

# Att kommunicera risker

Denna rapport ingår i Räddningsverkets serie av forsknings- och utvecklingsrapporter.  
I serien ingår rapporter skrivna av såväl externa författare som av verkets anställda.  
Rapporterna kan vara kunskapssammanställningar, idéskrifter eller av karaktären tillämpad forskning.  
Rapporten redovisar inte alltid Räddningsverkets ståndpunkt i innehåll och förslag.

1999 Räddningsverket, Karlstad  
Risk- och miljöavdelningen  
ISBN 91-7253-021-9

Beställningsnummer P21-298/99  
1999 års utgåva

# Att kommunicera risker

Lowe Hedman  
Uppsala universitet

Räddningsverkets kontaktperson:  
Maria Smeder, Riskenheten, 054 – 10 43 58

# Innehållsförteckning

<b>1. Inledning</b> .....	5
Sevesodirektivet .....	5
Målet med verksamheten .....	7
Rapportens målgrupp .....	8
Rapportens disposition .....	9
<b>2. Riskkommunikationens förutsättningar</b> .....	11
Information före, under och efter en olycka .....	11
Vilka vägar kan användas för att nå målet? .....	12
Lejonets strategi .....	13
Musslans strategi .....	13
Delfinens strategi .....	14
Svampens strategi .....	14
Hur fungerar människan som informationsmottagare av riskmeddelanden? .....	15
Människan förenklar .....	15
Etablerade attityder är svåra att ändra .....	15
All kommunikation är kulturbetingad .....	16
Människor kommer ihåg vad de ser .....	16
Varseblivningen kan styras .....	16
Människor förefaller mer oense om vad ”risk” är än hur stor den är... ..	17
Människan uppskattar snabb information .....	17
Vilka är hindren på vägen? .....	17
Hinder som är relaterade till sändaren .....	17
Hinder som är relaterade till mottagaren .....	25
Hinder som är relaterade till samhället och samhällsutvecklingen .....	38
<b>3. En modell för kommunikation av risker</b> .....	41
Utgångsläge – Problemidentifiering .....	41
En projektgrupp tillsätts .....	41
Projektgruppens uppgifter .....	42
Den ideala modellen .....	44
Situationsbeskrivning 1: Målanalys .....	44
Situationsbeskrivning 2: Målgruppsanalys .....	45

Allmänheten består av en heterogen grupp av människor .....	45
Metoder för att studera allmänheten .....	47
Vad bör vi veta om allmänheten?.....	52
Situationsbeskrivning 3: Medieanalys .....	55
Kunskap om media.....	55
Situationsbeskrivning 4: Resursanalys.....	56
Rapport från en förundersökning .....	56
Måldiskussion .....	56
Kampanjplanering .....	57
Val av målgrupper.....	58
Val av källa/sändare .....	59
Val av budskap.....	70
Genomförandet av kampanjen .....	78
Effektmätning och utvärdering .....	78
Hur skall utvärderingen göras? .....	78
Vem skall svara för utvärderingen? .....	79
Resultat måste tolkas med försiktighet .....	81
Innehållsanalyser.....	81
Utnyttja argument för ny debatt.....	81
Mät även den kvalitativa utvecklingen av organisationen .....	82
Lägesbeskrivning .....	82
En permanent projektgrupp.....	83
<b>4. Referenslitteratur .....</b>	<b>85</b>
Böcker .....	85
Elektroniska källor .....	88
<b>5. Bilaga.....</b>	<b>89</b>
Förslag till frågeformulär .....	89

# 1. Inledning

## Sevesodirektivet

Uppdraget har varit att skriva en populärvetenskaplig forskningsöversikt över riskkommunikation. Avsikten är att materialet skall ligga till grund för en översikt om hur riskkommunikation kan ske i kommuner där det finns industrianläggningar med farliga ämnen. De kommuner, som är aktuella i det här sammanhanget, är sådana som har anläggningar som hanterar farliga ämnen enligt det s k Seveso<sup>1</sup> II-direktivet.<sup>2</sup>

Exakt hur många kommuner som omfattas av den andra direktivet är inte känt. Med utgångspunkt från definitionen i det första Sevesodirektivet finns det sammanlagt 44 kommuner i Sverige, som har anläggningar, som omfattas av krav på att lämna information till myndigheterna avseende risker, kemiska ämnen, information om anläggningen, information om möjliga storolyckor mm. De flesta kommuner har enbart en anläggningen med informationsplikt. Det finns dock 14 kommuner med flera anläggningar av det här slaget.

I direktivet (artikel 13) sägs bl a att personer, som löper risk att påverkas av en allvarlig olyckshändelse, som inträffar vid en verksamhet som omfattas av den högre kravnivå, som specificeras i direktivet, automatiskt skall få information om vilka säkerhetsåtgärder som skall vidtas och hur de skall förfara vid en olycka. I Sverige har området varit föremål för en statlig utredning som i sitt slutbetänkande, Säkrare kemikaliehantering (SOU 1998:13), föreslår att kommuner med riskanläggningar av det ovannämnda slaget skall ansvara för att informationen kommer berörda personer<sup>3</sup> tillhanda. Industriföretagen föreslås dock stå för kostnaderna för informationshanteringen.

I Sevesodirektivet sägs att information skall ses över vart tredje år och, vid behov, förnyas och uppdateras. Behovet av ny information uppstår om

---

<sup>1</sup> I mitten av 1970-talet inträffade en rad allvarliga kemikaliska olyckor. Den i Seveso, Italien, 1976, var en av dessa. Utsläppet, som varade två till tre minuter, förgiftade ett område på cirka 17 kvadratkilometer (Cutter, Susan, *Living with Risk*, Edward Arnold. London/NY/Melbourne/Auckland. 1993. Sid 86). Händelsen i Seveso kom att bli en slags vändpunkt i synen på hanteringen av farliga ämnen. Sevesohändelsen och övriga, liknande olyckor föranledde europeiska parlamentariker att intressera sig för riskhanteringsfrågor. Det innebar bl a att de drog upp riktlinjer för hur hanteringen av s k farligt gods skulle ske. En aspekt av hanteringen är hur information till dem som kan antas bli berörda av en olycka skall förmedlas.

<sup>2</sup> EU-rådets direktiv 96/82/EEG beträffande åtgärder för att förebygga och begränsa följderna av allvarliga olyckshändelser där farliga ämnen ingår. De ämnen som avses specificeras i direktivet. Seveso II-direktivet är en utveckling av det första Seveso-direktivet (82/501/EEG), som utarbetades inom den Europeiska Gemenskapen (EG) i direkt anslutning till olyckan i Seveso. Skillnaderna mellan det första och andra direktivet redovisas i slutbetänkandet från Utredning om kemikalieolyckor m.m. (SOU 1998:13, sid 62f)

<sup>3</sup> Detta ansvar skall inte vara begränsat till kommunens egna medborgare utan skall gälla även i förhållande till personer i annan kommun och i annat land än Sverige, enligt lämnat lagförslag (se SOU 1998:13, sid 17).

större förändringar av den farliga verksamheten genomförs. Allmänheten skall ständigt ha tillgång till denna information, som skall upprepas minst vart femte år. De upplysningar som skall lämnas allmänheten framgår av bilaga V i direktivet. De är:

1. Verksamhetsutövarens namn och adressen till verksamheten.
2. Identifiering, genom angivande av befattning, av den person som lämnar informationen.
3. Bekräftelse av att verksamheten omfattas av de bestämmelser och föreskrifter som fordras för tillämpningen av direktivet och att den anmälan som avses i artikel 6.3 eller den säkerhetsrapport som avses i artikel 9.1 har överlämnats till den behöriga myndigheten.
4. En redogörelse i enkla ordalag för hanteringen eller aktiviteterna vid verksamheten.
5. En gemensam benämning eller, när det gäller farliga ämnen som omfattas av del 2 i bilaga 1, generisk benämning eller allmän farlighetsklassificering av de farliga ämnen och beredningar som förekommer vid verksamheten och som skulle kunna förorsaka en allvarlig olyckshändelse, med uppgifter om deras viktigaste farliga egenskaper.
6. Allmänna upplysningar om vilka risker för allvarliga olyckshändelser som kan föreligga, inbegripet möjliga följder av dessa olyckor för människor och miljö.
7. Adekvata och relevanta upplysningar om hur den berörda befolkningen kommer att varnas och hållas informerad i händelse av en allvarlig olyckshändelse.
8. Adekvata och relevanta upplysning om vilka åtgärder den berörda befolkningen bör vidta och vilket uppträdande den bör iakta vid en allvarlig olyckshändelse.
9. Bekräftelse på att verksamhetsutövaren är skyldig att vidta lämpliga åtgärder inom verksamhetens område och särskilt skyldigheten att kontakta räddningstjänsten vid insatser i samband med allvarliga olyckshändelser och i så hög grad som möjligt begränsa följderna av dem.
10. Uppgifterna om den externa planen för räddningsinsatser som utarbetats för att komma till rätta med alla följdverkningar utanför verksamhetens område tillsammans med en uppmaning att följa alla instruktioner eller föreskrifter från räddningstjänsten när en olycka inträffat.
11. Detaljerade uppgifter om hur ytterligare relevant information kan erhållas, med förbehåll för sekretessbestämmelser i nationell lagstiftning.

Nedan görs ett försök att gå igenom vad som kan sägas vara viktigt när det gäller hur direktivets målsättning skall kunna uppfyllas. Några frågor är mer

centrala än andra, nämligen Vad är målet med verksamheten?, Vilka vägar kan användas för att nå målet? och Vilka är hindren på vägen?

Det kan redan här påpekas att tidigare genomförda undersökningar pekar på att information i sig, oavsett hur väl den är avpassad till olika målgrupper och i övrigt väl genomtänkt och planerad, inte alltid är hundra procentigt verkningsfull i den meningen att samtliga berörda har blivit medvetna om hur de skall förfara vid en s k storolycka (en beteckning som ofta används i sådana här sammanhang). Informationsinsatser måste kompletteras med andra samhällsinitiativ, som bistår med att utveckla relationerna mellan olika grupper i samhället på ett konstruktivt sätt. Information i sig löser vanligtvis inte samhällsproblem, men kan tillsammans med andra aktiviteter vara en bit på väg i lösningen av samhälleliga fenomen.<sup>4</sup>

## Målet med verksamheten

Målet med verksamheten är att säkra allmänhetens intressen i samband med en eventuell industriell storolycka i en anläggning med farliga ämnen genom att minimera de skador som kan uppkomma i samband med olyckan.

Kommunikationens roll i det här sammanhanget skulle kunna sägas vara att underlätta för individer och samhällsinstitutioner att delta i diskussionen om företeelser och beslut i frågor som på ett avgörande sätt kan ha betydelse för deras liv, ägodelar och andra saker som de värderar högt. Målet med kommunikationen är att se till att en informerad allmänhet är informerad, involverad, intresserad, insiktsfull, problemlösande och samarbetsvillig.<sup>5</sup>

Kommunikation om och kring riskförhållanden är ofta en mycket komplicerad process. Skälet är framför allt att det rör sig om information som kan vara av stor betydelse för mottagaren. Det rör sig oftast om information som är av negativ karaktär och som upplevs av mottagaren som något negativ. Det är en typ av information som inte efterfrågas, men som ändå är nödvändig för dem som bor i ett samhälle med en industri som hanterar farliga ämnen. Det rör sig dessutom ofta om mycket komplicerade arbetsprocesser, som en lekman har svårt att ta ställning till. Mottagare av information är i mycket stor utsträckning i händerna på uppgiftslämnaren, som vanligtvis är ett industriföretag eller en myndighet. Båda är sådana källor som många mottagare kan känna en viss tveksamhet inför. Många

---

<sup>4</sup> Wynne, som studerat fyra informationsfall i Frankrike, Nederländerna, Danmark och Storbritannien, konstaterar att målen inte alltid med självklarhet uppnås med informationskampanjer, även om dessa till synes visar upp resultat som förefaller tillfredsställande. Han efterlyser i stället eller som komplement – det är svårt att avgöra – breda program för att utveckla de sociala relationerna på den aktuella platsen eller inom industrin. (Wynne, Brian, *Empirisk utvärdering av information till allmänheten om risker för stora industriolyckor*. EU-kommissionen. 1992.)

<sup>5</sup> Delvis hämtat från Covello, Vincent and F. Allen, *Seven Cardinal Rules of Risk Communication*. U.S. Environmental Protection Agency, Office of Policy Analysis. Washington D.C. 1988.



upplever både företagen och myndigheterna som part i målet. En part som kanske inte vill informera fullt ut om de problem och svårigheter som kan föreligga på en riskanläggning. Det kan ligga i företagets intresse att inte redovisa alltför spektakulära uppgifter om vad som kan hända om något går fel i företagets riskhantering. Det kan också upplevas som att myndigheterna har intresse av att allmänheten inte oroas i alltför stor utsträckning. Ofta har ju kommunen varit inblandad i ett företags etablering på orten och kanske då accepterat en viss typ av risktagande, som kanske i ett senare skede blir svårt att förklara för kommunens invånare.

En annan komplikation med riskkommunikationen är att experter och andra inblandade personer/institutioner ofta är oense om risken förknippade med en viss företeelse. De varierande uppfattningarna beror vanligtvis på att de har olika kriterier för värdering av risken i fråga.<sup>6</sup>

## Rapportens målgrupp

Avsikten är att föreliggande översikt skall nå en läsekrets som på ett eller annat sätt är, kommer att bli eller borde vara involverad i säkerhetsfrågor kring farliga ämnen och information i samband med detta. Rapporten är således inte i första hand en vetenskaplig avhandling. På grund av det har samtliga referenser och diskussioner, som inte har direkt betydelse för sammanhanget, hänvisats till fotnoter. Dessa har lagts längst ner på varje sida så att det skall vara lätt för läsaren att snabbt kunna få en överblick om texten är intressant eller inte.

Rapportens **primära** målgrupper kan sägas vara:

- informationschefer och andra informatörer inom kommunal förvaltning,
- räddningschefer och personer i liknande ställning inom den kommunala räddningstjänsten,
- informatörer på alla nivåer inom företag, som hanterar farliga ämnen,
- experter (inklusive forskare), som har till huvudsaklig uppgift att informera om möjliga risker och problem i samhället och
- människor som ingår i räddningsledningar, katastrofgrupper eller liknande institutioner, där riskhanteringsfrågor behandlas.

Några, något mer **sekundära**, målgrupper är:

- forskare/expertter, som arbetar med farliga ämnen,
- journalister och andra skribenter, framför allt de med inriktning mot riskhantering, och

---

<sup>6</sup> Jfr Peters, H.P., "The interaction of journalists and scientific experts: co-operation and conflict between two professional cultures", *Media, Culture and Society*. Vol. 17. Pp 31-48.

- chefer inom företag och myndigheter, vars ansvarsområde inkluderar frågor kring risk och säkerhet.

## Rapportens disposition

Efter detta inledande kapitel följer ett avsnitt, som huvudsakligen är en teoretisk genomgång av förutsättningarna för informations- och kommunikationsverksamhet på riskområdet. Här tas olika informationsstrategier upp samtidigt som människan som informationsmottagare och hanterare av information behandlas. Det görs också ett försök att sammanfatta vilka speciella svårigheter och hinder som finns i en kommunikationsprocess, som rör risker och riskhantering.

I nästa avsnitt presenteras en modell för den praktiska hanteringen av informations- och kommunikationsfrågor i olika situationer. Modellen är generell. Någon specifik modell för hanteringen av de aktuella frågorna i varje enskilt fall går naturligtvis inte att ta fram, eftersom varje risksituation är unik och eventuella likheter oftast hänför sig till övergripande fenomen.

Det senare avsnittet är skrivet så att det skall gå att läsa utan att ha läst det inledande, teoretiska kapitlet.

I bilaga återfinns en något bearbetad version av det frågeformulär, som har använts i flera europeiska studier av informationen till allmänheten om risker för stora olyckor.



## 2. Riskkommunikationens förutsättningar

### Information före, under och efter en olycka

Riskkommunikation består vanligtvis av flera led av informationsinsatser.<sup>7</sup> Det är kanske klarare och tydligare i den aktuella typen av informationsinsatser än i andra. Den första delen, **medvetandegörandet**, består i att göra allmänheten medveten om att det föreligger vissa risker med att bo i ett visst område och hur de skall hantera en risksituation. Informationen skall vara av ett sådant slag att mottagarna kan förbereda sig för händelsen i fråga.

Det andra ledet, **aktiverandet**, består i att informera allmänheten om att det har inträffat en olycka eller en händelse av något slag som kräver en viss typ av aktivitet från den enskilde individens sida. Förutom att informera om själva olyckshändelsen gäller det att tala om vilka aktuella risker allmänheten eller grupper av allmänheten kan tänkas råka ut för och hur de skall hantera dessa saker. I hög grad gäller det också att utforma budskapen så att mottagarna, trots den nya situationen, känner sig lugna och inte handlar överilrat och på ett sådant sätt att samhälles resurser tas i anspråk i onödan. Det tredje steget i riskkommunikationsprocessen, **återställandet**, innebär att övertyga de berörda människorna om att krisen är över och att livet kan återgå till det normala.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Inom forskning om riskkommunikation skiljer man ofta mellan fyra olika faser, varningsfasen, dvs en period under vilken det kan dyka upp incidenter som varnar för större olyckor, akutfasen, dvs då en nödsituation har uppstått, återhämtningsfasen, vilket är den närmaste perioden efter den aktuella krisen och som innebär att företaget tar reda på saker och ting efter kriser och samtidigt försöker hämta andan inför nya satsningar och upplösningsfasen, dvs den period då krisen i sin helhet har avvägrats. (se t ex Lagadec, Patrick, Preventing Chaos in Crisis. Strategies for prevention, control and damage limitation. McGraw Hill. London. 1993. Sid 35) Den uppdelning som gjorts här är mer anpassad till en process än till olika stadier. I de arbeten som har gjorts om information och kommunikation i anslutning till Seveso-direktivet har man vanligtvis skilt mellan tre typer av information: pre-preinformation och avsett information om åtgärder för att förebygga olyckshändelser; pre-postinformation, dvs information om det beteende som skall iakttas efter det att en olyckshändelse inträffat och, slutligen, post-postinformation, vilket avser information som ges efter det att en olyckshändelse inträffat ( De Marchi, B. och Funtowicz, S., *Allmänna riktlinjer för informationen till allmänheten*. Direktiv 82/501/EEG-Bilaga VII. Joint Research Centre. Odat. Sid 5). De båda första typerna av information ryms inom det som jag har kallat information för att medvetandegöra allmänhet, arbetare och även företrädare för riskanläggningar och att förebygga olyckor så långt möjligt är. Eftersom den information som skall ges i samband med en storolycka avviker från den information, som annars ges efter en olycka har inträffat, finns det anledning att skilja mellan de båda, vilket jag har gjort genom att skilja mellan "aktiverande" och "återställande" information.

<sup>8</sup> Definitionen av begreppet "riskkommunikation" varierar en hel del mellan olika författare. Hedman och Trost gör en distinktion mellan riskinformation och riskkommunikation och menar att det är först när mottagaren har en möjlighet att reagera på sända meddelanden som vi kan tala om kommunikation (Hedman, Lowe och Jan Trost, *Riskkommunikation*. Rapport Risk- och miljöavdelningen P21-183/97. Statens räddningsverk. Karlstad. 1997. Sid 11). Definitionen av riskkommunikation

Varje steg i kommunikationsprocessen kräver sin egen uppläggning. Den kan betraktas som tre helt skilda aktiviteter, där emellertid god kunskap om de tidigare fasernas informationsinsatser är nödvändig för att på ett bra och effektivt sätt kunna fortsätta in i nästa fas. Föreliggande skrift handlar huvudsakligen om den första fasen, dvs medvetandegörandet av att risker existerar och hur dessa skall hanteras vid en eventuell olycka.

