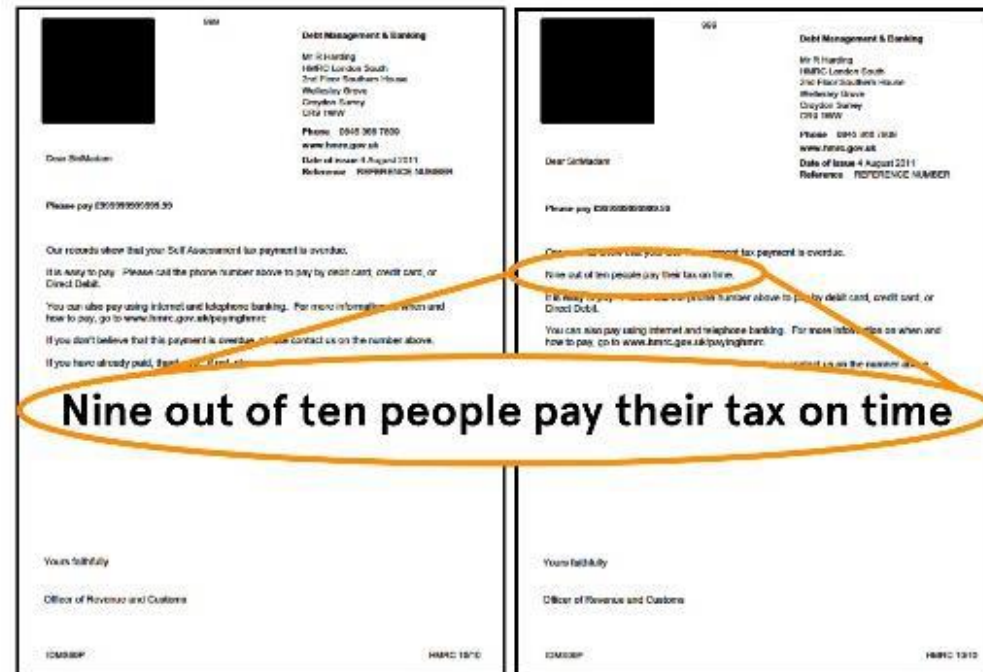
Behaviorální impuls: Rámování

- Lidé se rozhodují různým způsobem v závislosti na formě a **kontextu**, jakým jim je konkrétní situace nebo informace prezentována
- **Averze ke ztrátě**: újma ze ztráty je emocionálně vnímána jako významnější než ekvivalentní zisk



Behaviorální impuls: Sociální norma

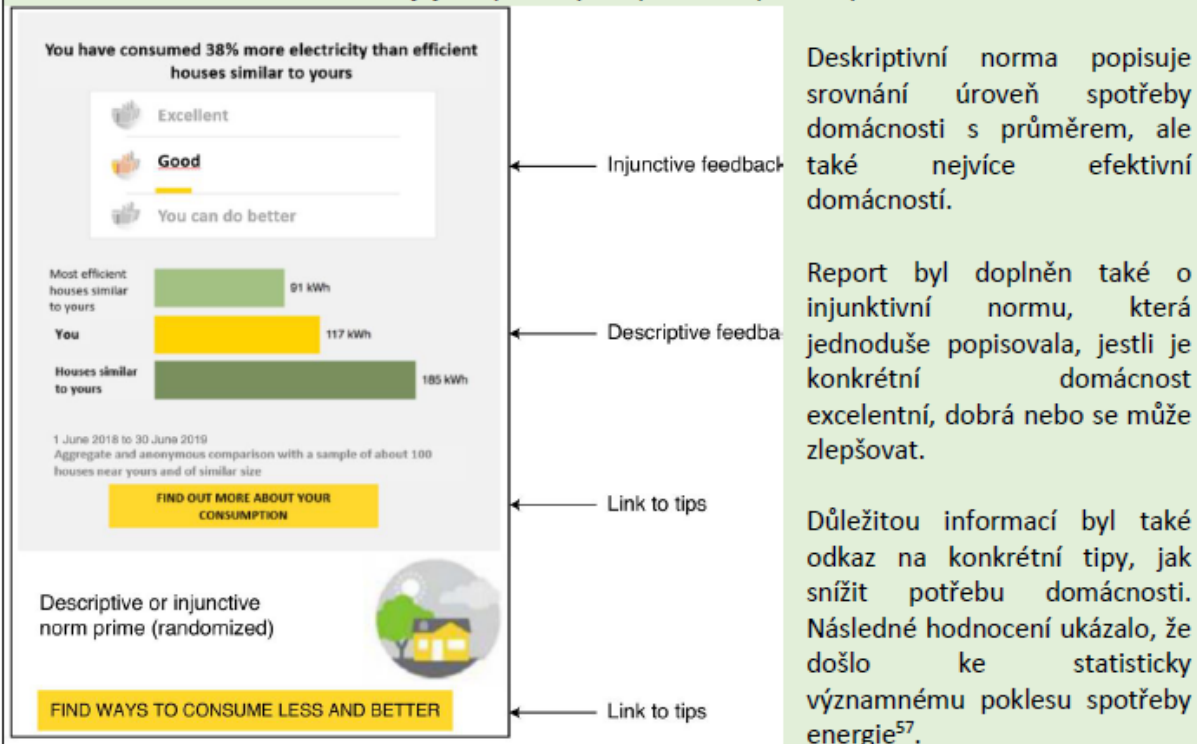
- Sociální normy: **neformální**, většinou nepsaná **pravidla**, definující přijatelné či vhodné chování **v dané skupině nebo společnosti**
- Lidé mají tendenci dodržovat sociální normy (chovat se jako většina), **chtějí zapadnout**



