Borges Blue corner

NAFO Glåmdal Nes

BBC 120: SPRÅK ER OPPSKRYTT III: HELSE, LIVSSTIL OG SELVENDRING

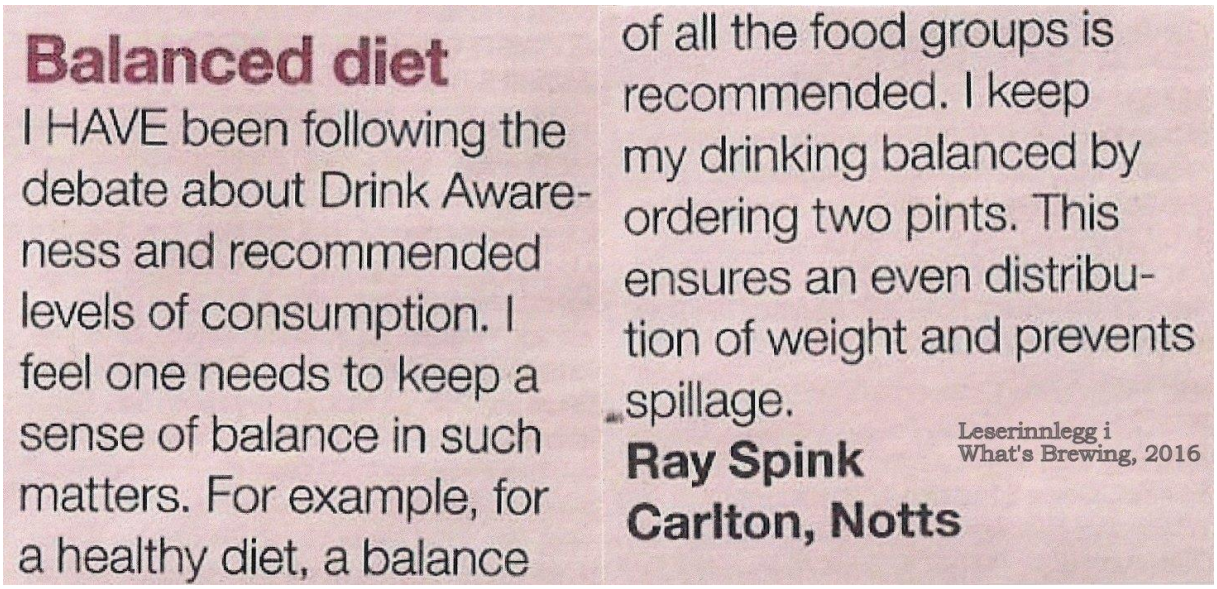
Jeg har skrevet om at «ord er oppskrytt» når det gjelder å se løsninger, det vil si at intuisjon kan være bedre (BBC 118), og når det gjelder oppdragelse og problematferd i den anledning (BBC 119). Her vil jeg skrive om at ord er oppskrytt i forbindelse med et tema som jeg har vært inne på før, særlig i BBC 104 og 116. 104 handlet mye om at mye av det som folk søker behandling for, ikke minst angående helse og livsstil, dreier seg om å ville *slutte* med noe for å unngå negative konsekvenser av atferden (eller *begynne* med noe for å oppnå positive konsekvenser av sunn atferd). Poenget var, enkelt sagt, at da kan folk «bare» slutte, eller begynne, med den aktuelle atferden, i stedet for eksempelvis å ha kompliserte samtaler med en terapeut om det. Folk kan endre seg selv, enten alene eller med hjelp fra sitt nettverk! En av mine kjepphester er at det skjer mer atferdsendring i privat regi enn i profesjonell regi. Jeg mente også at det kan nytte lite å prate seg fram til atferdsendring. Ord kan til og med være farlige, som når de går ut på kognitiv fusjon og begrunnelse, og vi henholdsvis sier at «Jeg er slik», eller «Jeg skal gjøre det når jeg bare har bla, bla, bla», det vil si når alt er klappet og klart, som det sjelden blir. Ord kan rett og slett være en måte å skyve atferdsendringer foran seg på. De fleste *vet* hva det er å slutte og å begynne. De fleste som skal slutte med noe, vet også hva de kan erstatte atferden med, og de fleste som skal begynne med noe, vet hva de må slutte med for å «få plass» til ny atferd. Hvis folk trenger profesjonell hjelp til å slutte, eller begynne, kan det være minst like godt med enkel hjelp, for eksempel konkrete råd, oppmuntring og atferdsavtaler.