Vilka krav kan vi inledningsvis ställa på riskkommunikationen utifrån tidigare erfarenheter? Budskap om risker skall vara förståeliga, informativa, konsistenta och relaterade till den enskilde individen. Det är väsentligt att informationen är praktiskt orienterad och på ett påtagligt sätt reducerar aktuell risk.<sup>9</sup>

## Vilka vägar kan användas för att nå målet?

Information och kommunikation inom risk-, kris- och katastrofsektorn kan hanteras på många olika sätt. Hittills har det varit så att det är de större industriföretagen, som suttit inne med den mesta av kunskapen på området. De har också varit den aktör, som har haft resurser för att informera om verksamheten. Resurserna har funnits dels i form av ekonomiska sådana, men också i form av medvetenhet om informationens vikt. Företagen har också haft den största anledningen att se till att, i deras mening, rätt information förs ut. Nedan följer några tänkta informations-

---

överensstämmar väl med den amerikanska statens nationella forskningsråds särskilda kommitté om riskperception och kommunikations definition, nämligen att riskkommunikation kan definieras som "an interactive process of exchange of information and opinion among individuals, groups, and institutions." ("Improving Risk Communication", National Research Council. National Academy Press. Washington D.C. 1989. Sid 2.). Större delen av forskningen kring kommunikationen av risker tycks ha varit koncentrerad till frågan hur kunskap om vetenskapliga och tekniska idéer och innovationer skall överföras från de tekniskt kunniga – vetenskapsmän och tekniker – till de tekniskt okunniga – allmänheten. Problemen har i stor utsträckning rört hur denna informationsöverföring skall kunna ske på det mest effektiva sättet med så liten förlust av avsedd mening och innehåll som möjligt. Trots att den här insikten kom tidigt i riskkommunikationens historia (se exempelvis Otway, H. och K. Thomas, "Reflections on Risk Perception and Policy", *Risk Analysis*. 2, 69, 1982) har konsekvenserna av synsättet i stor utsträckning negligerats. Flera författare delar in riskkommunikationen i två eller flera delar. Otway gör en distinktion mellan information som är avsedd för att övertyga allmänheten om att acceptera teknologier och med den sammanhängande risker å ena sidan och information som är avsedd att tillgodose de informationsbehov allmänheten har för att kunna fatta korrekta beslut i riskfrågor, å andra sidan. Den förra typen av information är klart manipulativ till sin karaktär, vilket dock inte utmärker den andra, som är mer idealistisk (Otway, H., "Experts, Risk Communication and Democracy", *Risk Analysis*. 7(2). 1987). Sandman talar också om två olika typer av riskkommunikation, nämligen "1. trying to alert people to risks so that they can take necessary precautions, and 2. trying to calm people down – or help people understand the actual risks." (Sandman, Peter, M., *Responding to Community Outrage: Strategies for Effective Risk Communication*. American Industrial Hygiene Association. Fairfax, Va. 1993. Sid 1).

<sup>9</sup> Jämför Samuelsson, Christer, *Radiation Risk Information to the Public; Principles or Common Sense?*, Radiation Physics Department, Lund University. Lund. Odat. Sid 2.

(<http://www.geirik.is/nsfs/samuels.htm>)

strategier, som har utnyttjats och fortfarande utnyttjas i detta arbete.<sup>10</sup> Ordet ”strategier” får de aktuella företagen att framstå som mycket medvetna i sin roll som kommunikatörer. Så förhåller det sig nog inte alltid. Det valda är kanske inte alltid så genomtänkt och inte heller en produkt av ett konkret val utan kanske i första hand uttryck för en företagskultur, som kan vara mer eller mindre öppen. I princip kan vi skilja mellan fyra olika strategier.

### Lejonets strategi

Den här strategin innebär att den aktuella aktören avvisar allmänheten, antingen genom total tystnad eller genom att dementera problem i anslutning till verksamheten. Aktören tror att han är tillräckligt stark för att kunna rida ut i princip vilken storm som helst omkring den egna verksamheten. Strategin kan vara att vinna tid. I princip innebär strategin att allmänheten ignoreras helt och hållet. Under en period när ingenting väsentlig har inträffat kan en sådan här strategi fungera. Om en nödsituation uppstår, kommer det att innebära stora problem för samhället med en aktör, som inte är beredd att informera i den utsträckning som andra institutioner i samhället förväntar sig. Även efter en olycka kommer det att finnas stora behov av och krav på information och möjligheter att diskutera det inträffade med inblandade parter, vilket en aktör med den aktuella strategin förmodligen inte kommer att leva upp till. Det är väl framför allt för den här gruppen av aktörer på riskområdet som tillämpningen av Sevesodirektivet kommer att ha stor betydelse. De tvingas i och med direktivet till mer aktiv informationshantering.

### Musslans strategi

Den här strategin bygger på att informera, men inte mer än absolut nödvändigt för att överleva. Den aktuella aktören tar i så lite utsträckning som möjligt hänsyn till allmänheten, dvs lämnar så lite information som överhuvud taget är möjligt, om krav inte ställs av någon myndighet. Strategin är

---

<sup>10</sup> Sandman (ibid. 117f) framställer det som att det över tid har existerat olika sätt att se på riskkommunikation. Det är möjligt och till och med troligt att uppfattningen om vad som är mest lämplig metod kan ha varierat över tid, men samtidigt är det svårt att föreställa sig att alla inblandade parter vid en och samma tidpunkt skall bli medvetna om nya tankesätt. Sandman talar följaktligen om fyra steg i riskkommunikationens utveckling, nämligen The Stonewall Stage, The Missionary Stage, The Dialogue Stage och The Organizational Stage. Den första strategin, som i princip innebar att allmänheten ignoreras i kommunikationssammanhang, gällde, enligt Sandman, fram till mitten av 1980-talet. Steget därefter innebar att tonvikten lades på att utbilda allmänheten om risker. Det tredje steget introducerades i slutet på 1980-talet och innebar, som begreppet antyder, ett intresse för att kommunicera med mottagargruppen. Det fjärde steget menar Sandman att en del progressiva företag har gått in i under början av 1990-talet. Steget innebär insikt i att effektiv riskkommunikation ofta inte passar in i existerande organisationsform, dvs att organisationen behöver förändras för att riskkommunikation skall kunna komma till stånd på ett sätt som de nya tankegångarna kräver. Sandman säger (sid 119) att “The cutting-edge risk communication question today is no longer how to communicate with the public about risk; we have moved a long way toward answering that one. The cutting-edge question is how to become the sort of organization that can do it.”

defensiv till sin karaktär möjligtvis användbar innan en nödsituation uppstår, men kommer med det nya regelsystemet enligt Sevesodirektivet inte att vara möjlig att tillämpa framöver. Trots det kan kvarlevande rester av sättet att tänka leva vidare. I samband med en nödsituation kan strategin vara förödande. Den innebär i praktiken att det aktuella företaget försöker att fördröja olika aktiviteter och trötta ut sina motståndare med hjälp av juridiska eller andra, kanske politiska, processer. I ett skede efter en inträffad olycka kan strategin innebära onödiga fördröjningar i informationen till de drabbade och därmed förorsaka större lidande och förlängd krissituation än nödvändigt.<sup>11</sup>

## Delfinens strategi

Strategin innebär att en dialog etableras mellan den aktuella aktören och omgivningen. Eftersom de kulturella och kunskapsmässiga skillnaderna, i varje fall i ett inledningsskede, är stora, kommer dialogen till att börja med att vara relativt begränsad i omfång. I takt med tiden kommer både aktörens och allmänhetens kunskaper om varandra och om de situationer, om vilka man har anledning att diskutera, att förbättras, varför dialogens kvaliteter ökar.

## Svampens strategi

Den här strategin bygger på att den aktuella aktören är beredd att ta till sig så mycket information från andra parter i en kommunikationsprocess som överhuvud taget är möjligt. På samma sätt förväntas aktören i fråga lämna ifrån sig information i samma utsträckning. Det här rör sig om ett stadium, där verksamheten förmodligen har övergått till något mer än en kommunikationsprocess, även om den har kvaliteter utöver det vanliga. På det här stadiet har förmodligen ett samarbete etablerats på flera områden än enbart på informationsområdet.

Mycket av den hittillsvarande kommunikationsverksamheten på riskområdet har varit av den enkelriktade karaktären, dvs liknande den första eller möjligtvis den andra strategin ovan. Om det har funnits information och informationsspridning har det snarare rört sig om riskinformation än riskkommunikation. Informationen har gått från centrum till periferin, från i första hand företag och i andra hand kommuner, länsstyrelser och stat till allmänheten.

När det gäller de kommunikationsinsatser, som är nödvändiga i samband med farliga anläggningar enligt Sevesodirektiven, är modellen, där det etableras en långsiktig relation mellan näringsliv, kommun och allmänhet,

---

<sup>11</sup> Strategin brukar gå under benämningen ”stonewalling” - en term som har använts för att beteckna ett defensivt spel i den brittiska tävlingssporten cricket ( se t ex Reidenbach, E. and Sherrel, D., ”Negative Press: Is Your Company Prepared?”, *Business*. Jan-Mar 1986/3; Universitetet i Oregons kurs i ”Risk Assessment” – <http://zebu.uoregon.edu/disted/ph1161/120.html>)

den enda möjliga. Detta inte enbart av juridiska skäl utan också om man vill uppnå ett bra resultat.

Nedan redovisas några generella erfarenheter kring kommunikationsprocesser i risksammanhang. Det är först några tankegångar kring hur människor generellt tänker som informationsmottagare av riskmeddelanden. Därefter redovisas en del svårigheter och generella hinder för en effektiv kommunikationsprocess.

## Hur fungerar människan som informationsmottagare av riskmeddelanden?<sup>12</sup>

### Människan förenklar

Många riskmeddelande handlar om många olika saker, som en vanlig mottagare har svårt att hantera vid en och samma tidpunkt. I praktiken innebär det att mottagaren drar ut vissa saker ur meddelandet. Det som vaskas fram är sådan information som passar honom eller henne. Den som tar emot ett budskap som handlar om risk förenklar budskapets innehåll. Mottagare av meddelanden som handlar om risker vill veta, klart och entydigt, om en företeelse i samhället är farlig eller inte.<sup>13</sup> Risk är nästan alltid något relativt. En företeelse är farlig under vissa situationer och då i olika grader och i varierande utsträckning för olika grupper i samhället. I en situation, där de inte kan få den här entydiga informationen, är det lätt att de väljer att dela upp informationsgivarna i sådana som man tror på och sådana som man inte litar på. Det betyder också att mottagarna i en informationsprocess snabbt skaffar sig förhandsinställningar.

### Etablerade attityder är svåra att ändra

När väl människan har skaffat sig en uppfattning i en viss fråga är hon, generellt, svår att få att ändra uppfattning. Om en person har bestämt sig för att han eller hon kommer att påverkas av en viss risk, är det mycket svårt att övertyga personen i fråga om att risken är mindre än vad han eller hon själv

---

<sup>12</sup> Avsnittet bygger bl a på Fischhoff och Downs artikel (Fischhoff, Baruch and Downs, Julie, S., *Communicating Foodborne Disease Risk. Emerging Infectious Diseases*, 3(4). 1997. Sid 489-495.). Se även Jarlbros forskningsöversikt (Jarlbro, Gunilla, *Krisinformation ur ett medborgarperspektiv*. Psykologiskt Försvar. Rapport nr 163:3. Stockholm. 1993. Sid 9f).

<sup>13</sup> Val Hillers konstaterar att människor reagerar starkare om de känner att en viss "risk" kan påverka dem personligen. Hon ger två exempel på formuleringar av ett och samma budskap när det gäller utnyttjandet av bilbälten. "Your risk of a disabling injury is one in three over a lifetime of driving" är det ena. Det andra lyder "One in every 100.000 person trips results in a disabling injury". Hillers menar att det första meddelandet ger en mycket större känsla av personlig risk för dem som inte använder sig av bilbältet än det senare meddelandet. (Hillers, Val, *Communicating About Risks in Foods*, Washington. 1992. [http://www.geog.umd.edu/EdRes/Topic/AgrE...d/COMMUNICATING\\_ABOUT-RISKS-IN-FOOD.html](http://www.geog.umd.edu/EdRes/Topic/AgrE...d/COMMUNICATING_ABOUT-RISKS-IN-FOOD.html)).



har uppskattat den till.<sup>14</sup> Det behövs vanligtvis överväldigande bevis för att en attitydförändring skall komma till stånd. En förklaring till detta faktum är att människan tenderar att undervärdera behovet av att söka bevis, som strider mot den egna uppfattningen. En annan mänsklig process bygger på den osäkerhet, som omger negativ information och som gör att man tolkar den egna uppfattningen som konsistent med existerande värderingar. Attityder är också en del av en människas världsbild. Det betyder att ändra attityden innebär också att ändra en del av uppfattningen om hur världen ser ut.

## All kommunikation är kulturbetingad

I så gott som alla situationer i samhället reagerar vi utifrån våra kulturellt betingade kunskaper och erfarenheter. Den egna erfarenheten, referensramarna och de personliga uppfattningarna och attityderna styr vårt handlande. Ju mindre vi vet om en viss företeelse, ju osäkrare situationen är, desto större betydelse kommer kulturella fenomen att ha. Personliga erfarenheter från helt andra områden kan komma att spela in i en riskkommunikationsprocess. Det blir därför viktigt för dem som initierar kommunikationsprocesser att undersöka de kulturella förutsättningarna för kommunikation, inte bara generellt utan specifikt på varje ort. Kommunikationsstrukturer, kulturella artefakter, etc torde skilja sig rejält från varandra mellan exempelvis en gammal bruksort och en ny stadsbildning.

## Människor kommer ihåg vad de ser

Människor är generellt bra på att komma ihåg händelser som väcker deras uppmärksamhet. Det betyder att om relevant information når människor genom en trovärdig källa, innan de har tagit ställning i en viss fråga, kommer deras första intryck att uppfattas som det rätta. Förstahandsintryck av risker är dock svår att få, varför de flesta vanligtvis får hålla sig till mer eller mindre kompletta berättelser i andra hand.

## Varseblivningen kan styras

Människors varseblivning av risker kan i rätt stor utsträckning styras genom exempelvis ett selektivt urval av argument. För mottagare av riskmeddelanden är det vanligtvis omöjligt att avgöra om sådan selektering görs. Eventuella kortsiktiga vinster av en sådan selektering – vilken kan göras i ett skede av kommunikationsprocessen för att exempelvis uppnå maximal uppmärksamhet – måste vägas mot de konsekvenser, som kan uppstå om någon annan aktör väljer att presentera de ej redovisade uppgifterna eller att målgruppen själv hittar uppgifterna i någon annan källa.

---

<sup>14</sup> Hillers, Val, *Communicating About Risks in Foods*, Washington. 1992. ([http://www.geog.umd.edu/EdRes/Topic/AgrE...d/COMMUNICATING\\_ABOUT-RISKS-IN-FOOD.html](http://www.geog.umd.edu/EdRes/Topic/AgrE...d/COMMUNICATING_ABOUT-RISKS-IN-FOOD.html))

## Människor förefaller mer oense om vad "risk" är än hur stor den är

Ett hinder för att kunna bestämma vad människor vet om specifika risker är oenighet om definitionen av "risk". En del menar att "risk" kan mätas i sannolikheten att dö på grund av en viss företeelse. Andra menar att "risk" kan mätas i minskade livsförväntningar och ytterligare andra menar att "risk" är sannolikheten att dö mätt i någon enhet, som mäter exponering för den aktuella risken. Även om "risk" definieras på ett mätbart sätt – alldeles oavsett vilket – återstår problemet med att riskbegreppet även innehåller en hel del affektiva komponenter. Om termen "risk" används olika kan det bli så att inblandade parter är ense om riskfakta, men inte om risken som sådan.

## Människan uppskattar snabb information

Snabbheten är viktig för bibehållandet av hög trovärdighet eller för att förbättra en tidigare brist på förtroende. Ett tidigt lämnat meddelande – självfallet under förutsättning att det visar sig vara sant även över tid – kan uppfattas som att informatören är aktiv, engagerad och intresserad. Det kan jämföras med att mottagare lättare övertalas av personer som talar snabbt jämfört med sådana som talar långsamt. Det är lätt att uppfatta de snabbtalande som mer kompetenta och engagerade i en viss fråga än andra.<sup>15</sup>

## Vilka är hindren på vägen?

I alla kommunikationsprocesser föreligger det störningar eller hinder av olika slag. När det gäller riskkommunikation finner vi sådana fenomen, som kan fungera som störande, både på sändarsidan som mottagarsidan. Dessutom finns det förhållanden i samhället eller samhällsstrukturen, som har konsekvenser för kommunikationen om risker och problem i samhället.

## Hinder som är relaterade till sändaren

### **Riskkommunikation inte etablerad inom organisationen**

Det förefaller som att riskkommunikation, som företeelse, inte är riktigt etablerad inom företag, organisationer och myndigheter, vilka borde ha en fungerande organisation för just detta. Det kan, som också påpekas av flera författare<sup>16</sup>, ha konsekvenser för i vilken utsträckning (1) medel ställs till förfogande för dem som arbetar med riskkommunikation, (2) dåligt utvecklade rutiner för riskkommunikation förbättras, (3) inbördes konflikter mellan olika avdelningar eller enheter som samtliga arbetar med kommunikationsfrågor utvecklas och (4) svårigheter att få fram tillräcklig och relevant

---

<sup>15</sup> Jfr Angelöw, Bosse och Jonsson, Thom, *Introduktion till socialpsykologi*. Studentlitteratur. Lund. 1990. Sid 174.

<sup>16</sup> Se bl a Lundgren, Regina, *Risk Communication: A Handbook for Communicating Environmental, Safety, and Health Risks*. Battelle Press, Columbus, Ohio. 1994. Sid 29f.

information i samband med framtagandet av planer för riskkommunikationen förstärks eller underlättas.

Inom varje företag, myndighet och organisation råder konkurrens om, i någon mening, givna resurser. En icke etablerad verksamhet, som dessutom inte kan peka på särskilt mycket av empiriska data som belägger verksamhetens värde, torde ha svårt att konkurrera med andra verksamheters och andra enheters krav. Det förefaller heller inte som direkta katastrofer i någon större utsträckning ökar vissa företags intresse för riskkommunikationsfrågor.<sup>17</sup>

Förutsättningarna för riskkommunikation kan förändras till det bättre genom lagstiftning och genom att dålig efterlevnad av stiftade lagar bestraffas. Ett ännu bättre incitament torde dock vara att försöka visa företagsledningar, myndighetspersoner och ansvariga inom olika organisationer att riskkommunikation i sig är lönande. Den goodwill, som ett föredömligt upplagt riskkommunikationsprogram kan innebära, kan avspeglas i ökad försäljning, större förtroende, fler medlemmar etc.

Dåligt utvecklade rutiner för riskkommunikation kan innebära att nödvändiga informationsåtgärder sätts in för sent eller i varje fall så sent att det skadar informationslämnaren. Vikten av snabb information i sådana här sammanhang har redan framhållits. Möjligtvis kan beslutsfattare övertygas om att ändra rutiner utifrån ökad medvetenhet om allmänhetens intressen och behov i sammanhanget.

De flesta företag, organisationer och myndigheter kommunicerar med allmänheten på många olika sätt. Det är vanligtvis många olika avdelningar eller enheter som är inblandade i dessa informations- eller kommunikationsprocesser. Riskkommunikation avviker från det vanliga kommunikationsmönstret, bl a på det sättet att det ibland kan bli fråga om att kommunicera det som skulle kunna uppfattas som negativ information. Vare sig marknads-, försäljnings-, reklam- eller PR-avdelningar är vana vid den typen av innehåll, varför de kan känna tveksamhet inför att förmedla sådan information och kanske till och med vägrar att göra det. Om organisationen i fråga inte har en etablerad riskkommunikationsmodell med egen personal, är det stor risk att en inhyrd konsult snart råkar i konflikt med organisationens övriga personal med kommunikativa uppgifter. Problemen kan lösas genom att de möjliga konflikterna identifieras på ett tidigt stadium av riskkommunikationsprocessen och att de görs klara för inblandade parter samtidigt som riskkommunikationens mål tydligt förklaras.

Det är viktigt att utarbeta planer för verksamheten med riskkommunikation. Det kan ibland vara svårt att få fram information, som kan ligga till underlag för dessa planer. Vissa organisationer uppfattar heller inte nödvändigheten av att ha sådana planer eller att fullfölja dem. När väl en plan har fastställts

---

<sup>17</sup> Det visar sig exempelvis att rederiaktiebolaget Nordström&Thulin, som ägde hälften av rederiet Estline, som i sin tur ägde bilfärjan Estonia, som havererade den 28 september 1994, inte ens två år efter olyckan hade någon krisplan för vad som skulle hända om en liknande olycka skulle inträffa.

och gjorts offentlig är det viktigt att leva upp till vad de säger. Förseningar i förhållande till planen kan ofta tolkas som medvetna försök att försena en process. Företag, myndigheter och organisationer måste göras medvetna om vikten av utvecklade planer för riskkommunikationsverksamheten och uppföljningen av densamma.