Behaviorální impuls: Sociální norma

Dobrá praxe: Sociální norma jako nástroje ke snížení spotřeby elektřiny v Itálii

Italská energetická společnost ve spolupráci s výzkumníky využila sociální normy při zasílání pravidelného emailového reportu svým zákazníkům. Přibližně 500 tisíc domácností tak v roce 2018 obdrželo informaci se srovnáním jejich spotřeby se spotřebou podobných domácností.



Deskriptivní norma popisuje srovnání úrovně spotřeby domácnosti s průměrem, ale také nejvíce efektivní domácností.

Report byl doplněn také o injunktivní normu, která jednoduše popisovala, jestli je konkrétní domácnost excelentní, dobrá nebo se může zlepšovat.

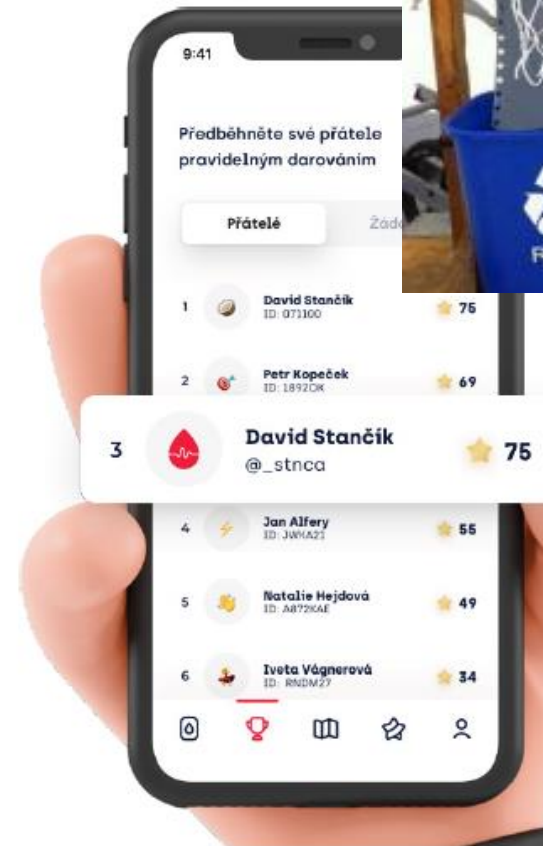
Důležitou informací byl také odkaz na konkrétní tipy, jak snížit potřebu domácnosti. Následné hodnocení ukázalo, že došlo ke statisticky významnému poklesu spotřeby energie⁵⁷.