En parodi på mislykket informasjon. Jeg viser i alle fall i praksis at jeg ikke biter på den.

I BBC 116 gikk jeg litt «dypere». Jeg motsa altså meg selv litt, siden jeg i 104 mente at endring i prinsippet er ganske enkelt. «Dybden» gikk heldigvis bare ut på at vi må ville endre atferd for å endre atferd, men at å ville det, neppe er noe mer enn å gjøre det. Det kan være vanskelig, i den forstand at det ofte ikke skjer, i alle fall hvis vi tenker på varig endring, men det betyr ikke at mer komplisert behandling trenger å hjelpe bedre. Til sjuende og sist er det

opp til oss selv, og det enkleste kan være det beste. Hvis vi ikke endrer atferd, er det kanskje ikke viktig nok å gjøre det, og vi velger å fortsette som før. Som ellers kan det være vanskelig å få både i pose og sekk.

I økonomisk forskning dominerte lenge forestillingen om «Det økonomiske mennesket» («The economic man»). Det økonomiske mennesket, eller forbrukeren, handler rasjonelt, og maksimerer sin velstand og lykke ut fra kunnskap om forskjellige alternativer. Det økonomiske mennesket er imidlertid hypotetisk, og slike fornuftige gjennomsnitts-mennesker, eller dydsmønstre, fins knapt. Økonomers evne til å predikere forbrukeres atferd har vel også vært deretter. Så har den tradisjonelle rasjonelle modellen også blitt utfordret, eller utvidet, særlig av atferdsøkonomi, som er et stort felt der atferdsanalyse er litt tilstede. Også innenfor atferdsøkonomi mener man at mennesker kan gjøre gode kunnskapsbaserte valg, men at mennesker også påvirkes av umiddelbare faktorer, og kan opptre impulsivt, handle etter tommelfingerregler, stereotypier og vaner, på godt og vondt. Det var for øvrig også Thorstein Veblen, som jeg skrev om i BBC 111, inne på for over 100 siden. Rene kognitive, eller verbale, faktorer har altså fått mindre betydning i studiet av viktige valg som mennesker gjør – også mer konkrete betingelser anerkjennes som vesentlig påvirkning. Skillet mellom det verbale og konkrete, eller rasjonelle og mindre rasjonelle, for eksempel i økonomien, har i det hele tatt mye til felles med Skinners og atferdsanalysens skille mellom verbal påvirkning og kontingensforming, som jeg tok opp særlig i BBC 109 og 118.



Balanced diet

I HAVE been following the debate about Drink Awareness and recommended levels of consumption. I feel one needs to keep a sense of balance in such matters. For example, for a healthy diet, a balance of all the food groups is recommended. I keep my drinking balanced by ordering two pints. This ensures an even distribution of weight and prevents spillage.

Ray Spink
Carlton, Notts

Leserinnlegg i What's Brewing, 2016

Enda et eksempel på at livsstil og helse kan påvirkes mer av konkrete betingelser enn av ord. Fra den engelske ølavisen What's Brewing.

Når det gjelder konkrete tiltak, som ikke bare går gjennom logiske, rasjonelle og verbale kanaler, er man innenfor atferdsøkonomi veldig opptatt av «nudge theory». Det er så «in» for tiden at en av grunnleggerne, Richard Thaler, fikk nobelprisen i økonomi for det i 2017. Enkelt sagt går det ut på små tiltak og tilrettelegginger, eller «nudges, som kan oversettes med puff eller dytt. De brukes for å påvirke folk til å gjøre «smartere» valg, for eksempel mer miljøvennlige. Regler, påbud og straff erstattes ikke minst med positiv forsterkning her og der, som også Skinner var veldig opptatt av, skrev mye om, og hadde mange eksempler på. (Likheten mellom dytteori og Skinners «lære» medfører faktisk at forholdet mellom atferdsøkonomi og atferdsanalyse fortjener en egen drøfting).