### **Långsam handläggning**

En akut risksituation ställer stora krav på de inblandade parterna att snabbt vidta olika typer av åtgärder, däribland sådana som har med kommunikationen med de berörda att göra. I ett akutläge kan det för de operativt ansvariga vara lätt att glömma bort eller att inte prioritera informationsinsatserna. Det har också visat sig vara svårt för de informationsansvariga att få fram korrekt information från dem som har det operativa ansvaret för olyckans hanterande. Det kan inte bara ha negativa konsekvenser för trovärdigheten på kort och lång sikt utan generellt försvåra hanteringen av informations- och kommunikationsfrågorna inom projektet.

Om en olycka tenderar att dra ut på tiden är det viktigt att den ansvariga aktören ser till att ha initiativet i kommunikationsfrågorna. Det betyder att under en krisperiod bör de, som har det formella ansvaret för hanterandet av krisen, hela tiden se till att de kommer först med all information.<sup>18</sup>

### **Oklarheter i risksituationen**

Det tillhör snarare vanligheten än ovanligheten att när väl en olycka inträffat så uppstår en mängd oklarheter beträffande olyckans omfattning, orsaken till densamma, vem eller vilka som har ansvaret för den, hur lång tid olyckan kommer att ha återverkningar på omgivningen, etc. Framför allt torde det råda oklarheter om hur olyckan skall hanteras i olika avseenden på grund av exempelvis bristande kunskaper om olyckans karaktär. Risken i en sådan situation är att olika organisationer, företag och myndigheter inte tar

---

<sup>18</sup> Det finns exempel på hur myndigheter avvaktat med information tills dess att andra aktörer har tvingat fram information. Andra aktörer är oftast protestgrupper av olika slag, som kommer med uppgifter som oftast är helt motstridiga de ansvariga aktörernas information. Ett bra exempel på fördröjd informationsgivning är de lokala myndigheternas agerande på en mindre ort i USA. Först nio månader efter en stor brandolycka gick myndigheterna ut med en större informationskampanj och då i primärt syfte att försöka minska misstron mot myndigheternas hanterande av situationen. Det hölls bl a en serie öppna möten, där allmänheten enligt Clarke "was given symbolic opportunities to influence decisions" (Clarke, Lee, *Acceptable Risk? Making Decisions in a Toxic Environment*. University of California Press. Berkely/Los Angeles/London. 1989. Sid 156). Inte bara det att informationen kom sent. När den väl kom, var den så dåligt upplagd att den uppfattades som en symbolisk handling. Många av de öppna mötena var förlagda till dagtid, när en stor del av befolkningen arbetade och inte hade någon möjlighet att delta. Mötena var också starkt styrda och någon kritik tilläts inte komma fram (ibid. sid 170). Clarks bok redovisar ett tydligt exempel på hur informationsfrågor kan hanteras dåligt. Det kan delvis sägas bero på bristande kunskap om faktiska förhållanden.

sitt ansvar fullt ut för vilka åtgärder som vidtas i en risksituation.<sup>19</sup> Det påverkar i allra högsta grad informations- och kommunikationsarbetet.

Det säger sig självt att ju mer kunskap de inblandade parterna har om en riskanläggning och de möjliga olyckor som kan skapas i en sådan och ju bättre planer som finns för hur olyckssituationer skall hanteras, desto större är sannolikheten att situationer av ovannämnda slag inte uppstår. Om osäkerheten trots allt skulle leda till en oklar beslutssituation, torde ändå etablerade kontakter, personkännedom, etc, som skapats i ett förberedande arbete, bidra till att minimera de negativa konsekvenserna av en olycka.

Det behövs också mer teoretisk kunskap om hur beslutsfattandet sker i företag, myndigheter och organisationer, när villkoren är oklara. En sådan teori, "garbage can"-teori,<sup>20</sup> säger att sambandet mellan problem och lösningar i en krissituation är mycket godtyckligt och i vissa fall helt slumpmässigt. Det gäller det mesta av vad som behandlas.

Ovanstående faktorer innebär att planering och förberedande riskarbete måste bli en mycket viktig del av riskkommunikationsarbetet.

### **Brist på kunskaper om hur medierna fungerar**

Brist på kunskap om elementa i kommunikationsteori hos tekniker och andra personer som tillfrågas som experter i sammanhanget är också ett hinder för bra kommunikation om risker. Det är framför allt fråga om bristande kunskaper om mediernas effekter, hur budskap kan komma att tolkas, etc. I vissa fall saknas sådan insikt även hos dem som arbetar inom medierna. Roland Nordlund<sup>21</sup> vid Styrelsen för Psykologiskt Försvar och vid tidpunkten för Chernobylolyckan lokalradiochef i Uppsala, brukar ibland berätta om hur allmänheten i Uppsala via radion informerades om att ledningsgruppen för katastrofstyrkan, som samlats med anledning av olyckan, hade tagit plats i källaren i länsstyrelsens lokaler. Det var en information som fick åtminstone en del att fundera över om inte läget var allvarligare än vad som officiellt sades, eftersom de ansvariga placerade sig i källaren. Lyssnarna borde ha fått informationen om att katastrofgruppens arbetsplats normalt är belägen i källaren och att det inte var av särskilda skyddsskäl som den hade begivit sig dit.

---

<sup>19</sup> Clarke har studerat hanterandet av en brand i Binghamton State Office Building, NY, USA, 1981, och konstaterar att det rådde stor tvetydighet beträffande ansvarsfördelningen mellan de inblandade organisationerna. Oklarhet om rollfördelning innebar i praktiken att organisationerna själva kunde välja i vilken utsträckning de ville involvera sig i verksamheten och i vilket sammanhang. Ingen behövde, i varje fall inledningsvis, ta det övergripande ansvaret. (Clarke, Lee, *Acceptable Risk? Making Decisions in a Toxic Environment*. University of California Press. Berkely/Los Angeles/London. 1989. Sid 27.)

<sup>20</sup> Beskrivs bl a i Clarke (1989:26).

<sup>21</sup> Nordlund har också, tillsammans med Stig-Arne Nohrstedt, sammanställt en forskningsöversikt över massmediernas roll vid olika krissituationer (Nohrstedt, Stig-Arne och Nordlund, Roland, *Medier i kris. En forskningsöversikt över mediernas roll vid kriser*. Psykologiskt Försvar. Rapport nr 163:4. Stockholm. 1993.)

Till synes enkla uttalanden kan skapa stor oro. De inblandade informatorerna och journalister bör tänka sig för mer än en gång när de gör uttalanden av olika slag kan man tycka. Utan närmare insikt i vilka konsekvenser relativt enkla uttalanden faktiskt kan få är det dock lätt att göra uttalanden av det ovannämnda slaget. Det talar för att journalister bör ha någon form av grundläggande utbildning i riskkommunikation. Det är förmodligen bara ett fåtal av dem som är eller kommer att vara involverade i praktiska övningar kring riskkommunikation, varför det förefaller angelägnare att införa sådan här kunskap på dagordningen för journalistutbildningen än som en del i det praktiska arbetet. Det förra utesluter dock inte det senare.

Ett annat exempel tas upp av Christer Samuelsson.<sup>22</sup> Han menar att myndigheternas och experternas riskinformationsstrategier i samband med Chernobyl-olyckan i stor utsträckning misslyckades och att detta ledde till en misstro gentemot dessa samt att viktig information följaktligen aldrig nådde fram till dem som faktiskt efterfrågade informationen. Samuelsson anser att experterna fick stort utrymme i medierna, men att de inte förmådde informera mottagarna på ett adekvat sätt. I stället för att på ett enkelt och tydligt språk förstärka den första informationen, om att den ökade radioaktiviteten inte var farlig, valde experterna att skicka ut budskap som inte gick att tolka för den enskilda människan. Den typ av budskap som förmedlades var exempelvis sådana som ”ovanligt hög lokal radioaktivitet kunde uppmätas”, ”det här är allvarligt”, ”konsumera inte stillastående vatten”, etc. En del råd som gavs i det här sammanhanget var direkt befängda. Ibland kom de till efter att journalisten hade ställt ett antal frågor och den vid massmedier kanske inte helt vane experten avgav svar som han eller hon kanske inte skulle ha gett i vanliga fall.

De svenska massmedierna må vara duktiga på att förmedla information i krissituationer. De som är ansvariga för att förmedla information om möjliga olycksutfall eller om faktiska olyckor bör dock inte ta för givet att medierna alltid gör det som de informationsansvariga inför en olycka förväntar sig att de skall göra. Medierna har många olika intressen och mål att bevaka. Ett av flera är att tjäna pengar och att kunna göra en bra historia av en olycka till och med några dagar eller veckor efter olyckans kulm. Samuelsson hävdar att han som expert i samband med Chernobyl-olyckan hade kunnat uttrycka sig på ett betydligt tydligare sätt, men att det då kanske inte hade varit lika intressant att ta med informationen.<sup>23</sup> Som ett konkret exempel nämner han att de flesta expert, inklusive honom själv, svarade att den ökade radioaktiviteten inte var farlig, men att uttalandena borde ha följts av mycket klara förklaringar av vad de uppmätta värdena egentligen betydde, exempelvis i form av uttalanden som att ”radioaktiviteten på markytan är under den nivå som tillåts på arbetsplatser där folk arbetar åtta

---

<sup>22</sup> Samuelsson, Christer, *Radiation Risk Information to the Public; Principles or Common Sense?*, Radiation Physics Department, Lund University. Lund. Odat. Sid 1f.

(<http://www.geirik.is/nsfs/samuels.htm>)

<sup>23</sup> Ibid. sid 4.

timmar om dagen”<sup>24</sup>. Men, säger Samuelsson, ”if I had presented my results like this, it is likely that the newspaper article would have been smaller or not printed at all”.

Vad vi kan konstatera är att experterna uttalade sig på ett sådant sätt att det finns tolkningsutrymme för medierna. Representanter för medierna väljer i många fall att tolka informationen på ett för dem adekvat sätt, kanske sneglande på läsintresse, tittarsiffror och försäljningssiffror snarare än på de egentliga behovet av information hos sina läsare, lyssnare eller tittare.

Journalister har vanligtvis ingen kunskap om de faror som lurar i en olycka med farliga ämnen. Det kan exempelvis vara fråga om vilka konsekvenser spridandet av vissa kemiska substanser har under vissa givna väderleksförhållanden. Det betyder att journalisterna är beroende av experter. Erfarenheten visar också att medierna snabbt letar reda på lämpliga resurspersoner, som sedan får agera experter i respektive medium. Genom att ge utrymme för andra experters uppfattningar än dem som de ansvariga för riskhanterandet använder sig av, kan mediernas agerande och utbud i praktiken fungera som länkar mellan olika uppfattningar.<sup>25</sup> Dessa länkar kan vara mer effektiva som informatörer än officiella källor. Journalisterna kan, med hjälp av experterna, ställa rätt ingående frågor om exempelvis människors hälsa, lösningar på problem, etc. På det sättet kan relationerna mellan media och myndigheter framstå som ansträngda, men ur ett allmänt perspektiv kan motsättningarna var positiva. De kan också tvinga fram ett mer kraftfullt agerande från den ansvariga aktörens sida.

*”But media access to policymakers and experts facilitated relatively open, if somewhat crude, public debate over important issues. Scientists, bureaucrats, and policymakers could barely mention plans about public health and cleanup without reporters questioning reasons and intentions (and sometimes suggesting alternatives of their own).”<sup>26</sup>*

---

<sup>24</sup> Fritt översatt från texten ”the radiation intensity at the very surface of the airfilter is below the intensity allowed at workplaces for work 8 hours a day” (Samuelsson odat, sid 5).

<sup>25</sup> Den vanligaste uppfattningen är, trots allt, att massmedierna missleder och kommer med felaktig information. Clarke är dock delvis av en annan uppfattning. ”It would stretch the point to argue that the media served as watchdogs, but they did serve as an important mechanism through which the question of acceptable risk could be posed to those with the political responsibility to decide such issues. ...During phase one, the media did not display the sensationalism one might expect from ill-informed reporters, but, rather, struggled in earnest, and usually with success, to understand what they were trying to report.” (Clarke, Lee, *Acceptable Risk? Making Decisions in a Toxic Environment*. University of California Press. Berkely/Los Angeles/London. 1989. Sid 168.) Han är dock mindre positiv till mediernas agerande i ett senare skede av processen, när medierna låter sig övertalas av representanter för myndigheterna att vara mindre kritiska till deras hanterande av aktuell olycka.

<sup>26</sup> Clarke, Lee, *Acceptable Risk? Making Decisions in a Toxic Environment*. University of California Press. Berkely/Los Angeles/London. 1989. Sid 167.

## Medierna är nyhetskanaler som förmedlar och granskar

Massmediernas roll i ett demokratiskt samhälle är omfattande. I det här sammanhanget är två funktioner viktigare än andra att förstå och sätta sig in i. Det ena är att medierna i första hand förmedlar nyheter. Nyheter är vanligtvis negativa händelser.<sup>27</sup> Det betyder att medierna i större utsträckning är intresserade av faror än av säkerhet kring riskanläggningar, mer intresserade av att förenkla än av att utveckla komplicerade tekniska processer eller förlopp och mer intresserade av relationer och motsättningar än av risker.<sup>28</sup> Som nyhetsmedium är radio, TV och tidningar alltså inte mycket att räkna med i en informationskampanj annat än som potentiella annonsbärare. Dock måste mediernas agerande förutses i den mån detta är möjligt och ingå i projektledningens planer för informationsverksamheten.

Mediernas roll i risksituationer har diskuterats en hel del. En del hävdar att det är medierna som piskar upp negativa stämningar och sprider felaktig information till allmänheten. Andra hävdar att medierna bara speglar vad som pågår i samhället. Mediernas verksamhet är nog generellt i större utsträckning ett resultat av allmänhetens upplevda risker än orsak till det.

*"The media respond to outrage. They cover it and stick a microphone in front of it. The media do not create outrage. But their interest does amplify the outrage, attracting more people, contributions, fervor, and other resources. A risk controversy of interest to the media, therefore, is likely to grow."*<sup>29</sup>

För att utveckla en bra relation med medierna som nyhetsförmedlare krävs stor öppenhet från alla parter sida. Det betyder bl a att vara lättillgänglig för medierna och lämna de upplysningar som efterfrågas så snabbt som möjligt. Enskilda journalister och medierna som sådana arbetar vanligtvis under stark press och i konkurrens med andra journalister och medier. Det gör det viktigt att, så långt möjligt är, uppfylla mediernas önskemål om att lämna information på utsatt tid. Varje redaktion har sin sista tid för lämning av material till nyhetssammanställningen.

---

<sup>27</sup> Det finns i dag relativt gott om litteratur som beskriver massmediernas nyhetsförmedlande roller och de nyhetsvärderingsprinciper, som kan vara intressanta att ta del av i detta sammanhang (se exempelvis Hvitfelt, Håkan, *Nyheter och Verkligheten. Byggstenar till en teori*. Rapport 1989:1. Journalisthögskolan. Göteborgs universitet. 1989; Hvitfelt, Håkan, *På första sidan. En studie i nyhetsvärdering*. Rapport nr 131. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. Stockholm. 1985. Tuchman, Gaye, *Making News. A Study in the Construction of Reality*. NY. 1978). Många av de nuvarande nyhetsvärderingsteorierna har inspirerats av Johan Galtung och Marie Holmbue Ruges artikel i *Journal of Peace Research* från 1965.

<sup>28</sup> Jfr Covello, Vincent, T., Sandman, Peter, M., and Paul Slovic, *Risk Communication, Risk Statistics, and Risk Comparisons: A Manual for Plant Managers*. Chemical Manufacturers Association. Washington D.C. 1988. Sid 4.

<sup>29</sup> Sandman, Peter, M., *Responding to Community Outrage: Strategies for Effective Risk Communication*. AIHA Press/American Industrial Hygiene Association. Fairfax, VA. 1993. Sid 72.



Ur ett företags eller en myndighets synvinkel finns det all anledning att lära sig hur medierna fungerar, vilka journalister som vanligtvis arbetar med riskfrågor, vilka "deadlines" som existerar på de aktuella medierna, under vilka perioder det kan vara lättare än andra att få in lämpligt material, etc för att bättre kunna anpassa sin information till mediet i fråga. I det ligger också att kunna förse olika medier med för dem lämplig information vid rätt tidpunkt.

Massmedierna kan dock inspireras till att göra andra typer av reportage om exempelvis en aktuell anläggning, hur man inom kommunen arbetar med riskfrågor etc, något som kommer att tas upp nedan.

### **När handlandet ger andra budskap än innehållet i informationen**

Alltför ofta händer det att riskinformationskampanjer genomförs utan att hänsyn tas till vilken eventuell information olika formella beslut tagna inom andra enheter av en organisation kan ha på den tänkta mottagargruppen. Dålig överensstämmelse mellan den information som ges och faktiskt handlande, alldeles oavsett hur det avläses, kan ha stor betydelse för mottagarens upplevelse av sändarens trovärdighet. Att å ena sidan säga att en situation är ofarlig och samtidigt fatta beslut om att evakuera vissa människor är så motstridigt att vilken projektgrupp som helst borde förstå problematiken i detta. Förekomsten av sådana kollisioner är dock vanliga.

I Australien beslöts att förlägga en förbränningsanläggning flera hundratals kilometer från Sydney. Det indirekta budskapet till lokalbefolkningen var självfallet att det rörde sig om en så farlig anläggning att den inte kunde läggas i närheten av mer befolkade områden. Följaktligen kände de sig osäkra och lurade av myndigheterna som självfallet försäkrade att det var ingen som helst fara genom att bli framförda följande:

*"The Taskforce is convinced that there is no technical reasons why the incinerator cannot be sited in the same way as any other industrial plant of similar type. This has been done successfully overseas. However, it is likely that the public in general would prefer the distance separating the facility from residential areas to be greater than would be acceptable for more familiar industrial plants of a similar type. This is likely to rule out its location in a congested, fully-developed industrial area."*<sup>30</sup>

Tilliten till myndigheterna blev knappast större av att, när väl anläggningen var på plats, det påbjöds vissa inskränkningar i utnyttjandet av naturen i närheten av anläggningen. Det konstaterades i ett meddelande att "there should be no supply offtake of urban or town water, supply, for irrigation, or

---

<sup>30</sup> Beder, Sharon och Michail Shortland, "Siting a Hazardous Waste Facility: The Tangled Web of Risk Communication", *Public Understanding of Science*. Vol. 1, No. 2. 1992. Sid 11.

for intensive agricultural purposes” inom en radie av 1 km från anläggningen.<sup>31</sup>

## Hinder som är relaterade till mottagaren

### Bristande trovärdighet

Hur trovärdig den som förmedlar en viss information upplevs vara av mottagaren är mycket väsentligt för i vilken utsträckning ett budskap uppfattas och tolkas på rätt sätt. Så gott som alla som, på ett eller annat sätt, arbetar med riskkommunikation betonar just detta.<sup>32</sup> Bristar i information leder lätt till trovärdighetskriser, som i sin tur försvårar den framtida riskkommunikationen. Vi skall ta upp det nedan, men först ett citat från riskforskaren Stenzel som menar att:

*”Miscommunication of risks or lack of communication are costly: the public distrusts regulatory agencies and does not readily accept their decisions. When the public contests or, at a minimum, does not respect regulatory decisions, administrative agencies operate inefficiently.”<sup>33</sup>*

I många situationer, där det finns anledning att kommunicera kring risker, oavsett om det är fråga om införandet av nya teknologier, anläggning av riskanläggningar på nya orter eller en förändring i befintlig miljö, går ofta myndigheter och tekniker ut med ett liknande informationsutbud. Ibland sker det oberoende av varandra, ibland är informationssatsningen gemensam. Många gånger har politiker och tekniker identiska behov av att övertyga allmänheten om teknologins perfektion. Tilltron till politiker bland en bredare allmänhet är inte särskilt stor (se nedan). Det betyder att politiker, som sändare av riskkommunikationsbudskap, inte tillför budskapet särskilt mycket av trovärdighet. Tekniker, som lierar sig med politiker i sådana här sammanhang, riskerar sannolikt att förlora en del av sin trovärdighet.

---

<sup>31</sup> Beder, Sharon och Michail Shortland, ”Siting a Hazardous Waste Facility: The Tangled Web of Risk Communication”, *Public Understanding of Science*. Vol. 1, No. 2. 1992. Sid 11.