Obr. 14: Ukázka dopisu se srovnávací informací o spotřebě energie⁵⁷

Behaviorální impuls: Gamifikace

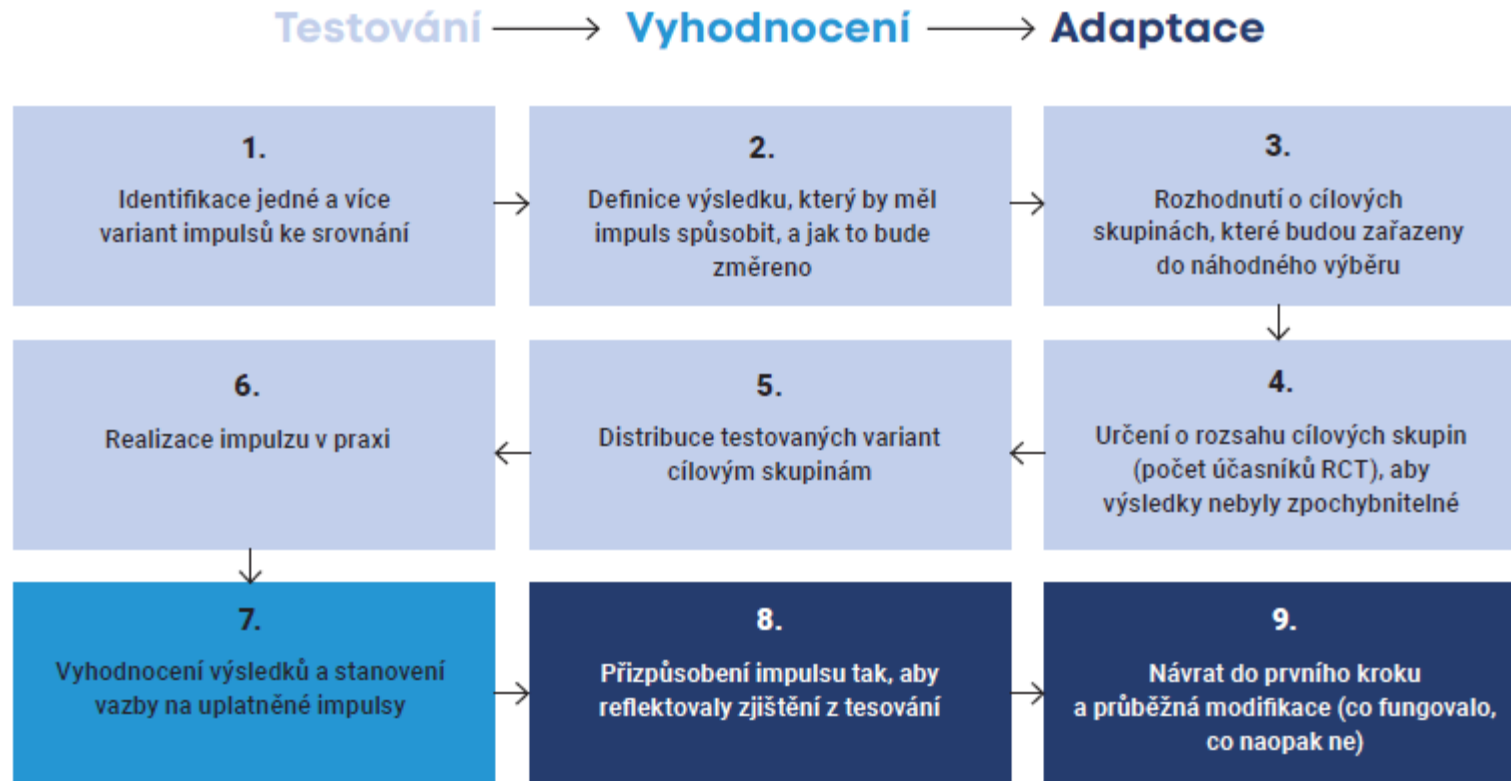
- **Design a realizace intervence** pro řešení konkrétního problému
- Využití **herních prvků** v neherních kontextech a situacích
- Zvýšení angažovanosti, motivace, kdy se posiluje samotný zážitek a mění povaha vztahu k úkolu – **z nudného na hravý**

Behaviorální impuls: Gamifikace



Obr. 14 Ukázka gamifikačních principů v aplikaci Daruj krev⁶⁰

Zavádění behaviorálních impulsů do praxe



Spolupráce?

- **Design a realizezance intervence** pro řešení konkrétního problému (behaviorální veřejné politiky)
- Uspořádání **workshopu** pro pracovníky úřadů
- Specifické **zadání bakalářské** nebo **diplomové** práce
- Formulace **strategie** nebo rozvojové **koncepce**, důraz na pojetí smart governance
- Spolupráce na přípravě a realizaci **výzkumných projektů**

Děkujeme za pozornost



Filip Kučera

Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Ústav regionálního rozvoje veřejné správy a práva

+420 603 979 205

behavio.utb.cz

fkucera@utb.cz