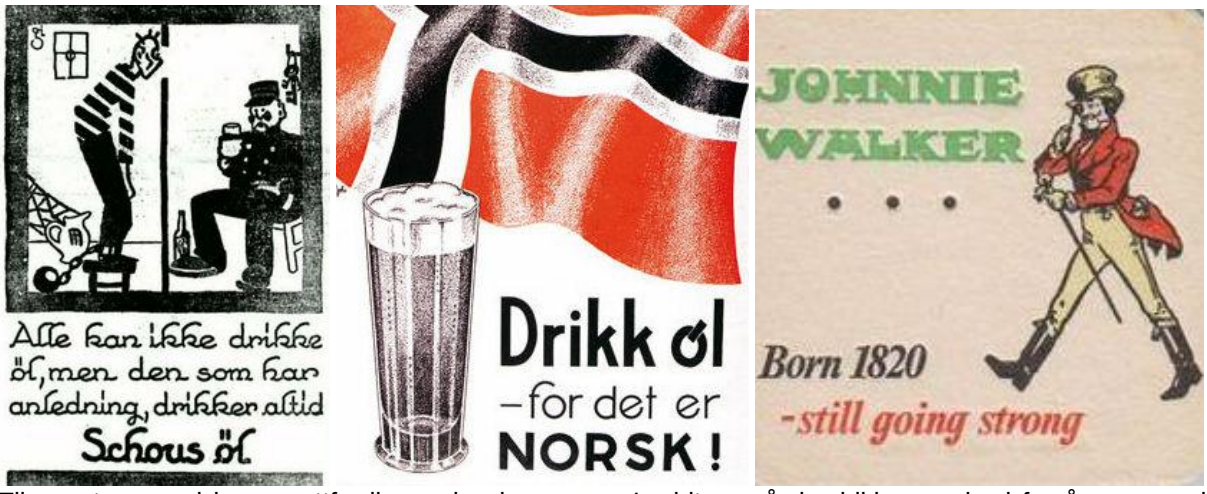
Også innenfor helseopplysning sto forestillinger om mennesker som rasjonelle aktører, lenge sterkt. Bare folk ble nok opplyst, ville de endre atferd i tråd med sitt nye, høyere opplysningsnivå. For noen år tilbake vrimlet det av informasjons- og holdningskampanjer.

Nærmest for ethvert problem som man ville gjøre noe med, satte man i gang en holdningskampanje, virket det som. Gode eksempler er røyking, alkohol og narkotika. På 1970-tallet sto det på fyrstikkesker, ganske ordrett, at «2000 norske leger har sluttet å røyke. Kanskje de vet noe som du ikke vet?». (En lege jeg kjente, syntes at kampanjen var ufin, og fortsatte å røyke Craven A.) Om narkotika var det i hasjbrukens barndom en annonse som lød noe slik som «Ta ikke imot en sigarett fra fremmede. Det kan være en narkotikasigarett». Da nordmenn fikk mer mat, og privatbil og greier, og for alvor begynte å få hjerteinfarkt utover på 1960-tallet, var det mye opplysning om mat, fedme og mosjon. På den andre siden var det reklame for mye som er skadelig, til det i 1975 kom forbud mot reklame for tobakk og alkohol.

Kjekke jenter til venstre. I midten ser vi jule- og påskenøttsjarmøren Roald Øyen i sving rundt 1970. Til høyre en reklame fra like før reklameforbudet kom. Den hadde god virkning på nybegynnere!

Generelt kan man vel si at hverken informasjon om det usunne man ikke burde gjøre, og det sunne man burde gjøre, eller for den saks skyld reklame for usunn atferd, hadde noen frapperende effekt på livsstil. Når det gjelder det siste, førte reklame for Johnnie Walker eller Smirnoff, eller for Prince og Gul Mixture, neppe til mer drikking og røyking, men kanskje mer drikking og røyking av noen merker på bekostning av andre. Summen av lastene var vel nokså konstant. Generelt fungerte informasjonskampanjene dårlig. De nådde nok best fram til dem som allerede visste at røyking og annet er farlig, og som ikke engang røykte, eller som allerede mosjonerte, og spiste og levde sunt på de fleste måter, altså til folk som ikke trengte informasjonen. Når kampanjene skulle skremme, og viste til negative konsekvenser, var det gjerne konsekvenser langt fram i tid, for eksempel en viss sykdom som kan følge av røyking. Slike konsekvenser visste mange allerede om, og tok hensyn til, mens konsekvensene nok gjorde mindre inntrykk på dem som trengte å ta mer hensyn til dem. Noen er mer selvkontrollerte, og noen er mer impulsive, enn andre.