<sup>32</sup> Se exempelvis O’Riordan, T. et al, ”Themes and Tasks of Risk Communication: Report of an International Conference held at KRA Julich”, *Risk Analysis*, 9 (4). Sid 514. Sjöberg och Drott Sjöberg är dock inte lika övertygade om att förtroendevariabeln är lika viktig i Sverige som i exempelvis USA, men säger samtidigt att ”Vissa forskningsresultat tyder dock på att förtroende i mera specifik mening faktiskt kan ha ett stort förklaringsvärde även i svenska data.” (Sjöberg, Lennart och Britt-Marie Drott Sjöberg, ”Hur upplever vi teknikens risker?” i Grimvall, Göran, Jacobsson, Per och Thedéen, Torbjörn (red), *Risker i tekniska system*. Utbildningsradions förlag. Stockholm. 1998. Sid. 230).

<sup>33</sup> Citatet hämtat från Samuelsson, Christer, *Radiation Risk Information to the Public: Principles or Common Sense?*, Radiation Physics Department, Lund University, Odat, sid 1.

*"A scientist speaking to a community about the health effects of a hazardous waste site is part of a political ritual that aims to evoke confidence and respect. The technical information in the message is secondary to the real goal of the communicator: 'Have faith; we are in charge.'"*<sup>34</sup>

Brist på förtroende kan innebära att gjorda insatser inte får avsedda effekter. De kan heller inte kommuniceras, dvs även om budskapet tas emot av den tänkta målgruppen kommer den inte att tolka meddelandet på det sätt sändaren avsett. En av de ansvariga för upprensningen av en kontorsbyggnad, som varit utsatt för brand och i samband därmed spridning av giftiga ämnen i byggnaden och trakten omkring, konstaterar att "If we clean and then say, 'Okay, it's clean', and the public has no confidence in us, then the building isn't clean."<sup>35</sup> Utsagan gjordes efter att ha konstaterat det faktum att få personer kunde tänka sig att gå tillbaka till arbetsplatsen, trots löften om att den var upprensad och fri från alla giftiga ämnen. I samband med återgången till arbetet i kontorsbyggnaden var det många som mistrode de styrande. De såg sig själva som försökskaniner och trodde inte att de ansvariga brydde sig så mycket om dem. En anonym anställd uttryckte det så här. "We are quinea pigs. ... Let's face it, even with quinea pigs they write everything down and make sure it's a controlled experiment. I don't think they do that with us."<sup>36</sup> Är då mistroendet mot myndigheter och företag så stort som det ofta sägs i riskkommunikationssammanhang? Vi skall se på några undersökningar, som har gjorts i Sverige beträffande just detta.

### **Förtroendet för olika samhällsinstitutioner**

Vid planering av en informationskampanj eller i övrigt vid diskussioner om hur en kommunikationsprocess skall planeras är det generellt intressant att veta hur allmänheten ser på samhällets olika institutioner. Har allmänheten förtroende för och känner den tillit till de institutioner som finns och som kanske är eller kommer att betraktas som källor till vissa budskap i en kommunikationsprocess? Förtroendet för olika institutioner i samhället mäts regelbundet av flera företag, konsultbyråer och forskningsinstitutioner. En av de senare, som sedan 1986 redovisat data om detta, är det s k SOM-institutet.<sup>37</sup> Från 1997 års undersökning<sup>38</sup> kan vi notera att av de sju ton samhällsinstitutioner, som fanns upptagna i frågeformuläret det året, åtnjöt

---

<sup>34</sup> Krimsky, S., and Plough, A., *Environmental Hazards: Communicating Risks as a Social Process*. Auburn House Publishing Company. Massachusetts. 1988. Sid 6.

<sup>35</sup> Clarke, Lee, *Acceptable Risk? Making Decisions in a Toxic Environment*. University of California Press. Berkely/Los Angeles/London. 1989. Sid 118.

<sup>36</sup> Ibid. 144.

<sup>37</sup> SOM-institutet är ett forsknings- och utbildningsorgan inom Göteborgs universitet. SOM står för Samhälle, Opinion. Massmedia. Varje år sedan 1986 genomförs omfattande enkätundersökningar bl a med ett representativt urval ur den svenska befolkningen.

<sup>38</sup> Holmberg, Sören och Lennart Weibull (red), *Opinionssamhället*. SOM-rapport nr 20. SOM-institutet. Göteborgs universitet. 1998.

sjukvården högst förtroende (se tabell 1). Därefter kom universitet och högskolor. Lägst på förtroendeskalan hamnade de fackliga organisationerna, regeringen, kommunstyrelserna och de politiska partierna.

Särskilt intressant att notera i det här sammanhanget är att storföretagen åtnjuter ett betydligt större förtroende än exempelvis kommunstyrelserna. Om det relativt låga förtroende för dessa färgar av sig på den kommunala verksamheten kan det ha betydelse för den kommunikationsverksamhet som skall bedrivas av kommunala myndigheter i samband med förebyggande informationsinsatser och information i samband med nödsituationer. I vilken utsträckning de kommunala myndigheterna associeras med kommunstyrelserna är okänt. Det är också okänt i vilken utsträckning det låga förtroende för kommunstyrelserna smittar av sig på kommunens tjänstemän och nämnder. Det är möjligt att allmänheten gör skillnad med politiker och tjänstemän i riskkommunikationssammanhang. Om projektledningen för kommunikationsinsatserna i stället kan associeras med poliser och eller försvaret är det, i varje fall ur trovärdighetsaspekten, betydligt bättre än om de kopplas ihop med politiker och kommunstyrelser.

Det är intressant att notera att radio och TV generellt åtnjuter större förtroende än dagstidningar. Andra undersökningar visar också att förtroendet för olika typer av dagstidningar varierar en hel del. Morgontidningarna faller ut betydligt bättre än vad kvällstidningarna gör. Det är också viktigt att komma ihåg att medier i allmänhet åtnjuter lägre förtroende än enskilda medietyper som dagspress och radio/TV.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Holmberg, Sören och Lennart Weibull, "Förskingrat förtroende", i Holmberg, Sören och Lennart Weibull (red), *Opinionssamhället*. SOM-rapport nr 20. SOM-institutet. Göteborgs universitet. 1997. Sid 46.

**Tabell 1. Förtroendet för olika samhällsinstitutioner 1997 (procent).<sup>40</sup>**

Samhällsinstitution	Ganska eller mycket stort förtroende	Varken stort eller litet förtroende	Ganska eller mycket litet förtroende
Sjukvården	63	22	15
Universitet/högskolor	55	39	7
Kungahuset	56	31	12
Radio/TV	50	43	7
Polisen	47	32	20
Grundskolan	45	34	22
Domstolarna	42	34	24
Försvaret	32	43	25
Dagspressen	26	53	22
Bankerna	33	36	31
Svenska kyrkan	29	43	29
Storföretagen	27	43	29
Riksdagen	22	40	38
De fackliga org.	20	37	45
Regeringen	20	34	46
Kommunstyrelserna	15	41	44
De politiska partierna	11	39	50

Källa: Holmberg, Sören och Lennart Weibull, "Förskingrat förtroende", i Holmberg, Sören och Lennart Weibull (red), *Opinionssamhället*. SOM-rapport nr 20. SOM-institutet. Göteborgs universitet. 1997. Sid 35.

<sup>40</sup> Respondenterna har i undersökningen fått ta ställning till de olika alternativen på en femgradig skala, som här reducerats till tre värden genom att de båda värdena omkring mitten slagits samman. Antalet svarspersoner är ca 1 730. Se i övrigt kommentarer till tabellen i Holmberg, Sören och Lennart Weibull, "Förskingrat förtroende", i Holmberg, Sören och Lennart Weibull (red), *Opinionssamhället*. SOM-rapport nr 20. SOM-institutet. Göteborgs universitet. 1997. Sid 35.

### **Tillförlitligast är räddningstjänstpersonalen**

Den informationskälla som framstår som tillförlitligast är den lokala räddningstjänstpersonalen. Skälet till det är att de, i motsats till flera andra parter, inte anses ha några underliggande egna intressen att bevaka. De är enbart till för att skydda allmänheten.

En viktig fråga i informationssammanhang är vem eller vilken allmänheten bedömer är den som förser informationsgivaren, alldeles oavsett vem den är, med underlaget till informationen. Det är den källan som sannolikt bedöms vad avser trovärdighet. Om allmänheten gör en bedömning att det är den aktuella industrin som ligger bakom all information görs värderingen av informationen utifrån bedömningen av industrin i fråga. Det gäller oavsett om informationen sprids via mellanhänder eller projektgrupper, där företaget bara utgör en av flera olika aktörer. I vilken utsträckning så är fallet bör undersökas särskilt, eftersom hur allmänheten ser på aktuellt företag, myndigheter, samarbetsgrupper och liknande kan variera en hel del beroende på kulturella, institutionella och historiska faktorer.<sup>41</sup> I konkreta kommunikationssammanhang görs alltid överväganden om lämpliga sändare av budskapen. Hur ser då allmänheten på riskanläggningar och informationen från dessa? Vi tar nedan upp ett exempel från kärnkraftverket i Forsmark.

### **Förtroendet för kärnkraftverk och information från dessa**

Sedan 1983 har regelbundna intervjuundersökningar gjorts bland befolkningen boende i området kring Forsmarksverket i norra Uppland. Undersökningarna har varit fokuserade på allmänhetens förtroende för kärnkraften och kärnkraftverket i Forsmark. Hösten 1998 genomfördes en av dessa undersökningar. Den visar att förtroendet för Forsmarksverket är högt. Andelen som säger sig ha mycket eller ganska stort förtroende för verket är drygt tre fjärdedelar (78%).<sup>42</sup> Ändå bryter 1998 års siffror av mot en tillväxttrend under 1990-talet. 1990 var det drygt två tredjedelar (69%) som tyckte samma sak. Andelen som säger sig ha mycket stort förtroende har dock ökat under hela 1990-talet.

Ett intressant resultat är att förtroendet är större bland dem som bor nära verket än bland dem som bor lite längre bort, men fortfarande inom verkets riskradie. Nästan nio av tio (87%) av de förra säger sig ha mycket eller ganska stort förtroende för Forsmarksverket. Av dem som bor i de yttre områdena är motsvarande andel drygt tre fjärdedelar (77%). Utan närmare analys är det svårt att svara på om gruppen, som bor nära verket, i större utsträckning än den andra gruppen består av sådana som arbetar inom verket och därför tycker sig ha bättre kunskaper och insikter i hanteringen av säkerhetsfrågor exempelvis. Resultatet kan också vara uttryck för en psykologisk mekanism. Om människor bor nära en potentiell riskanläggning

---

<sup>41</sup> Se Wynne, Brian, *Empirisk utvärdering av information till allmänheten om risker för stora industriolyckor*. EU-kommissionen. 1992.

<sup>42</sup> Forsell, Håkan, *Attityder till kärnkraftverk, Forsmark*. November 1998. Demoskop AB. Stockholm. 1998. Sid 3f.

kanske de är benägna att tillskriva densamma och de som är ansvariga ett högt förtroende. Det skapar kanske en ökad trygghet och människan behöver inte leva med den ovisshet som annars skulle bli fallet.

Även om förtroendet för kärnkraftverket som sådant är relativt högt eller till och med mycket högt, hyser de tillfrågade inte lika stort förtroendet för informationen som lämnas om driften av detsamma. Generellt är det dock mer än hälften (60%), som har mycket eller ganska stort förtroende för den information som lämnas om verksamheten. Andelen har sjunkit under de senaste två åren. På samma sätt, som när det gällde förtroendet för verket, har de närboende i större utsträckning förtroende för informationen än andra, som bor lite längre ifrån själva anläggningen.

Det förhållandevis stora förtroendet som riktas mot såväl kärnkraftsverksamheten som dess informationsverksamhet förefaller kanske lite svår-förklarlig med tanke på att förtroendeklyftan har förts fram som en av de svåraste hindren i riskkommunikationssammanhang. Förklaringen torde ligga i att kärnkraftsverksamheten av många nog uppfattas som en statlig angelägenhet, där tillsynsmyndigheter av olika slag övervakar verksamheten mer noggrant än vad som sker inom andra industrier.

Den refererade studien redovisar också den tilltro de tillfrågade sätter till kärnkraftsinformation från tre olika källor; Forsmarksverket, tillsynsmyndigheter och miljöorganisationer. Det visar sig då att mest tilltro sätter man till informationen från tillsynsmyndigheterna. Nästan hälften (49%) sätter mest tilltro till den informationen. Ungefär lika stora grupper sätter störst tilltro till Forsmarksverkets information (19%) som miljöorganisationernas (21%). Återigen kan vi se att de som bor i närheten av verket ser annorlunda på frågorna än vad de andra gör. I den förra gruppen är det inte så stora skillnader mellan andelen, som har mest tilltro till myndigheternas och verkets information, medan en betydligt mindre andel har tilltro till miljöorganisationernas information. De som bor utanför den närmaste riskzonen tror i större utsträckning på miljöorganisationernas information.

### **Förklaringar till misstroendet**

Betyder det här att påståendet om allmänhetens brist på förtroende för riskanläggningar och deras information är överdriven? Nej, troligen inte, eftersom det finns en relativt stor grupp av människor, som är tveksam till den riskinformation som förmedlas i dag. En annan aspekt av det hela är att informationen kan komma att upplevas helt annorlunda i en krissituation. Varför föreligger det då ett misstroende mot företrädare för riskanläggningar och myndigheter? Svaren är säkert många. Ett svar är att historien har visat att nya teknik inte alltid klarar alla påfrestningar som tekniker, företagsledare och, i förekommande fall, myndigheter på ett tidigare stadium har hävdad. Titanic är bra exempel på det, eftersom det är så välkänt vid det här laget. Det händer regelbundet incidenter och olyckor i de kärnkraftverk, som

av många sägs vara i det närmaste hundra procentigt säkra.<sup>43</sup> Ett annat svar är att det har tidigare visat sig finnas intressegrupper, som har varit beredda att betala rätt stora ekonomiska belopp för att förhindra att information om potentiella risker kommer ut på marknaden. Ytterligare en variant av förklaring kan vara att allmänheten befärdar att eventuella skador av en farlig företeelse eller ett ämne utvecklas gradvis och att den fulla effekten av någonting skadligt kommer att framstå mycket längre fram i tiden. Många yrkesskador är exempelvis av den karaktären. Eftersom forskningen kring risker och vilka risker vi böra vara mer rädda för än andra inte är särskilt välutvecklad kan allmänheten också av det skälet finna anledning att misstro dem som är ansvariga för riskbedömningar, vilka också ofta är desamma som svarar för riskkommunikationen.<sup>44</sup>

### Ökad trovärdighet

Vad är det då som kan öka trovärdigheten? I fall där information skall lämnas om anläggningar, som redan finns etablerade på en viss ort och eventuella konsekvenser av sådana anläggningar, bl a sk Seveso-anläggningar, är det bra om den här symbiosen mellan den teknologiska och politiska eliten kan brytas. Om informationen skall uppfattas som trovärdig behöver en informationsgrupp eller en projektledning inte bara innehålla representanter för just de här grupperna. En fördel är självfallet om grupper, som normalt uppfattas som kritiker av samhällets frågor som rör risker, kan integreras i ledningen för verksamheten.

Något som avsevärt kan öka trovärdigheten är en ökad öppenhet och ärlighet i informationsverksamheten. Att lära sig säga "Jag vet inte" är kanske den viktigast lektionen i en kurs i riskkommunikation.<sup>45</sup> Det innebär dock att budskapet till mottagarna är att osäkerheten är större än vad som kanske tidigare har framgått. Det kan öka allmänhetens rädsla och också påverka förtroendet för myndigheten och/eller ett aktuellt riskföretag. Om nu förhållandena är sådana att den typen av information kan komma fram på annat sätt, dvs via andra aktörer på informationsmarknaden torde det vara

---

<sup>43</sup> När detta skrivs går det att i dagstidningarna läsa om flera incidenter i kärnkraftverk . Den 30 december 1998 rapporteras en olycka i det ryska kärnkraftverket Sosnovyj Bor utanför S:t Petersburg. Tre element med använt kärnbränsle rasade ner i en vattenbassäng. Ingen radioaktivitet läckte dock ut. Vad som orsakade olyckan är oklart. Incidenten var så allvarlig att den rapporterades till såväl Kärnkraftinspektionen i Sverige som Strålsäkerhetscentralen i Finland. Den 8 januari 1999 noteras att en bränsleskada upptäckts i reaktor 3 vid kärnkraftverket i Forskmärk. Verket stängdes för reparation. Den 10 januari 1999 rapporterade TT att närmare fem ton metalliskt uran som förvaras i aluminiumbehållare under vatten i Studsvik håller på att rosta sönder. Svafo, som ansvarar för behandling och slutförvaring, har ansökt om att snarast få skicka uranet till Sellafield i England för upparbetning.

<sup>44</sup> Jämför Sandman, Peter, M., *Responding to Community Outrage: Strategies for Effective Risk Communication*. AIHA Press/American Industrial Hygiene Association. Fairfax, VA. 1993. Sid 4.

<sup>45</sup> Det hävdar i varje fall Hance, B., et al, "Setting a Context for Explaining Risk", *Risk Analysis*. 9(1). Sid 116.



bättre att själv komma med den informationen.<sup>46</sup> Total öppenhet innebär att ingen utanför systemet har en chans att avslöja något som helst negativt om den egna verksamheten. Det är en god förutsättning för bra relationer med omgivningen. På sikt torde det kunna bidra till att bygga upp ett förtroendefullt samarbete på riskkommunikationsområdet.

Trovärdigheten ökar också om den som förorsakat en olycka eller en skada öppet tar på sig ansvaret för den och ber om ursäkt för det inträffade. Ett sådant förfaringsätt ökar förtroendet generellt för industriföretagen eller de anläggningar som är berörda och specifikt för det aktuella företaget eller anläggningen. En framförd ursäkt måste vara ärligt menad och inte framstå som ett indirekt försvar.<sup>47</sup>

Ökad trovärdighet skapas också genom att representanter för riskanläggningar generellt reagerar positivt på allmänhetens reaktioner. Det betyder att problem som påpekas eller synpunkter som framförs måste hanteras på ett deltagande sätt och inte teknologiskt. De bör inte ses som tekniska problem, vilket lätt kan bli fallet i sådana här sammanhang, där riskerna ofta emanerar ur tekniska produkter. Att reagera positivt innebär också att vara allmänt hövlig och tillmötesgående mot olika externa kontakter. Det betyder att riskkommunikationen egentligen är en del av den vanliga kommunikationsprocessen inom företag, organisationer och myndigheter. Ju bättre ett företag eller myndighet/organisation sköter sina externa kontakter dagligdags, desto större förtroendekapital har företaget byggt upp inför en risksituation. Det gäller faktiskt också den interna kommunikationen. Vi återkommer till dessa saker längre fram i texten.

### **Hur säkra är "säkra" system?**

Andemeningen i många inslag om risker har varit att systemen är mer eller mindre hundra procentigt säkra. Även om inte alla företagare och tekniker tror på en alldeles ofarlig produkthantering eller att processer alltid fungerar helt perfekt har man agerat på ett sådant sätt. Nedanstående citat är hämtat

---

<sup>46</sup> Jfr resonemangen i *"Improving Risk Communication"*, National Research Council. National Academy Press. Washington D.C. 1989. Sid 12.

<sup>47</sup> Sandman (Sandman, Peter, M., *Responding to Community Outrage: Strategies for Effective Risk Communication*. AIHA Press/American Industrial Hygiene Association. Fairfax, VA. Fourth edition. 1997. Sid 65) tar den ursäkt, som Exxon lämnade i samband med utsläppet i Valdez, som ett bra exempel på hur en ursäkt inte får se ut. Tonen var helt fel, enligt Sandman. Han menar att riskföretag får lära sig av den katolska kyrkan, där förlåtandet sker i fem steg; Du medger misstaget; Du säger att du är ledsen över det inträffade; Du försöker att reparera skadan och/eller lämna ersättning till de skadade; Du lovar att inte göra om det hela; Du underkastar dig offentligt en frivillig bestraffning, som symboliserar din ånger över det inträffade. Om du går igenom dessa steg blir företaget/anläggningen/verksamheten säkert förlåten. Problemet är att de flesta inte fullföljer processen. Många nöjer sig med att ta sig igenom de två första eller, möjligtvis, även det tredje, men tar sig inte längre.

från ett uttalande gjort av en australiensisk ingenjörsförening, som har kommit till insikt om svårigheten med så säkra system.<sup>48</sup>

"We know (or should know) that our models are limited in their ability to represent real systems, and we use (or should use) them accordingly. The trouble is that we are so inordinately proud of them that we do not present their limitations to the community, and leave the community with the impression that the models are precise and comprehensive."

Hur troligt är det att så verkligen är fallet och, hur sannolikt är det att en mottagare i dag skall tro på ett budskap av det slaget? Under de senast 10-20 åren har flera uppmärksammade olyckor inträffat som många, experter som lekmän, har bedömt eller trott inte skulle kunna inträffa – olyckorna vid kärnkraftverken i Three Mile Island 1979 respektive Chernobyl 1986, sprängningen av rymdkapseln Challenger 1980, utbrottet av "Galna kossjukan" 1996, m fl liknande fall. En del menar att osäkerheter är mer eller mindre inbyggda i systemet. Ett sådant exempel skulle den O-ring som ställde till olyckan med rymdfärjan Challenger kunna vara ett exempel på.

*"This component shows behaviour which is abnormal according to our original design-performance rules; however in several launches it has shown less than adequate performance without incident; its failure has been apparently within acceptable bounds (which we have made up under negotiation from experience as we went along)."*<sup>49</sup>

Efter alla dessa olyckor och incidenter, som har inträffat, men som inte skulle ha kunnat inträffa, är sannolikheten förmodligen låg att någon skall fästa tilltro till uppgifter om att det finns helt säkra system. Det betyder sannolikt att en sändare, som inte är medveten om ett sådant förhållande, riskerar att mista sin trovärdighet på ett tidigt stadium i kommunikationsprocessen.

Slutsatsen måste bli att budskapen i en riskkommunikationsprocess måste vara realistiska. Föreligger risker av olika slag finns det ingen anledning att inte redovisa dessa.

### **Många olika risker**

I ett utvecklat samhälle är antalet fenomen som kan förorsaka problem, kriser och katastrofer växande. Det betyder att de risker som är förknippade med så k Sevesoanläggningar bara utgör en del av samtliga tänkbara och, i vissa fall inte ens förutsebara, risker. Information om dessa anläggningar, dess möjliga konsekvenser och vad som skall göras om något händer med

---

<sup>48</sup> "Are You at Risk? Managing Expectations", Institution of Engineers, Australia, Standing Committee on Liability. Canberra. 1990. Sid 4.

<sup>49</sup> Wynne, B., Unruly Technology: Practical Rules, Impractical Discourses and Public Understanding. *Social Studies of Science*, 18. 1988. Sid 151.

dessa, konkurrerar med information om andra riskfenomen i samhället.<sup>50</sup> Vi vet mycket lite om hur människor tänker i dessa avseenden. Konkurrerar riskinformation från ett område med riskinformation från ett annat? Klarar vi som samhällsmedborgare att ta emot information om alla risker som kan tänkas finnas i vårt moderna samhälle? Kan det vara så att vi som människor har en inbyggd spärr mot alltför mycket negativ information och således inte kan hantera stora mängder riskinformation? Vilket beteende blir resultatet av alltför mycket riskinformation?

Avskärmningstendenser kan mötas med information, som är starkt relaterad till den enskilda individens verksamhet, liv och leverne. Eventuella stressymtom beroende på för stor mängd riskbudskap kan möjligtvis mildras av information, som visar hur risker skall hanteras.

### Varseblivna risker contra objektivt mätbara risker

Utgå generellt från att den varseblivna risken hos enskilda individer bland allmänheten ser helt annorlunda ut än vad en projektledning uppfattar som faktisk eller objektiv risk.<sup>51</sup> Att inte inse att så kan vara fallet kan hindra en effektiv kommunikation på flera sätt. Allmänheten kommer i sitt agerande både före, under och efter en nödsituation att ha den upplevda risken som rättesnöre för sitt handlande. Alla beslut som kommer att fattas tas utifrån subjektivt upplevda uppfattningar om aktuell risk och risksituation. Det betyder att informationsinsatser måste anpassas till detta. Inom ramen för den planerade kommunikationen måste försök göras att ta reda på och noggrant kartlägga allmänhetens bedömning av risker, behov av information, etc. Innehållet i den information som sedan går ut till allmänheten måste anpassas till den kunskap som erhållits på det sättet.

I det sammanhanget kan det vara bra att vara medveten om att människors uppfattning om risk vanligtvis inte bara innehåller en kognitiv, utan också en affektiv komponent. Det betyder att de som är medvetna om en risk också har en attityd till den. Attityden är vanligtvis negativ, eftersom de flesta inte accepterar förekomsten av risker överhuvud taget. Den uppfattningen innebär i praktiken att det nästan är uteslutet att en informatör av risker skulle kunna komma överens med en grupp av allmänheten om vad som är en acceptabel risknivå. En sådan grund för information gör det svårt att kommunicera risker rent generellt.

Att informera om de faktiska riskernas storlek försvåras på flera andra sätt. Det visar sig nämligen att det vanligtvis finns stora skillnader i bedömningen av risker dels mellan allmänhet och experter, dels mellan experter

---

<sup>50</sup> I litteraturen finns flera uppräknings av möjliga risker (se exempelvis Ulfvarson, Ulf, "Hur vet man vad som är skadligt för hälsa och miljö?" i Grimvall, Göran, Jacobsson, Per och Thedéen, Torbjörn (red), *Risker i tekniska system*. Utbildningsradions förlag. Stockholm. 1998. Sid 140ff), ibland associerade med uppskattade konsekvenser och dödstal (se exempelvis följande webbsidor hos universitet i Oregon: <http://uoregon.edu/disted/ph161/risk.html> och <http://uoregon.edu/disted/ph161/riskc.html>).

<sup>51</sup> Se bl a Sandman, Peter, M., *Responding to Community Outrage: Strategies for Effective Risk Communication*. American Industrial Hygiene Association. Fairfax. 1993.

sinsemellan. Allmänheten har en tendens till att överskatta de små riskerna och underskatta de stora.<sup>52</sup> I riskkommunikationssammanhang kan det betyda att allmänheten förväntar sig mer information om förhållanden i samhället som experter på området uppfattar som mindre riskfyllda och att den inte bryr sig om att efterfråga information på områden, där de faktiska riskerna är större än de förra. Det är relativt vanligt förekommande att experterna anser att riskerna är mindre än vad allmänheten gör.<sup>53</sup>

Experterna har ibland också olika uppfattningar om risker i vissa miljöer och när det gäller vissa fenomen i samhället. Eftersom riskbedömningar handlar om faror i framtiden är det naturligt att uppfattningarna varierar. Ju osäkrare faktorer som förs in i bedömningen, desto mer av gissning blir det över prognoserna och i desto mindre omfattning kan experternas kunskap ligga till grund för bedömningen av den aktuella risken. Det här är självfallet också något som allmänheten har i åtanke eller som i varje fall finns med vid bedömningen av riskprognosens säkerhet. Det bör de som arbetar med riskkommunikationen vara väl medvetna om.

Vad skulle då kunna vara lösningen på ovannämnda hinder för en effektiv riskkommunikation? En möjlig strategi skulle kunna vara att allmänheten ges tillgång till all tänkbar information och samtidigt delges upplysningar om hur beslutsfattare har kommit fram till de beslut, som resulterat i aktuell risk. Ett sådant förfaringsätt kan möjligtvis skapa en ökad förståelse för den aktuella situationen och för nödvändigheten av riskkommunikation, men kommer kanske inte att påverka människors grundläggande uppfattning om att risken inte borde ha fått uppstå.

### **Människor lär sig inte eller glömmar**

Ett växande problem är att andelen människor som inte nås av konventionella meddelanden ökar. Förklaringen till det kan variera. Det kan vara ungdomar som väljer andra informationskanaler än dem som vanligtvis brukar användas för att förmedla riskinformation, oavsett om det är i förebyggande syfte, i samband med en akut olycka eller i anslutning till efterarbetet. Det kan också vara sådana som på grund av lässvårigheter eller andra svårigheter (utelligare som inte har tillgång till massmedier överhuvud taget) inte förmår att ta till sig information i den form som den vanligtvis ges i samband med risker. Till den här kategorin svårångade människor hör självfallet många sociala avvikargrupper.

Hur löser man detta problem? Ett förslag till lösning, som kommer att återkomma flera gånger, är att lära känna sin målgrupp så bra som möjligt. Vetskapen om att målgruppen eller stora delar av den exempelvis har lässvårigheter påverkar rimligtvis utformningen av budskapet, både

---

<sup>52</sup> Sjöberg, Lennart och Britt-Marie Drott Sjöberg, "Hur upplever vi teknikens risker?" i Grimvall, Göran, Jacobsson, Per och Thedéen, Torbjörn (red), *Risker i tekniska system*. Utbildningsradions förlag. Stockholm. 1998. Sid 224.

<sup>53</sup> Sjöberg och Drott Sjöberg, (ibid., sid 225), visar exempelvis att ca tre fjärdedelar av experterna anser att frågorna kring slutförvaring av kärnavfall idag är tillfredsställande lösta, medan knappt en av tio bland allmänheten har samma uppfattning.

innehållsligt och formmässigt. Kunskapen om att målgruppen huvudsakligen består av avvikargrupper, som inte har tillgång till konventionella massmedier, tvingar fram andra lösningar på distributionen av informationen och på kommunikationsprocessen som sådan än vad som annars skulle ha varit fallet.

Ett stort problem i samband med all informationsverksamhet är att människor, om de nu trots allt har tagit del av informationen och lärt sig något, glömmar. Samtliga undersökningar, som intresserat sig för den här frågan, kommer fram till samma sak, nämligen att den skapade kunskapen, om hur man exempelvis skall gå tillväga vid en olycka, avtar successivt. I vissa fall går denna process relativt fort.

I tabell 2 redovisas resultaten från en studie som gjordes i Dordrecht, Nederländerna, 1989. Utfallet av kampanjen kunde mätas genom att en undersökning genomföres innan kampanjen genomfördes. Det gav underlag för jämförelser med resultaten från de undersökningar, som gjordes efter kampanjen. Dessa gjordes med olika intervaller, först en tre veckor efter kampanjen och senare en, som gjordes hela fem månader efter densamma. Vid förundersökningens genomförande kände en knapp femtedel (17%) till den korrekta betydelsen av larmsignalen. Andelen ökade till tre fjärdedelar några veckor efter kampanjen. Den sjönk därefter och efter fem månader var det knappt hälften (44%) som kände till signalens betydelse.<sup>54</sup> I genomsnitt hade en tredjedel glömt vad som är rätt beteende vid en akut krissituation drygt fyra månader efter den första eftermätningen, som alltså gjordes tre veckor efter själva kampanjen. Effekten av informationskampanjens budskap är påtaglig upp till en månad efter kampanjen, men avtar därefter högst avsevärt.

---

<sup>54</sup> Van Eijndhoven, Josée, C.M., Weterings, Rob, A.P.M., Worrel, Cor, W., de Boer, Joop, van der Pligt, Joop and Stallen, Pieter-Jan, "Risk Communication in The Netherlands: The Monitored Introduction of the EC "Post-Seveso" Directive", *Risk Analysis*. Vol. 14. No.1. 1994. Sid 93.

**Tabell 2. Andel som känner till lämpliga beteenden vid krissituationer före, tre veckor respektive fem månader efter en informationskampanj (procent).**

	Förundersökning (N=167)	Undersökning efter tre veckor (N=159)	Undersökning efter fem månader (N=73)
Beteende vid tjutande larmsirener:			
- går in och stannar i hemmet	18%	65%	38%
- stänger dörrar och fönster	28%	70%	38%
- slår av ventilationen	1%	23%	3%
- väntar på nyheter	12%	40%	26%
- avvaktar klarsignal	4%	12%	10%
- har behållit kort	-	85%	76%

Källa: "Handbook of information provision for disaster control". *Ministry of the Interior*. Hague. May 1995. Sid 29; Van Eijndhoven, José, C.M., Weterings, Rob, A.P.M., Worrel, Cor, W., de Boer, Joop, van der Pligt, Joop and Stallen, Pieter-Jan, "Risk Communication in The Netherlands: The Monitored Introduction of the EC "Post-Seveso" Directive", *Risk Analysis*. Vol. 14. No.1. 1994. Sid 93.

Undersökningen visar flera intressanta resultat, bl a är det lite förvånande att så få som en av tio i förundersökningen säger sig planera för att lyssna på nyheterna. Andelen ökar efter kampanjen, men minskar några månader senare med cirka 35 procent. Glömmer människor verkligen bort en sådan sak, frågar man sig. Det mest sensationella är ändå kanske att så få som 1 procent förstod att stänga ventilationen vid ett larm. Här hade kampanjen stor effekt och andelen ökade till närmare en fjärdedel för att sedan sjunka tillbaka till nästan samma låga andel som innan kampanjen.

Det här fenomenet är naturligtvis också aktuellt under en pågående kris, även om det förmodligen inte inträffar under den mest dramatiska fasen av olyckan. En olycka med långsiktiga konsekvenser kan följaktligen komma att bli mindre uppmärksammas efter en viss tid. Om olyckan, även i ett längre perspektiv, kan ha negativa konsekvenser för allmänheten eller delar av den bör särskilda informationsåtgärder sättas in.

Fenomenet, att människor lätt glömmer till och med relativt farliga situationer, kan komma att utnyttjas av mindre nogräknade riskkommunikationer. I vissa sammanhang har det visat sig att räddningsaktörer räknat med

att allmänheten så småningom skall förlora intresse för den aktuella olyckan.<sup>55</sup>

För en informatör är det viktigt att redan på ett tidigt stadium av kommunikationsprocessen vara medveten om glömskeeffekten. Det gör det möjligt att planera för den i en aktuell informationskampanj eller i något annat sammanhang, där kontakt etableras med allmänheten eller valda delar av densamma. Ett relativt enkelt knep är att till de berörda dela ut dekaler, minneslappar eller liknande som innehåller väsentlig information exempelvis om vad som skall göras vid en akut olycka. Informationen kan vara i sådan form att den kan sättas upp på kylskåpet eller annan plats i huset, där människor vanligtvis vistas rätt ofta. Ovannämnda undersökning visar att drygt tre fjärdedelar (76 %) av hushållen sparade den inplastade informationslappen och hade den kvar till och med fem månader efter kampanjen. Ett annat sätt är att återkomma till de berörda med påminnelser med vissa jämna mellanrum.

## Hinder som är relaterade till samhället och samhällsutvecklingen

### Kunskaper, attityder, värderingar förändras snabbt

Generellt gäller att brist på kunskap om allmänheten eller den del av allmänheten, som en informationsansvarig i risksammanhang vill kommunicera med, kan vara förödande för kommunikationsinsatserna. Det torde ha framgått ovan. Den som initierar en kommunikationsprocess bör alltså ha god kännedom om i varje fall vissa egenskaper hos den tänkta målgruppen, som exempelvis dess kunskaper om vissa förhållanden av vikt i en aktuell krissituation, dess attityder till involverade företag, organisationer, etc. Problemet i dagens svenska samhälle med ett stort utbud av medier och flöde av information är att ny information hela tiden skapas. Grunden för den nya informationen kan var nya tolkningar av gamla data, men också att forskningen presenterar helt nya data, som kanske går emot gällande, etablerade uppfattningar. Ny information, alldeles oavsett dess kvalitet, kan snabbt förändra människors egenskaper vad gäller just sådana saker som kunskaper och attityder. Sådana förändringar inträffar i första hand om det sker några dramatiska händelser, som omkullkastar tidigare antaganden och

---

<sup>55</sup> Så var t ex fallet med den rök- och giftskadade kontorsbyggnaden i Binghamton. En representant för det konsultbolag, VERSAR, som så småningom kom att anlitas av myndigheterna för att lösa hela frågan, konstaterar att "VERSAR has done this before and found that people lose interest fairly quickly. Nobody will care at some point if the press work is done right. A few people are still interested in the details of the medical stuff, interested in residual levels around the building, a litte interested in the safety precautions in the cleanup, but this is a minor part of it." (Clarke, Lee, *Acceptable Risk? Making Decisions in a Toxic Environment*. University of California Press. Berkely/Los Angeles/London. 1989. Sid 131f). Den slutsats vi kan dra av detta uttalande är att medierna betraktas som verktyg i "uppstädningens processen". Under den senare fasen av den aktuella olycka uppsöktes chefredaktörer och personer i liknande ställning av representanter för myndigheterna på platsen i syfte att försöka förmå medierna att bli mindre kritiska till de myndigheter som hanterat olyckan och uppstädningen efter densamma.

teorier. Sannolikheten att de inträffar beror också på hur centrala objekten för attitydbildningen är. Inställningen till objekt, som inte är särskilt centrala för individen eller som denne inte har särskilt mycket kunskap om, kan relativt lätt ändras.

Incidenter och olyckor, som inträffar efter en genomförd förundersökning, där allmänhetens kunskaper, attityder och värderingar har klarlagts, kan medföra att de erhållna resultaten inte längre gäller. Här kan massmedierna spela en avgörande roll och det gäller för den informationsansvarige att vara observant på vilka frågor som kommer upp i massmedierna och hur dessa vinklas. Det kan till och med finnas anledning att delta i eventuella debatter eller på annat sätt försöka påverka en diskussion, som förefaller ta en vändning som inte är saklig eller balanserad.

### **Det finns konkurrerande grupper och information**

Eftersom mycket av den hittillsvarande informationsverksamheten har varit meddelanden från företag och/eller myndigheter riktade till allmänheten, har det i rätt stor utsträckning varit fråga om att överföra vad som från företagens/myndigheternas sida uppfattats som korrekt och adekvat information. Den "korrekta" synen på risker har ställts mot allmänhetens "felaktiga" syn på samma fenomen. Det har gällt att göra allmänheten medvetna om samma saker som företagen och myndigheterna och också synen på dessa fenomen.<sup>56</sup> Det har huvudsakligen rört sig om tekniska faktorer. En del menar att myndigheter och experter har funnit det relevant att begränsa informationen i det avseendet - och inte lämna utrymme för några sociala dimensioner - i syfte att ge vissa huvudgrupper i debatten ett övertag när det gäller tillgång på information och allmän trovärdighet.<sup>57</sup>

Vad som i ökad utsträckning har hänt på senare år är att alltfler organisationer och mer eller mindre löst sammansatta grupper ger sig in på opinionsbildningsområdet. Fler personer och grupper av personer vill helt enkelt ha ett ord med i laget när det gäller riskfrågor i samhället. Det betyder i praktiken att det gamla, enkla mönstret med en sändare, ett definierat budskap och där sändare, kanal, budskapet är anpassat efter tänkt syfte till en tänkt målgrupp, inte längre gäller.

Nu kan information i olika riskfrågor förmedlas, avsiktligt eller oavsiktligt, av en mängd olika aktörer. Det kan vara miljöaktivister, etablerade miljö-rörelser som exempelvis Greenpeace, avhoppade anställda från riskföretag, enskilda kommunpolitiker, etc. I första hand är det kanske de lokala och regionala medier som utnyttjas av dessa grupper för att föra ut det egna budskapet. I vissa fall kanske grupperna uppfattas som mindre seriösa och tolkas som marginella inslag i debatten. I andra fall framstår de som mer

---

<sup>56</sup> Se exempelvis Krimsky, S. and A. Plough, *Environmental Hazards: Communicating Risks as a Social Process*. Auburn House Publishing Company. Massachusetts. 1988. Sid 298f.

<sup>57</sup> Se t ex Nelkin, D, "The Political Impact of Technical Expertise", *Social Studies of Science*, 5. 1975. Sid. 36.



seriösa till sin karaktär. Att grupper av det här slaget saknar resurser i form av vetenskaplig expertis, tillgång till instrumentell utrustning, etc skall inte underskattas. Som rörelse kan de vara mycket bättre förankrade i samhället än vad företrädare för såväl riskföretag som kommunala myndigheter är. I vissa fall, när det exempelvis gäller Greenpeace, har organisationerna i fråga ofta också tillgång till samma typ av expertis som de "etablerade" organisationerna. Skillnaderna i förutsättningar för informationsverksamheten minskar därmed.

Resultatet av detta är att informationsstrukturen inte längre är lika enkel - en sändare och en stor grupp mottagare - som tidigare utan att den i vissa fall kan bli mycket komplicerad - många sändare till många olika mottagare. En generaliserad bild är att den tidigare, enkla informationsmodellen huvudsakligen var tekniskt inriktad. Budskapet var att den välutvecklade tekniken klarade de flesta, om inte alla, problem, som kunde tänkas uppstå i en riskanläggning. Syftet med informationen var huvudsakligen att övertyga mottagarna om förträffligheten hos det tekniska systemet och därmed lugna eventuellt oroliga personer. Mot den typen av information kan vi i dag ställa den som kan komma från andra opinionsbildande grupper i samhället. Det har blivit viktigare att nå mottagaren direkt.<sup>58</sup> Många av de nya informationsgruppernas syfte är att ifrågasätta alla tekniker och teknologiska processer. Inga system kan byggas så att de är hundra procentigt säkra är budskapet. Om inte annat så är människan systemets svaga länk.<sup>59</sup> Det scenario, som dras upp är att det värsta, som kan hända, kommer att hända.