En rød tråd i tankegangen bak kampanjene var altså forestillinger om rasjonelle aktører som handler i tråd med kunnskap. Man forutsatte at språk, eller kompleks verbal fungering, var viktig. Paradoksalt nok er en slik kompleks tankegang for enkel, slik den også har vært innenfor økonomi. Etter hvert virket det også som man lærte at verbal opplysning har begrenset effekt på folk som ikke har interesse av å følge informasjonen, i alle fall ikke på kort sikt, fordi atferden rett og slett forsterkes. I dag brukes nok ren informasjon mest der vi har klar interesse av å handle i tråd med den, og oppnår fordeler eller unngår ubehag nokså raskt og utvetydig, noen ganger fordi det er direkte straffbart ikke å følge den.



Til venstre ser vi hvor urettferdig verden kan være. I midten må du drikke norsk øl for å være god nordmann. Den til høyre er litt lur. Da forbudet mot alkoholreklame var på plass, kom det annonser for Johnnie Walker uten at whisky var nevnt. Det var jo ikke alkoholreklame! Men whiskymerket Johnnie Walker var så kjent at den bet ikke myndighetene på, og annonsørene måtte bite gi seg.

Til venstre tobakksreklame fra ca. 1960. Den i midten er antirøyk, og ble kjøpt i Vest-Berlin i 1980, men er neppe laget av myndighetene. Uansett er den ikke helt enig med Asbjørnsens tobakksfabrikk. Til høyre er vel poenget at gode vørterøldrikkere blir gode øldrikkere. (De to siste bildene passer kanskje ikke sammen, men det kan være et eksempel på aversjonsbetinging, som brukes i helsekampanjer. Her er det i så fall vørterøl som får unngjelde, dessverre.)

Når det gjelder uheldig atferd som er temmelig forsterkende, har man ikke bare forlatt troen på det rent verbale, men også idealer om at helseinformasjon skal være velment og ikke-moraliserende. Da er det heller ikke mye snakk om dytteori, eller om Skinners forsiktige virkemidler. For eksempel røyking har myndighetene gått til «krig» mot. En grunn kan være at en relativt avgrenset atferd som røyking, har store helsemessige konsekvenser, til dels også for andre som puster i samme luft, og fører til store lidelser og utgifter. Å få bukt med røyking vil derfor gjøre mye for folkehelsen, og frigjøre store ressurser innenfor helsevesenet (om ikke for staten som helhet, siden utgifter til pensjon og eldreomsorg øker med levealder). I tillegg er nok brannfare en faktor – røyking har vært årsak til mange tragedier. Til tross for mange kampanjer, sank imidlertid tobakksforbruket lenge bare langsomt. Så begynte man med mer konkrete tiltak, og altså ikke bare à la dytt og Skinner. For ca. 15 år siden økte man prisen på rulletobakk kraftig, slik at en «rullings» ble like dyr som en «ferdig». Det virket kanskje litt på dem som ikke fikk tak i billigere tobakk, men neppe på den harde kjernen av de andre. Til utpå 1980-tallet var det vanlig å røyke på oppholdsrom på institusjoner, og på tog og fly var det røykeavdelinger enda

lenger. På ishockeykamper var det ofte tjukk røyk i hallen. Gradvis innskrenket man hvor det var lov å røyke, og virkelig fart i sakene ble det da vi fikk Dagfinn Høybråtens røykelov i 2004. Da ble det blant annet ulovlig å røyke på utesteder. I dag skal man nesten være på egen eiendom, eller på god avstand fra noen som kan sjeneres, og selvfølgelig utendørs, for å få røyke. På mange skoler og arbeidsplasser, og på sportsarenaer, er det forbudt. Reiser man langt, kan det ta ti timer eller mer før det er mulig å ta en blås. Et annet tiltak var alvorligere helseadvarsler på røykpakkene (som fikk noen til å kjøpe nøytrale etuier som man hadde sigarettene over i), selv om Norge ikke har gått så langt som mange andre land, der man bruker bilder av alvorlig sykdom og døende personer. I tillegg til at røyking har blitt dyrt og tungvint, har flere og flere begynt å se ned på folk som røyker. Det har blitt sosialt akseptabelt å misbillige de som gjør det, og foraktelige blikk og lignende signaler er vanlig. For mange er det uaktuelt å ha en partner som røyker. Man har klart å gjøre røyking «harry», og røykere til paria. Selv begynte jeg å røyke litt da jeg var 17 år, selv om jeg var godt informert om at det var farlig. Sjansen er nok mindre for at jeg hadde begynt i dag.

Ord kan være bortforklaringer, nok et eksempel på at ord er noe dritt.