Flera olika aktörer med olika intressen gör att det blir svårt att förutse och bedöma olika kunskaps- och opinionsbildningsprocesser. De som ansvar för informationsinsatser av riskkaraktär har att ta ställning till många olika fenomen i samhället, som bl a har att göra med människors förhandsuppfattningar, graden av alternativa informations-/opinionsbildningsrörelse, etc. För en kommunikator blir det viktigt att ta reda på hur konkurrensen ser ut.

---

<sup>58</sup> I ett pressmeddelande från Rutgers' Center for Environmental Communication (CEC), som gjort en studie av kemiska företag och deras kommunikationsinsatser i händelse av en tänkt katastrof konstateras bl a att "many managers recognize that it may make more sense for companies to releases their information directly to the public rather than have someone else do it for them". ("Rutgers report offers guidance on communication chemical release data", Pressmeddelande från Rutgers, The State University of New Jersey. 1998-09-09. <http://aesop.rutgers.edu/-cec/PUBS/wcpress.html>).

<sup>59</sup> Se Wynne's resonemang om "human error" i Wynne, B., *Unruly Technology: Practical Rules, Impractical Discourses and Public Understanding. Social Studies of Science*, 18. 1988.

### 3. En modell för kommunikation av risker

Nedan har ett försök gjorts att systematisera stegen i en kommunikationsprocess, som involverar såväl en kampanjverksamhet som en mer utredande, undersökande verksamhet och där syftet överensstämmer med målsättningen formulerad ovan. Även om det i figur 1 framstår som att stegen tas ett efter ett fungerar det i praktiken inte på det sättet. Många, för att inte säga de flesta, aktiviteterna genomförs mer eller mindre parallellt.

#### Utgångsläge – Problemidentifiering

Genom det s k Sevesodirektivet har problemet identifierats. Ett antal industrier i Sverige bedriver en verksamhet, som kan vara farlig för allmänheten. De åläggs genom Sevesodirektivet att lämna information till myndigheterna avseende riskerna. Den berörda allmänheten skall hållas informerad om den aktuella verksamheten, vidtagna säkerhetsåtgärder och lämpligt förfaringssätt vid en eventuell olycka. I och med avtalet har problemområdet definierats. Därmed skapas en medvetenhet kring problematiken både bland berörda företag och kommuner. Samtidigt växer det fram ett stort informationsbehov hos allmänheten. Sannolikt har en mycket liten del av befolkningen inom ett riskområde kunskap om aktuella risker och hur de skall bete sig i en nödsituation. Hur informationsbehovet skall tillfredsställas bör lämpligen diskuteras inom ramen för en projektgrupp, där berörda aktörer är involverade.

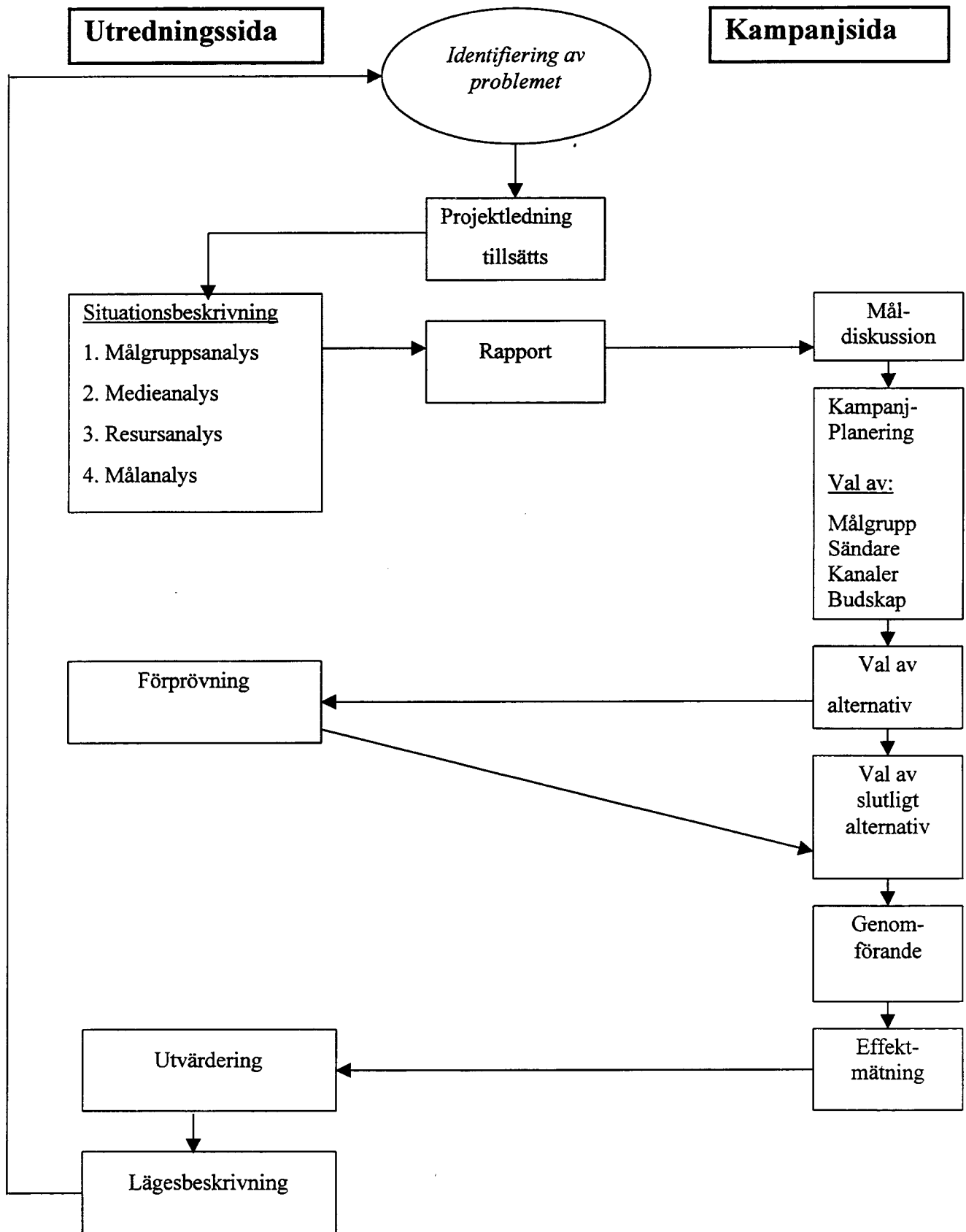
#### En projektgrupp tillsätts

På ett så tidigt stadium som möjligt bör en projektgrupp skapas.<sup>60</sup> Gruppen skall ha det övergripande ansvaret för att Sevesodirektivet implementeras på orten och därmed också för kommunikationsinsatserna i anslutning till direktivet. Gruppen bör bestå av representanter för aktuellt/-a riskföretag och kommun samt medie- och kommunikationsvetenskapligt kunniga personer. De senare kan hämtas från reklam- och konsultbyråer inom näringslivet och/eller forskare med kommunikationsvetenskaplig bakgrund vid universitet och högskolor. Företagen bör representeras i gruppen av någon person med säkerhetsansvar inom företaget respektive någon som kan företagets informationsverksamhet. Från kommunens sida bör Räddningstjänsten och informationsavdelningen vara representerad. En av kommunens representanter bör vara sammankallande i gruppen.

---

<sup>60</sup> En tidigare forskningsöversikt pekar just på att forskningen har uppmärksammat problemen att skapa en slagkraftig organisatorisk samverkan (Flodin, Bertil, *Myndigheters kriskommunikation. En kunskapsöversikt*. Psykologiskt Försvär. Rapport nr 163:2. Stockholm. 1993. Sid 57).

Figur 1. Schematisk bild över en riskkommunikationsprocess



## Projektgruppens uppgifter

Några av **projektledningens övergripande uppgifter** bör vara att:

- **öka medvetenheten** hos berörda personer, allmänhet och opinionsledare, om de riskförhållanden som råder i samhället. Ett sätt att göra det på är att förse ledningsgruppens personal, opinionsbildare och andra med intressanta idéer, tankegångar, uppslag, etc som kan användas av dessa personer i bl a kontakterna med representanter för massmedierna. Det kan ge upphov till artiklar i tidningar, inslag i radio och TV, etc.
- **utveckla förmågan att besvara frågor** hos projektledningen och till dem nära anknutna individer och institutioner. Det gäller att på ett så adekvat och tillförlitligt sätt som möjligt besvara de tänkbara frågor som kan dyka upp. Det är alltid svårt att förutse vilka frågor som kan bli aktuella i samband med en riskinformationskampanj. Det kan därför vara nödvändigt att utöva någon slags aktivitet, där målsättningen är att försöka ta fram så många tänkbara frågeställningar som möjligt och sedan besvara dessa.
- **ta fram ett måldokument** för såväl det långsiktiga målet med verksamheten som det mer kortsiktiga målet med en viss kampanj. Det innebär först av allt att diskutera sig fram till ett relevant innehåll och en lämplig utformning av en kampanj.
- **utforma en skriftlig kommunikationsplan** för verksamheten. Den skall dokumenteras och spridas till berörda aktörer. Det finns skäl att se till att planen undertecknas av dessa. Det innebär bl a att det aldrig kan uppstå något tvivel, om hur uppläggningsen var tänkt från början. En formell, skriftlig plan innebär högre sannolikhet för att sådana element (detaljerade uppgifter om syfte med kommunikationsverksamheten, de mer specifika målen med densamma, tänkta effekter inom vissa tidsintervaller, tänkta målgrupper, etc) ingår i planen, som gör det möjligt att i efterhand utvärdera den på ett korrekt sätt.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Lundgren räknar upp fem olika skäl till varför kommunikationsplanen bör redovisas skriftligt:

1. Det är mycket mindre risk att en skriven plan försvinner än olika lösa anteckningar.
2. Någon kan under verksamhetens gång få för sig att ifrågasätta metoder och sätt att lösa olika problem. Det kan då vara bra att ha en utförlig plan med vars hjälp arbetet kan försvaras.
3. En formell plan, som är undertecknad av ledningarna för berörda enheter, kan underlätta vid prioriteringar inom organisationen och få specifika saker att gå snabbare än vad annars skulle ha varit fallet.
4. Formella planer innebär en högre grad av organisering än informella planer, som kan vara mer eller mindre oklara i sin form. Det innebär vanligtvis att det är lättare att få medel för en formell plan än en annan.
5. Det är lättare att värdera uppnådda resultat om man har en formell plan, som klart och tydligt redovisar vad planen avser att uppnå. (Lundgren, Regina, *Risk Communication: A Handbook for Communicating Environmental, Safety, and Health Risks*. Battelle Press, Columbus, Ohio. 1994. Sid 101).

- **ta fram en tidsplan** för verksamheten utifrån fastställda mål. Tidsplanen måste innebära att samtliga aktiviteter listade i figur 1 måste värderas i tid.
- **genomföra lämpliga informationsåtgärder** och att se till att dessa systematiskt utvärderas.

## Den ideala modellen

En något så när omfattande och ambitiös informationskampanj inkluderar vanligtvis en förundersökning, vars primära uppgift är att kartlägga läget. Den kan med fördel göras i två steg. Först genomförs en kvalitativ undersökning, där syftet är att skapa en plattform för den senare studien. Genom den kvalitativa undersökning tas uppgifter fram om vilka variabler som är mest väsentliga i sammanhanget. När detta material har systematiserats, formulerats i frågor och satts på pränt i ett frågeformulär genomförs en större undersökning, som är så utformad att det går att generalisera dess resultat till en större målgrupp. Utifrån den senare undersökningen kan vi få generaliserbara uppgifter om vad allmänheten kan och inte kan, vilka attityder den har för och emot olika aktuella fenomen i samhället, etc.

Därefter genomförs själva informationskampanjen som, vilket sades inledningsvis, helst bör kompletteras med andra åtgärder än renodlade informationsinsatser. När dessa är genomförda bör ytterligare en undersökning, en effektmätning, genomföras som utvärderar resultaten av själva kampanjen och ställer de erhållna uppgifterna i relation till den första mätningens resultat.

Efter en viss tid behövs en uppföljande undersökning. Någon sådan redovisas dock inte här. Vi vet från tidigare undersökningar att allmänheten har en tendens till att glömma bort budskapet efter en viss tid. Den uppföljande studiens syfte är att undersöka i vilken utsträckning och vad som fallit i glömska för att kunna rätta till uppgifterna framöver. I sig kommer uppföljningen att fungera som en påminnelse och alltså ha en mer omfattande effekt än bara en utvärdering av redan gjorda insatser.

Projektledningens första, konkreta arbetsuppgifter blir att beskriva den aktuella situationen i kommunen vad gäller berörda grupper av människor, vilka resurser som står till buds för informationsverksamheten och utifrån det precisera verksamhetens mål.

## Situationsbeskrivning 1: Målanalys

Målanalysens syfte är att, på såväl kort som lång sikt, lägga fast ett mål för informationsverksamheten och naturligtvis också för annan verksamhet som ingår i arbetet med att uppnå de övergripande målen. För informationsverksamheten är det viktigt att formulera långsiktiga mål som sedan kan brytas ned i mer kortsiktiga sådana. Ett långsiktigt mål kan vara att en viss

andel av medborgarna i exempelvis en kommun inom en femårsperiod skall veta exakt vad som skall göras i en nödsituation. Kortsiktigare mål är oftast direkt relaterade till en viss kampanj. Det kan vara att en viss andel av populationen skall ha sett ett visst budskap, att attityderna skall ha förändrats i en positiv riktning bland en större grupp av medborgare än tidigare, osv.

## Situationsbeskrivning 2: Målgruppsanalys

En målgruppsanalys innebär dels att identifiera intressanta målgrupper, dels att analysera hur dessa målgrupper ser ut. Några frågeställningar är viktiga i sammanhanget, nämligen

- Vilka är de viktigaste målgrupperna i kommunikationsprocessen?
- Vilka egenskaper, som är väsentliga ur kommunikationssynpunkt, har de som är berörda av en riskanläggning?
- Vilken kunskap om eventuella risker i samhället har de berörda målgrupperna?
- Vilken inställning eller vilka attityder har de berörda till aktuella företag, myndigheter och organisationer på platsen?
- Vilken kunskap har målgruppen när det gäller beteendet i risksituationer?

### Allmänheten består av en heterogen grupp av människor

Den viktigaste målgruppen för informationsinsatser i samband med Seveso-direktivet är de personer som kan bli berörda av en olycka vid en riskanläggning. De kallas nedan för allmänheten. Ur informations- och kommunikationssynvinkel bör den dock inte ses som en homogen grupp. I de allra flesta fall går det att dela in målgruppen efter olika demografiska kriterier. I det här sammanhanget finns det anledning att skilja allmänheten åt efter var personerna bor i förhållande till riskanläggningen. Det är lämpligt att dela in området kring en anläggning i olika riskzoner och anpassa informationen efter det. Målgruppsindelningen kan vara bra att ha klart för sig redan när data om de berörda samlas in. Om det är möjligt kan frågeställningar, datainsamlingsteknik, m.m., anpassas efter hur målgrupperna ser ut.

### Demografiska kriterier

För att förstärka effekterna av ett budskap kan det vara lämpligt att dela in den potentiella mottagargruppen i olika undergrupper, dvs målgrupper för informationen. Ett skäl till det kan vara att det möjliggör en anpassning av informationen till olika grupper. Ett annat skäl är möjligheten att kunna anpassa eventuella åtgärder vid en kris. Indelningen i olika målgrupper kan göras utifrån olika kriterier, som exempelvis sysselsättning, ålder, boende-

miljö och liknande. Det finns väl anledning för varje informatör att fundera över vilka kriterier som är lämpligare än andra att använda i just det aktuella fallet.

### **Olika riskzoner – olika informationszoner**

En demografisk variabel viktigare än någon annan torde vara bostadens belägenhet i förhållande till riskanläggningen. Det är lämpligt att dela in området kring en potentiellt farlig anläggning i olika riskzoner. Indelningen bör göras efter hur viktig en risksituation är för den enskilde individen och inte efter några snabbhetskriterier.<sup>62</sup> I den mån konsekvenserna av en eventuell nödsituation kan avgränsas geografiskt med hjälp av en systematisk analys av olycksscenarier, kan det var lämpligt att ha denna indelning som underlag för uppdelningen av informationen.<sup>63</sup> För att information om den aktuella gruppen skall kunna samlas in i förväg förutsätts att det finns ett register av något slag med motsvarande indelningsgrund, ur vilket ett urval av person kan ske.

### **Anställda på riskföretag**

Anställda på det eller de aktuella riskföretaget/-n är, som vanliga medborgare, potentiella mottagare av information. Även om det kan förväntas att de redan via företaget har fått information om vilka risker som kan tänkas föreligga och hur man skall bete sig i nödsituationer, måste de informeras. De är, som grupp betraktad, dock mer intressanta som vidareförmedlare av information än som mottagare av densamma. Eftersom de anställda eller före detta anställda kan tänkas besitta mer kunskap än allmänheten och vara, allmänt sett, mer insatta i det/de aktuella företagens/ens speciella problem och svårigheter än andra, kan de kanske också bidra på olika sätt med att förmedla den kunskapen och erfarenheten vidare. De personliga kontakterna och ”mun-till-mun”-metoden visar sig ofta vara effektivare än andra, mer formella, informationskampanjer.

De anställda kan vara till nytta genom att de av projektgruppen i samarbete med företaget görs medvetna om sin speciella roll och utbildas för det ändamålet. De kan också spela en roll i samband med företagsvisningar och andra, liknande typer av ”öppet-hus”-aktiviteter inom företaget eller i anslutning till dess verksamhet.

---

<sup>62</sup> *Guidelines on Risk Communications*. Treasury Board of Canada Secretariat (<http://www.tbs-sct.gc.ca/tb/rad/english/finrisk.html>)

<sup>63</sup> I Frankrike gjordes exempelvis en avgränsning till dem som bodde inom 5 km från de aktuella anläggningarna. Omkring 120 000 människor fick på det sättet den formella informationsbroschyren hemsänt till sig.

## Olika typer av målgrupper

Sammanfattningsvis går det att urskilja ett antal olika målgrupper, som alla kan bli föremål för intresse i en förundersökning. Följande är ett av flera möjliga förslag till systematisering av sådana grupper.<sup>64</sup>

- Personer boende inom ett tänkt riskområde.
- Personer som tillfälligt vistas i ett riskområde
- Grannar till riskanläggningar.
- Industrin, framför allt riskframkallande industrier.
- Myndigheter på riskområdet.
- Politiker på olika nivåer.
- Aktivister på riskområden.
- Anställda och tidigare anställda på riskföretag.
- Särskilt intresserade individer eller grupper.
- Experter eller andra med speciella kunskaper inom ett visst område.
- Olika massmedier och deras representanter.

För att uppnå en effektiv kommunikationsmiljö behövs det specifik kunskap om var och en av ovannämnda målgrupper. Kunskapen kan tas fram i nedanstående förundersökning.

## Metoder för att studera allmänheten

### Förundersökningens uppläggning

En informationskampanj bör inledas med en förundersökning vars syfte är att ta reda på de tänkta mottagarnas kunskaper, attityder, värderingar, erfarenheter, mm, dvs så många som möjligt av de egenskaper som kan förväntas ha relevans för uppläggningsen av kampanjen. En kampanj eller annan form av kommunikationsinsats, som inte är anpassad till målgruppens egenskaper i olika avseenden, tenderar att ha motsatt effekt än den avsedda. Om informationen inte är relevant för mottagaren eller presenteras på ett relevant sätt kan mottagaren uppleva den som onödig, som ett slöseri med statliga eller kommunala medel eller som en direkt oförskämdhet. Det kan framför allt bli fallet om målgruppen söker information inom området i fråga och inte erhåller den av dem, som upplevs vara ansvariga.

---

<sup>64</sup> Uppdelningen gör inte anspråk på att vara uttömmande. Den bygger på Sandmans kategorisering (se Sandman, Peter M., *Responding to Community Outrage. Strategies for Effective Risk Communication*. American Industrial Hygiene Association. Fairfax, VA. Fourth edition. 1997. Sid ii)



## Två steg ger både djup och bredd

Hur skall då förundersökningen<sup>65</sup> genomföras? Vår kunskap om kommunikationsprocesser på riskområdet är generellt så begränsad att det förefaller viktigt att gå mycket systematiskt tillväga när det gäller att samla in data om målgrupperna. Det betyder att försöka samla in data via personliga intervjuer med ett begränsat antal personer för att därefter vända sig till ett större urval för att få deras uppfattning i de frågor, som den första studien har visat vara intressanta inledningsvis.

## En kvalitativ ansats

Vid en tidpunkt, när kunskapen är relativt begränsad vad gäller allmänhetens erfarenheter av och attityder till risksituationer samt beteenden i nödsituationer och vilka faktorer som styr dessa variabler, finns det anledning att på olika sätt försöka sätta sig in i hur människor funderar och resonerar kring risker i samhället. Är "risker" centrala frågor för människor? Är det något de diskuterar ofta eller mindre ofta med sin omgivning? Om de diskuterar sådana saker, med vilka är det de för en dialog? Frågor av de här slaget är svåra att få svar på, om man inte ägnar varje sagesman relativt stor uppmärksamhet, dvs att man låter var och en få prata förhållandevis fritt om sådana här fenomen, dvs utan alltför långtgående styrning.<sup>66</sup> Det antyder att den första typen av studier som bör företas inom området riskkommunikation, dvs innan man vet mer om hur det egentligen ser ut, är en form av kvalitativa studier<sup>67</sup>, där försök görs att gå på djupet och verkligen penetrera

---

<sup>65</sup> Ordet "förundersökning" används ibland med två olika innebörder. I det ena fallet avses närmast en pilotundersökning för att testa frågor och frågeformulär, dvs en undersökning som föregår en större, bredare upplagd studie. I det andra fallet avses en självständig undersökning som genomförs före en informationskampanj och som är avsedd att ligga till underlag för kampanjen i fråga. Det är i den meningen begreppet används i det här sammanhanget. Begreppet "förundersökning" antyder att det också finns en "efterundersökning". Så behöver inte vara fallet, men utan en sådan är det svårt att avgöra om kampanjen har varit lyckad eller inte.

<sup>66</sup> Covelle, et al, säger att "do not make assumptions about what people know, think, or want done about risks. Take the time to find out what people are thinking: use techniques such as interviews, focus groups, and surveys." (Covello, Vincent, T., Sandman, Peter, M., and Paul Slovic, *Risk Communication, Risk Statistics, and Risk Comparisons: A Manual for Plant Managers*. Chemical Manufacturers Association. Washington D.C. 1988. Sid 4.)

<sup>67</sup> Om undersökningen skall genomföras av den egna organisationen rekommenderas några relativt enkla handböcker i kvalitativ metod, som exempelvis Svensson, Per-Gunnar och Bengt Starrin (red), *Kvalitativa studier i teori och praktik*. Studentlitteratur. Lund. 1996 (262 sid.); Trost, Jan, *Kvalitativa intervjuer*. Studentlitteratur. Lund. 1993. (81 sid.) Inom den samhällsvetenskapliga forskningen skiljer man ofta mellan kvalitativ och kvantitativ forskningsinriktning och avser vanligtvis datainsamlingsmetoden. Kvalitativa intervjuer, som inte är standardiserade och strukturerade, görs för att undersöka, upptäcka och förstå något som man inte känner så bra. Det gäller att komma på faktorer och egenskaper som är viktiga för att förklara variationer hos det studerade fenomenet. Kvantitativa intervjuer, dvs standardiserade frågor och frågeformulär, används för att möta egenheter som redan är kända hos ett objekt. Syftet med den här typen av intervjuer är vanligtvis att undersöka hur olika variabler fördelar sig i en population (se exempelvis Starrin, Bengt och Renck, Barbro, "Den kvalitativa intervjun" i Svensson, Per-Gunnar och Bengt Starrin (red), *Kvalitativa studier i teori och praktik*. Studentlitteratur. Lund. 1996. Sid 53.)

människors status vad gäller riskkommunikationsfrågor.<sup>68</sup> Kunskapen behövs för att på ett adekvat sätt lägga upp den senare delen av förundersökningen.

Antalet intervjuer är svårt att uppskatta. Det beror lite grann på i vilken utsträckning det är möjligt att indela mottagargruppen i olika undergrupper. Ju fler egenskaper som förefaller vara viktiga för mottagarens ställning i den aktuella frågan, desto fler personer bör intervjuas. Det kan röra sig om allt från 4-5 personer till ett trettiotal. Eftersom antalet intervjuer inte behöver bestämmas i förhand, kan beslutet anstå. Intervjuernas resultat får ange var gränsen går. När marginalnyttan av samtalen tenderar att minska finns anledning att avsluta datainsamlingen.

En kommunikationsprocess med ett avancerat informationsinnehåll, kräver således att sändaren först gör rätt ingående undersökningar av vilken kunskap målgruppen kan förväntas ha, om den aktuella frågan eller riskområdet diskuteras inom målgruppen och i sådana fall hur eller ur vilka aspekter.<sup>69</sup> Avsikten är att det insamlade materialet skall ligga till grund för hypoteser, frågeformuleringar, formulärkonstruktion, inför en större och bredare upplagd undersökning och kanske också till valet av personer som skall ingå i den undersökningen.

### **En kvantitativ uppföljning**

Datainsamlingen i nästa steg kan ske på olika sätt. Vanliga metoder är observation, intervju och enkät. I princip kan även redan insamlade registerdata vara intressanta att ta del av. Det är alltid svårt att avgöra vilken metod som skall användas. Några generella regler existerar inte. Den egna erfarenheten, frågeställningarnas karaktär, svarandegruppens egenskaper, m.m., påverkar sannolikt valet. Observation är en mindre vanligt förekommande datainsamlingsmetod, även om den nog i det här sammanhanget har ett visst berättigande. Det skulle exempelvis vara intressant att kunna observera hur mottagarna hanterar eventuella informationslappar, som är avsedda att sparas för framtida bruk.

Vanligtvis står valet mellan att göra en intervjuundersökning, antingen i form av personliga intervjuer eller telefonintervjuer, eller en enkätundersökning. Den senare genomförs nästan uteslutande som en postenkät. I tabell 3 jämförs de två metoderna. Minustecknet avser att metoden i fråga är underlägsen den andra i det aktuella avseendet och ett plustecken avser det

---

<sup>68</sup> En holländsk fallstudie, som rapporteras av Wynne, visar att resultaten från två studier, där data samlats in dels via en kvalitativ dels via en kvantitativ metod, uppvisar stor likhet. Det konstateras dock att resultaten var mer lika efter att informationen har givits än innan, dvs den snedvridande effekten av frågor med slutna alternativ är större då de svarande inte riktigt vet hur de skall svara. (Wynne, Brian, *Empirisk utvärdering av information till allmänheten om risker för stora industriolyckor*. EU-kommissionen. 1992).

<sup>69</sup> Jfr diskussionen hos Fischhoff, Baruch and Downs, Julie, S., *Communicating Foodborne Disease Risk*. *Emerging Infectious Diseases*, 3(4). 1997. Sid 489-495.

omvända. Som framgår har de båda metoderna varierande fördelar och nackdelar.

Olika datainsamlingsmetoder kan visa sig vara mer eller mindre lämpliga för olika målgrupper. Eftersom det minskar möjligheten till jämförelser mellan de olika grupperna måste ett sådant förfaringssätt motiveras väl av andra skäl. Det är också tänkbart att olika metoder används vid olika tillfällen eller tidpunkter i en undersökning.

---

**Tabell 3. En jämförelse mellan intervju och enkät som datainsamlingsmetod**

---

Variabel	Intervju	Enkät
Pris	-	+
Antal intervjupersoner	-	+
Mängd individdata	+	-
Bortfall	+	-
Svarens nyansering	+	-

---

Källa: Rosengren, Karl Erik och Arvidson, Peter, *Sociologisk metodik*, Almqvist&Wiksell. Falköping. 1992.

Ofta finns postenkäten som datainsamlingsmetod vara överlägsen andra metoder. Skälet till det är framför allt att den går att genomföra bland ett stort antal personer utan alltför stora kostnader. Både personliga intervjuer och telefonintervjuer blir vanligtvis betydligt dyrare att använda sig av. Det är också möjligt att ställa ett tillräckligt stort antal frågor i en enkät.<sup>70</sup>

### **Tillfråga ett stort urval**

Den kanske vanligaste frågeställningen i det här sammanhanget är hur många personer, som skall ingå i urvalet? Den statistiska teorin säger oss att ju fler personer vi har med, desto säkrare resultat erhåller vi. Det statistiska fel, som beror på att vi inte undersöker samtliga i populationen utan bara ett begränsat urval, kan beräknas. Det möjliggör att på förhand bestämma med

---

<sup>70</sup> Wynne, som utvärderat erfarenheter från kampanjer i tre länder och förhållandena i ett tredje land utan särskild informationskampanj, hävdar att det finns tydliga praktiska fördelar med telefonintervjuer, men också tveksamheter kring själva datainsamlingsmetoden. Hans slutsats är att telefonintervjuer skall användas om det finns tydligt praktiskt berättigande, men enbart tillsammans med andra metoder som gör det möjligt att kontrollera oförutsedda data.

vilken säkerhet vi vill uttala oss och vilka felmarginaler vi är beredda att acceptera när det gäller den aktuella undersökningen.<sup>71</sup>

Antalet personer<sup>72</sup> som skall väljas att delta i förundersökningen bör vara relativt stort, förslagsvis någonstans mellan 1000 och 1500 personer.<sup>73</sup>

En frågeställning som väcks i det här sammanhanget är om undersökningen, för- och eftermätningen, skall genomföras som en panelstudie, dvs att samma människor som besvarar den första frågeomgången även besvarar frågorna vid det andra tillfället. Fördelar med detta förfaringssätt är att det går att mäta individuella förändringar. I en situation, där kunskapen är begränsad, kan det vara speciellt intressant att kunna studera individuella förändringar över tid.

Nackdelarna med panelstudier är huvudsakligen två. Det ena problemet är bortfallets storlek. Alla surveyundersökningar har relativt stora bortfall. I en enkätundersökning rör det sig vanligtvis om 25 till 30 procents bortfall, ibland ännu mer. Panelundersökningar tenderar att ha ännu större bortfall i den andra omgången. Det betyder i praktiken att kanske mindre än hälften av de ursprungliga respondenterna är kvar efter det andra mättillfället.

---

<sup>71</sup> Om urvalet har gjorts slumpmässigt är det representativt för populationen. Det betyder att det går att generalisera mätresultatet från stickprovet till populationen. Eftersom det rör sig om ett urval blir mätresultatet inte perfekt utan hamnar inom ett intervall, konfidensintervall, som kan statistiskt beräknas. Intervallet varierar utifrån den säkerhet med vilken man vill uttala sig. Intervallet varierar också beroende på hur fördelningen ser ut och efter hur många som ingår i undersökningen. Med ju större säkerhet man vill uttala sig, ju närmare det uppmätta värdet ligger 50 procent och ju färre personer som ingår i undersökningen, desto större blir intervallet. Som exempel kan vi nämna att det sanna värdet vid en uppmätt fördelning av 50 procent med 95 procents säkerhet ligger mellan 40 och 60 procent vid ett urval om 100 personer. Ökas urvalet till 500 personer ligger intervallet mellan 45,5 och 54,5 procent. Om urvalet uppgår till 1000 personer ligger intervallet inom 46,8 och 53,2 procent. 1600 personer i urvalet innebär att intervallet minskas till mellan 48,5 och 52,5 procent.

<sup>72</sup> I princip kan man tänka sig att analysobjektet inte är enskilda personer utan hushåll. Väljer man det senare uppstår vanligtvis problem med vem som inom hushållet/familjen skall besvara formuläret eller delta i eventuella andra datainsamlingsmetoder inom ramen för undersökningen. Möjligtvis kan hushåll vara ett lämpligt analysobjekt vid den kvalitativa undersökningen.

<sup>73</sup> I de undersökningar, som redovisas av Wynne, har antalet respondenter varit alltför få för att man skall kunna dra några säkra slutsatser utifrån dessa studier. I Storbritannien tillfrågades 67 hushåll och 41 svarade. Visserligen gjordes djupintervjuer i dessa hushåll, men antalet var definitivt för lågt för att kunna användas i mer generaliserande diskussioner om förhållandena i Storbritannien eller ens på den aktuella orten. I Nederländerna gjordes en enkätundersökning bland 160 personer. Undersökningen kompletterades ett halvt år senare med en telefonintervjuer med ett urval av dessa och ett nytt urval, som tidigare inte hade blivit föremål för undersökning. I Danmark skickades ett frågeformulär till 350 personer, varav 140 svarade (ett bortfall på hela 60 procent). Undersökningen kompletterades med 50 telefonintervjuer. Det största urvalet gjordes i Frankrike. Där utvaldes 600 personer slumpmässigt inom det aktuella området. De fick sig tillsänt ett frågeformulär.

Wynne anser, trots de metodologiska bristerna, att man kan förlita sig på resultaten från undersökningarna. Detta på grund av samstämmigheten med olika metoder och den fördjupning av perspektivet som erhållits genom att fältarbetarna tidigare hade varit engagerad i liknande undersökning. (Wynne, Brian, *Empirisk utvärdering av information till allmänheten om risker för stora industriolyckor*. EU-kommissionen. 1992.)

Det andra problemet med panelundersökningar är att den första mätningen gör respondenterna medvetna om problematiken på ett annat sätt än vad de skulle ha blivit om bara kampanjinformation hade nått dem. Uppmärksamheten kring de aktuella frågorna ökar och de resultat som senare uppmäts är naturligtvis färgade av denna effekt.

Problemen går att lösa exempelvis med hjälp av övertygande information om värdet av att vara med i undersökningen och, när det gäller den andra typen av problem, genom att använda sig av kontrollgrupper, vars data ställs i relation till panelgruppens data. Med sofistikerade metoder går de flesta av de effekter, som uppstår över tid och på grund av att respondenterna deltar flera gånger, att ta hänsyn till och de verkliga kommunikationseffekter kan isoleras. Det kräver dock en relativt avancerad undersökningsdesign.

### Vad bör vi veta om allmänheten?

I en asymmetrisk informationsprocess, där sändaren vanligtvis har små möjligheter att skapa sig en bild av mottagaren och dennes upplevelse av informationen på grund av brist på återföringsmöjligheter, kan sändaren länge leva med felaktig kunskap om mottagarsidan. Mottagarna kan exempelvis ha en från sändaren helt avvikande bild av risken förknippad med en viss industri. Den kan vara både överdriven och underskattad. Inför en informationskampanj är inget av alternativen särskilt bra. Framför allt inför en sådan kampanj gäller det att få en korrekt bild av allmänhetens uppfattning om risker. Det kan ske genom en förundersökning. Målsättningen med undersökningen och kampanjen måste bli att se till att riskuppfattningen blir så korrekt som möjligt.

Det finns olika typer av kunskaper, som är intressant att ta del av i det här sammanhanget. En typ av information gäller vad allmänheten känner till om riskerna i närsamhället. En annan gäller de berördas bedömningar av riskerna. Frågor som är intressanta att få svar på är, Vilka typer av risker uppfattas som aktuella i samhället? På vilket sätt uppfattas riskerna ha skapats? Hur tror allmänheten att riskerna kan minimeras? Hur tror de berörda att riskerna regleras och av vem/vilka? Vilka åtgärdsplaner, tror allmänheten finns? Hur har man informerats om dessa (om de finns)? Vem/vilka har informerats och vem/vilka har ansvaret att informera om detta? Vad gör man i en nödsituation?

### Varseblivningen av risker

Just i en kommunikationsprocess är, som redan har nämnts ovan, allmänhetens varseblivning av en aktuell risk en viktigare variabel än den faktiska risken i sig. Det är den upplevda risken som den enskilda individen kommer att utgå från när han eller hon bestämmer sitt handlande i förhållande till risken eller den nödsituation som kan ha uppstått. Det betyder att allmänhetens varseblivning av aktuell risk bör bli föremål för granskning. I det ingår att undersöka **attityden** till det som skapar risken, **riskintensiteten**, dvs allmänhetens genomsnittliga bedömning av risker och **upplevd specifik**

**risk**, dvs den risk som allmänheten förknippar med den aktuella anläggningen.<sup>74</sup>

### **Kunskap om orsaker**

Det förefaller som att allmänheten i varje fall i en del länder är väl medveten om aktuella risker i samhället. Däremot saknas uppenbarligen information om vilka processer, som skulle kunna orsaka olyckor och om deras särskilda följder.<sup>75</sup> Om detta även gäller svenska förhållanden är oklart och måste undersökas i en förundersökning.

### **Kunskap om ansvar**

I de fyra länder som undersöktes av EU-kommissionen visade sig de flesta människor vara ovetande om hur ansvaret för att kontrollera faror och risker är uppbyggt. Kunskapen om lämpligt beteende och vem som svarar för anvisningar om sådana tycks också vara begränsad. I sammanfattningen av undersökningen<sup>76</sup> konstaterar utredaren att det förefaller troligt att ytterligare information av detta slag skulle kunna höja allmänhetens förmåga att reagera rätt, om en olycka skulle inträffa.

### **Uppfattning om myndigheternas riskhantering**

Mottagarna kan också ha en alltför stor tilltro till myndigheters och företags sätt att hantera eventuella krissituationer. De utgår kanske från att dessa tar hand om uppkomna kriser och att de själva inte behöver bekymra sig särskilt mycket över detta. Det innebär förmodligen att de inte bryr sig om att ta till sig information i dessa frågor i någon större utsträckning. Varför skall de bry sig om informationen, om andra i alla fall löser problemen förknippade med den?

### **Benägenheten att följa givna råd**

En annan typ av information gäller huvudsakligen hypotetiska frågor av typen, Vad är människor benägna att göra i händelse av ett nödläge, alldeles oavsett vad de kommer ihåg av den officiella informationen de fått? Vad tror de om en eventuell olycka, hanteringen av denna och den egna rollen? Genom att fråga människor om tänkbara olycksscenarier och realismen, flexibiliteten samt genomförbarheten i planläggningen är det möjligt att få

---

<sup>74</sup> Upp till 60 procent av riskperceptionen kan förklaras av en modell med i princip de nu uppräknade faktorerna (Se Sjöberg, Lennart och Britt-Marie Drott Sjöberg, "Hur upplever vi teknikens risker?" i Grimvall, Göran, Jacobsson, Per och Thedéen, Torbjörn (red), *Risker i tekniska system*. Utbildningsradions förlag. Stockholm. 1998. Sid 230)

<sup>75</sup> Se Wynne, Brian, *Empirisk utvärdering av information till allmänheten om risker för stora industriolyckor*. EU-kommissionen. 1992.

<sup>76</sup> Se Wynne, Brian, *Empirisk utvärdering av information till allmänheten om risker för stora industriolyckor*. EU-kommissionen. 1992.

kunskap om och under vilka förhållanden människor är benägna att tro på och följa givna råd och om hur de kommer att agera i händelse av en nödsituation. Direkta frågor till allmänheten om de tror på den officiella informationen eller inte och varför, kan också ställa. För att få fram en heltäckande bild av hur allmänheten ser på detta måste sådana frågor kompletteras med mer indirekta frågor.

### **Redan etablerade attityder**

Det kan vara så att mottagarna, långt innan en informationskampanj har lanserats, har intagit en viss attityd för eller emot ett företag eller ett objekt. Redan etablerade attityder eller värderingar är betydligt svårare att ändra på än sådana som är mindre centrala alldeles oavsett om ställningstagandet vilar på felaktiga grunder eller inte. Det talar för att informationsinsatser bör göras tidigt vid eventuella riskförändringar inom en kommun.

### **Förtroendet**

Som redan har framkommit i det här sammanhanget och i andra liknande sammanhang är det upplevda förtroende för dem som hanterar frågor, som har med stora olyckor och risker att göra, en väsentlig egenskap i kommunikationssammanhang. Ju bättre vi känner till de potentiella mottagargruppernas uppfattning i denna fråga, desto bättre bedömningar av hur gruppen kommer att reagera i en nödsituation har vi.

Förtroende, som egenskap, kan mätas på olika sätt. Ett sätt är att i kvantitativa termer mäta begreppet på samma sätt som andra egenskaper. På grund av begreppets karaktär och dess vikt i just det här sammanhanget finns det anledning att något djupare, än vad som kan göras i en brett upplagd surveyundersökning, granska begreppet. Det betyder att begreppet "förtroende" i första hand bör undersökas genom personliga intervjuer med ett begränsat antal personer. Dessa personer bör representera olika mottagargrupper ur allmänheten.