Omsider begynte vi altså å ligne på for eksempel USA, som for en stor del hadde innført strenge regler, og fordømt røyking, lenge. Det var slutt på godsnakkingen. Man innså rett og slett hvor konkret man måtte gå til verks. En serie av konkrete tiltak, som følgelig er lite verbale, eller i alle fall verbale på svært enkle måter, skapte altså store atferdsendringer. Virkemidlene som tilsynelatende var nødvendige for å redusere røyking, er kanskje et eksempel på at dytt, og Skinners hyggelige forsterkning, er vel og bra når det gjelder mer «uskyldige» atferdsendringer som folk raskt ser fordeler med, men at det kanskje ikke er nok når forsterkningen av skadelig atferd er så potent at atferdsendring sitter lengre inne.

At det har vært nødvendig med så harde tiltak for å redusere røyking, sier mye om at endring av vaner og livsstil ikke alltid er noe «kjære mor», og at det kan koste. Hva hadde skjedd hvis man hadde gått like hardt fram mot andre grupper som viser uheldig atferd? Tenk om overvektige personer hadde blitt møtt med tilsvarende restriksjoner og sosiale reaksjoner? Hva med ekstra pris på fly? Vi må jo betale dyrt for litt overvekt på bagasjen, så hvorfor ikke for kroppslig overvekt? Billetten kunne ha inkludert totalt 100 kilo for hver passasjer, uansett fordeling mellom person og bagasje, og så betalte man for hvert ekstra kilo? (Tenk på hvor miljøvennlig, og sunt på andre måter, det hadde vært: Drivstoffbruken hadde gått ned, og folk på 90 kilo hadde shoppet mindre og/eller slanket seg.) For ikke å snakke om BMI-kriterier for å få adgang til visse steder og arrangementer, eller for å få spise i visse situasjoner? «Får itte mere pudding, tjukken», som Vazelina Bilopphøggers synger. Hva om det hadde vært akseptabelt å si «Æsj, så ekkelt», og «Nei, så tjukk du har blitt, nå må du pinadø slanke deg litt», slik Ole Ivars gjør? (Det er forresten verbalt, men igjen veldig enkelt, og andre stimuli enn de rent verbale har nok mer å si.) Det hadde nok blitt oppfattet som brutalt, også av meg. I stedet reklameres det for usunn mat som i alle fall overvektige personer ikke har godt av. Mye av det

samme kan vi for øvrig si om folk som ikke er overvektige, men i dårlig form fordi de beveger seg lite.

Forskjellsbehandlingen av røykere har nok sammenheng med hvem man har sympati med og ikke. Røykere ses ned på, og utstøtes. De er helsefeltets kloakkrotter, helt uten bambifaktor, og kan «bare slutte med det», for å bruke mine egne ord. Det ligner faktisk en del på hvordan mange behandler personer som de mener opptrer lite miljøvennlig, som også har lav status. Andre er det mer synd på. Fedme, og dårlig form, er nevnt. Rus, og avhengighet, regnes i dag som sykdom, og det ser mer og mer ut som rusmidler betraktes som nødvendige medikamenter for de som er avhengige. Fortsatt jages nok «narkomane» rundt en del, men trenden er nok mer og mer støtte og forståelse. Røykere faller mellom to stoler: Lite støtte, forståelse og sympati, samtidig som samfunnet oppmuntres av at harde tiltak virker. Myndighetene lanserer ingen kampanjer for å akseptere og «inkludere» røykere.

Veien til atferds- og livsstilsendring er altså ikke bare belagt med ord, i alle fall ikke komplekse ordkjeder, men med mer konkrete tiltak og handlinger. Men enkle verbale faktorer spiller en rolle, og en annen måte de kan ha noe å si på, er i form av verdier. Verdier er generelle, overordnete regler for hvordan vi vil oppføre oss, og for hva som er viktig her i livet, som man ikke minst er opptatt av innenfor ACT. De er igjen grunnlag for konkrete mål som vi kan sette oss. De kan i det hele tatt være gode buffere, og gode kompass, som jeg skrev om i BBC 56 og 57. Verdier kan imidlertid være lette å beskrive verbalt, men verre å etterleve i praksis, som jo er den endelige testen på om de er virkelige verdier og ikke bare prat. Også her er det atferd og handling som teller, med andre ord.

Lokallaget er ennå litt i villrede når det gjelder muligheten for dagsseminar om negativt forsterket utfordrende atferd utpå høsten, men vi håper å få til noe. Informasjon kommer.

Ha en fin sensommer!

20. august 2020 Børge Holden

Sensommeren har kommet til Grytsetra, og ennå trives buskapen, budeiene og gjestene godt.