### **Hur meddelanden förstås**

Det kanske vanligaste problemet vid asymmetriska informationsåtgärder är att mottagarna har svårt att förstå och ta till sig informationen. Oftast torde det bero på att språket är för svårt, att tekniska termer används och att inga försök görs för att anpassa budskapens utformning till en bredare allmänhets förmåga och intresse. Olika målgruppers språkbruk, kunskaper och erfarenheter är således bra att känna till.

### **Påverkande faktorer**

Ett närliggande frågeområde gäller vilka faktorer som påverkar hågkomsten, trovärdigheten och viljan eller förmågan att handla baserat på riskinformation, exempelvis andra informationskällors betydelse och betydelsen av

andra händelser och erfarenheter för människors reaktioner på officiell information.

### **Bakgrundsdata**

Det slutliga området inom vilket information bör insamlas gäller respondenternas bakgrundsdata, såsom uppgifter om deras relationer till den eller de riskanläggningar som är berörda, tidigare erfarenheter av nödsituationer, etc.

Ett specifikt problem i kampanjen av det aktuella slaget och i därmed sammanhängande förundersökningar är om data även skall omfatta andra än fast boende personer. Enligt Sevesodirektivet skall de som kan anses berörda ges information och därmed omfattas även de som tillfälligt vistas i det aktuella riskområdet. Därmed bör dessa också bli föremål för motsvarande kartläggning som andra tänkbara målgrupper. Det kan ske på bl a genom särskilda undersökningar av turister, människor boende på ortens hotell, etc.

Ett antal konkreta frågeställningar<sup>77</sup> redovisas i bilaga.<sup>78</sup>

## **Situationsbeskrivning 3: Medieanalys**

### **Kunskap om media**

På samma sätt som det är viktigt att lära känna sin målgrupp är det viktigt att lära känna medierna och deras sätt att arbeta. Uppgifterna behövs både vid planerandet av informationskampanjer och när information skall lämnas i samband med att en olycka har inträffat.<sup>79</sup> I första hand gäller det att kartlägga vilka medier som kan vara aktuella att utnyttja på den specifika orten, oavsett om det är lokala, regionala eller nationella medier. Det kan också vara viktigt att lära känna enskilda journalister särskilt på de lokala medierna.

Effekten av ett visst meddelande kan variera en hel del beroende på utnyttjade media. Det kan naturligtvis också variera på grund av utformningen av meddelandena. Delvis hänger valet av medier samman med valet av budskap, eftersom vissa budskap lämpar sig bättre i vissa medier än i

---

<sup>77</sup> Om professionell hjälp inte tas, föreslås att projektledningen konsulterar handböcker i kvantitativa metoder som exempelvis Trost, Jan, *Enkätboken*. Studentlitteratur. Lund. 1994 (140 sid); Rosengren, Karl Erik och Peter Arvidson, *Sociologisk metodik*. Almqvist& Wiksell. Falköping. 1992 (eller senaste upplaga).

<sup>78</sup> Avsnittet bygger på en bilaga i Wynnes rapport (Wynne, Brian, *Empirisk utvärdering av information till allmänheten om risker för stora industriolyckor*. EU-kommissionen. 1992.) kallad "Grundläggande protokoll angående allmänhetens reaktioner – frågeformulär", som utgör appendix 4.1. I appendixet redovisas dels den nämnda bakgrundsinformation, dels ett antal frågor som utgjort stomme i tre undersökningar i Danmark, Frankrike och Nederländerna. I appendix 4.2 redovisas en brittisk variant av frågeformuläret.

<sup>79</sup> Viktiga meddelanden till allmänheten (VAM) beordras via SOS Alarm av räddningschefen. Vissa medier måste ta in dessa meddelanden utan tidsutdräkt. Det gäller numera också de flesta privata, lokala radiostationer.



andra. Vid vanliga informationskampanjer är det bara en bråkdel som kommer ihåg vad de har hört eller sett. Gör vi analogier med förhållandena i USA kan vi räkna med att allmänheten kommer ihåg ca 10 procent av vad de läser, 20 procent av vad de hör, 30 procent av vad de ser och 50 procent av vad de ser och hör.<sup>80</sup> Det här talar självfallet för utnyttjande av TV i planeringen av riskkampanjer. I synnerhet som det har visats att visualiseringar i färg ökar inläringen och att meddelanden kan erinras av mellan 55 och 78 procent av mottagarna under sådana informationssituationer. Å andra sidan är det bara 3 procent av budskapet i ett TV-spot, som kommer från en verbal källa. Det är viktigt att tänka på om man har ett speciellt budskap. Det betyder också att, om TV som medium utnyttjas, det krävs relativt enkla budskap om de skall gå fram.

Medieanalysen innebär således att en lista över aktuella medier tas fram. Det kan också vara lämpligt att undersöka aktuella kostnader för att annonsera i respektive kanal. Massmedier och övriga möjliga kanaler, som kan användas i sammanhanget, diskuteras närmare under avsnittet "Val av kanaler".

## Situationsbeskrivning 4: Resursanalys

Den fortsatta utredningen och själva informationskampanjen måste försäkras ekonomiska resurser. Det blir således nödvändigt att göra en analys av såväl intäkter som kostnader. I Sevesodirektivet sägs att industrin skall stå för kostnaderna i samband med informationsgivningen. Det framgår också att myndigheterna har ansvaret för att informationen ges. Det kan komma att föranleda en del diskussioner både om informationens omfattning och kommunikationsprocessens form. Varje enskilt beslut under såväl utredningsfasen som informationskampanjen kommer att vara beroende av vilka medel som står till förfogande.

## Rapport från en förundersökning

När ovannämnda situationsbeskrivningar har genomförts, sammanställs en rapport med de viktigaste resultaten. Materialet bildar underlaget för en eller flera informationskampanjer. Först bör rapporten kunna ligga till underlag för en konkret måldiskussion om de i tid mest närliggande informationsinsatserna.

## Måldiskussion

Vad är det då de konkreta informationskampanjerna skall rikta in sig på? I första hand är det att göra allmänheten medveten om förekomsten av en, alternativt flera, farliga anläggning i det område som den vistas i, vilka

---

<sup>80</sup> Uppgifterna är hämtade från the U.S. Bureau of Advertising och refereras av the Treasury Board of Canada Secretariat (<http://www.tbs-sct.gc.ca/tb/rad/english/finrisk.html>).

säkerhetsåtgärder som har vidtagits för att minimera konsekvenserna av en eventuell olycka och hur allmänheten skall förfara vid en eventuell nödsituation.

I ett längre perspektiv och som motiv för att göra noggrannare undersökningar kring allmänhetens kunskaper och beteenden kommer frågor kring hur påverkan har skett, dvs vilka variabler har varit väsentliga när det gäller att skapa kunskaps- och beteendeförändringar. Är det kampanjmetoderna, utbudets innehåll och/eller form, sammanhanget som sådant, etc som varit avgörande för eventuella effekter?

Inför en konkret kampanj bör mycket konkreta mål för densamma sättas upp. Det underlättar inte bara planeringen av kampanjen utan också möjligheten att utvärdera densamma på ett adekvat sätt. Som grund för formuleringen av konkreta mål bör förundersökning ligga. Den kan ge information om det aktuella kunskapsläget inom populationen. Målsättningen kan anges i andelar av målgruppen som skall uppfylla vissa krav. Det skulle kunna vara att

- 70 procent av målgruppen skall veta att de skall hålla sig inomhus och stänga fönster och dörrar vid en larmsignal,
- 70 procent skall veta att de skall lyssna på radion för eventuella instruktioner,
- 30 procent skall veta att de skall stänga av ventilationen i huset och
- 90 procent skall ha tillgång till ett plastat kort, som innehåller de viktigaste anvisningarna (om ett plastat kort har använts).<sup>81</sup>

Ungefär en månad efter kampanjen bör en effektmätning genomföras, där utfallet av kampanjen mäts i relation till målsättningen.

## Kampanjplanering

Inför kampanjarbetet gäller det att försöka förutse så många tänkbara framtida risksituationer som möjligt och planera för dem informationsmässigt.

Själva kampanjen, dvs informationen till allmänheten om säkerhetsåtgärder och om rätt åtgärder i händelse av en nödsituation, kan utformas på olika sätt. Det kan vara ett enkelt brev till allmänheten i de berörda områdena till en mer omfattande kampanj, där många olika målgrupper och medier kan involveras.<sup>82</sup> De slutsatser som kan dras av en del genomförda praktikfall är

---

<sup>81</sup> Andelarna förefaller rimliga vid en första informationskampanj utifrån våra erfarenheter från liknande studier (jfr uppgifter redovisade i tabell 2). Självfallet måste målen anpassas till de resultat som förundersökningen kommer fram till.

<sup>82</sup> Wynne redovisar fyra praktikfall på området. I ett av fallen, som gäller Storbritannien, användes den relativt enkla metoden att informera samtliga hushåll i ett brev. Avsändare var den lokala myndigheten och brevet innehöll ett kort med information hur hushållen

att informationsinsatser med relativt begränsad omfattning, exempelvis brev med kort med information om hur allmänheten skall bete sig i en nödsituation, är mindre framgångsrika än de fall där kampanjen kompletteras med andra aktiviteter, som exempelvis program i radio och TV, offentliga möten, skolbesök och liknande. Inte särskilt förvånande kan vi konstatera att ju fler - genomtänkta – informationsaktiviteter som genomförs, desto kunnigare kommer allmänheten att bli och desto säkrare kommer den att känna sig.

## Val av målgrupper

I avsnittet om målgruppsanalys diskuterades olika tänkbara målgrupper för riskinformationen. I övrigt har begreppet "allmänheten" använts som beteckning på målgruppen. Den formellt riktiga definitionen av målgruppen i det här sammanhanget är "personer som löper risk att påverkas av en allvarlig olyckshändelse". I praktiken har vi hittills kunnat notera att åtminstone fyra olika tillvägagångssätt har använts för att identifiera målgruppen, nämligen:

1. Aktuell industri har själv bestämt vilka som skall få information och hur den skall se ut.
2. Någon form av administrativa gränserna (exempelvis en kommun) har använts som informationszon.
3. Väl definierade olycksscenarioer med tillhörande effektkriterier (definierat utsläpp/brand/explosion med kriterier för allvarlig skada) har använts.
4. Isoriskkurvor, där individrisken för dödsfall definieras och gränserna för information sätts efter det.<sup>83</sup>

Den formella definitionen inkluderar inte bara de som bor inom riskområdet, vilka vi vanligtvis tänker på, utan även personer som mer eller mindre tillfälligt vistas inom området. Det går således att urskilja två typer av målgrupper utifrån deras anknytning till orten.

Som nämnts tidigare finns det anledning att fundera över om det finns områden i riskanläggningens närhet, som kommer att drabbas i större utsträckning eller på ett annat sätt än övriga områden och att det krävs speciella åtgärder för att ta till vara de personers välbefinnande som befinner

---

skulle förhålla sig i en nödsituation. Två andra fall, från Frankrike respektive Holland, uppvisar en betydligt mer genomarbetad planering och utformning av kampanjen, där både för- och eftermätning av effekter ingick i projektet. Ytterligare ett praktikfall redovisas. Det är från Danmark och skiljer sig från de andra genom att någon aktiv information från myndigheter inte har getts. Däremot har det berörda företaget efter ett antal incidenter i verksamheten bedrivit en relativt aktiv informationsverksamhet. (Wynne, Brian, *Empirisk utvärdering av information till allmänheten om risker för stora industriolyckor*. EU-kommissionen. 1992).

<sup>83</sup> Uppgifterna kommer från Maria Smeder, Räddningsverket, 1999-02-08.

sig i området. Det innebär förmodligen också att informationsåtgärderna måste anpassas. Om en sådan indelning kan ske i form av två geografiskt avgränsade områden kan vi skilja mellan:

- boende inom den närmaste riskzonen
- tillfälligt vistande personer inom den närmaste riskzonen
- boende strax utanför den närmaste riskzonen
- tillfälligt vistande personer inom den närmaste riskzonen.

Innebörden i meddelandena till de boende och de som vistas tillfälligt i området torde vara densamma. Samma sak gäller informationen till de som bor eller vistas i den närmaste omgivningen. Skillnaden ligger i hur de fast boende respektive de i området tillfälligt vistande skall nås. De boende kan relativt lätt nås med information i sina hem. Besökarna måste kunna få sin information på annat sätt, exempelvis genom turistbyråer, bensinstationer, hotell, vandrarhem, företag, etc. En fråga som projektledningen måste ta ställning till är om försök skall göras att i förväg informera tillfälliga besökare eller inte och, om gruppens bestämmer sig för att göra det, hur detta skall gå till.

Om projektgruppen väljer att göra en mer omfattande kampanj än att bara försöka nå den primära målgruppen, blir de målgrupper som nämndes ovan, intressanta att titta lite närmare på. I försök att på ett så effektivt sätt nå den primära målgruppen kan det också bli intressant att studera hur andra kanaler kan tänkas användas i det arbetet.

## Val av källa/sändare

### **Effektiv kommunikation kräver trovärdig kommunikator**

Ett budskap har för mottagaren alltid en avsändare, vare sig denne görs tydlig eller inte i själva meddelandet. Ibland skiljer man mellan källan till budskapet och sändaren av detsamma. När det gäller planerad kommunikation är det inte ovanligt att källan använder sig av en populär och trovärdig sändare för att få ut sitt budskap på ett så effektivt sätt som möjligt. Kommunikation i risksammanhang skiljer sig sannolikt från en del andra budskap i just det här avseendet. Det är sannolikt inte lätt för en källa, som vanligtvis också är källan till själva risken, att ersätta sig själv med en annan sändare, om man skulle finna det meningsfullt. Problemet med en källa/sändare är att den kanske inte upplevs av allmänheten som trovärdig. De i riskkommunikationen inblandade aktörerna - riskföretag, myndigheter och experter - kan alla uppfattas vara parter i målet och därför inte helt tillförlitliga när det gäller att kommunicera riskmeddelanden. Tydligast är väl partsförhållandet hos det aktuella företaget, men även myndigheter kan var belastade genom beslut som har fattats tidigare. Vanliga fel hos tekniker och vetenskapsmän, som sändare av budskap inom riskområdet, är att de inte inser sin begränsning när det gäller olika typer av kunskaper, att de

visar oenighet i uppfattning i för allmänheten viktiga frågor och att de ofta saknar förståelse för allmänhetens intressen i sammanhanget.<sup>84</sup> Sannolikheten för låg trovärdighet är större om den givna informationen uppfattas som enkelriktad, dvs i sammanhang där det inte ges några eller mycket minimala möjligheter att kommunicera med sändaren.

Om ett budskap framstår som trovärdigt beror i stor utsträckning på vem som uppfattas vara källa till budskapet och hur källan varseblivs och bedöms av mottagaren. En källa framstår som **mer trovärdig** än andra om:

- han eller hon av mottagargruppen kan uppfattas som på något sätt relaterade till denna. Om källan/sändaren av budskapet kan visas ha samma bakgrund som mottagargruppen kommer det att öka trovärdigheten väsentligt.
- personen i fråga uppfyller vissa kriterier som bedöms viktiga av mottagargruppen, exempelvis hög formell utbildningsbakgrund, erkänd expert på området, etc,
- informationen lämnas i lugn och sansad form och att sändaren uppfattas som obunden av särintressen, dvs kan uttrycka olika ståndpunkter,
- kommunikationen kan föras på en personlig nivå, där den till och med kanske kan upplevas som personligt riktad. Det kräver att informationen riktas in på konkreta saker och att abstrakta, teoretiska resonemang undviks så långt möjligt är.
- han eller hon uppfattas ha en stark position i den egna organisationen, dvs det skall vara en person som av mottagarna uppfattas kunna ha inflytande på händelseförloppet. Det har diskuterats mycket om det exempelvis i en krissituation alltid måste vara den verkställande direktören för riskföretaget som måste uttala sig. Uppfattningarna varierar, men det väsentliga förefaller vara att företagets, organisationens företrädare uppfattas ha en stark ställning inom enheten.
- personen ifråga inte framstår som en stereotyp av en speciell yrkeskategori. Mottagare av ett budskap kan bedöma samma typ av budskap mycket olika på grund av olika uppfattningar om vissa yrkeskategorier eller andra grupperingar i samhället. Ett och samma budskap kan således uppfattas mycket olika om det uppfattas komma från exempelvis ett inblandat företags informationschef, som uppenbart framträder i sin roll som ansvarig för informationen, en kommunal miljöchef, som uppenbart framträder i sin roll som kommunal byråkrat, eller en mer neutral person.<sup>85</sup>

---

<sup>84</sup> Jfr Covello, Vincent, von Winterfeldt, Detlof and Paul Slovik, "Communicating Scientific Information about Health and Environmental Risks: Problems and Opportunities from a Social and Behavioral Perspective" in Davies, J., Clarence, et al (eds.), *Risk Communication*. The Conservation Foundation. Washington D.C. 1987. Pp 110-112.

<sup>85</sup> I några tidningar och i vissa TV-inslag i samband med Estonia-olyckan kom representanter för rederiaktiebolaget Nordström&Thulin, som ägde hälften av rederiet Estline, som i sin tur ägde den förlista färjan Estonia, att presenteras just som stereotypa

- utlovade aktiviteter verkställs och allmänheten informeras om att så skett. Det är bara handlingar som bedöms av mottagarna, inte några väl genomtänkta avsikter. Det betyder att det är till mer skada än nytta att uttala intentioner om dessa med säkerhet inte kan fullföljas.<sup>86</sup>
- det lämnade budskapet levereras på ett sådant sätt att formen överensstämmer med innehållet. Det är viktigt att sändarens kroppsspråk signalerar samma sak som det som sägs. Ett klart och entydigt budskap som framförs på ett tveksamt, otydligt sätt ifrågasätts lättare än ett budskap där det finns en klar överensstämmelse mellan vad som sägs och hur det sägs. Om trovärdigheten hos någon part i inledningen av en kommunikationsprocess är detta naturligtvis ännu viktigare. Generellt kan också sägas att ju mer involverade allmänheten är i en viss fråga, dvs desto viktigare frågan är, desto större betydelse har den icke-verbala delen av kommunikationen.

Trovärdigheten är dock inget som är givet eller inte givet en viss källa en gång för alla. Tvärtom är det någonting som kan variera en hel del över tid beroende på en mängd olika faktorer. En sådan faktor är graden av komplicerat innehåll. När ett ämne är komplicerat och därmed svårt att sätta sig in i omedelbart åtnjuter experter hög trovärdighet, medan, om ämnet är mindre komplicerat, till och med vanliga personer i vår närhet kan uppfattas som trovärdiga källor.<sup>87</sup>

### Neutral källa ett önskemål

Av ovanstående framgår relativt klart att det är önskvärt med en informationskälla som kan upplevas som något så när neutral och därmed också trovärdig. Utifrån tidigare refererade undersökningsresultat vore förmodligen den ideala situationen att låta den kommunala räddningstjänsten stå som avsändare av informationen. Om så sker och om det aktuella riskföretaget står för kostnaderna för kommunikationsinsatserna bör detta förklaras. Det finns annars risk att räddningstjänsten på ett för dem mindre fördelaktigt sätt förknippas med företag och kampanjer, som på sikt kan vara förödande för deras trovärdighet. Under förutsättning att en projekt-

---

företagsledare. De visades alltid upp i situationer som kunde anspelas till företaget och med en klädsel som kunde förväntas höra till just den kategorin av människor. De kom aldrig att framställas som "vanliga människor". Förmodligen passade det vissa medier att framställa dem på det sättet, när de samtidigt anklagades för att vara bovarna i dramat.

<sup>86</sup> I samband med olyckor av det slag vi nu behandlar föreligger ofta ett starkt tryck på att snabbt få fram upplysningar om vilka som kan tänkas finnas med bland de skadade eller omkomna, samtidigt som det har visat sig mycket svårt att få fram korrekta uppgifter av det aktuella slaget. Det förekommer ändå att listor lämnas ut just på grund av den mycket starka pressen på inblandat företag. Oftast visar sig listorna vara inkorrekta, vilket återverkar på informationslämnarens trovärdighet.

<sup>87</sup> Se exempelvis Jarlbro, Gunilla, "Effektiv riskkommunikation - En fråga om förtroende?" i Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (red), *Opinionssamhället*. SOM-rapport nr 20. SOM-institutet. Göteborgs universitet. 1998. Sid 120.

grupp inrättats, som föreslagits ovan, är det naturligt att den gruppen blir den som står som källa till samtliga insatser på kommunikationsområdet.

### **Flera olika aktörer i samarbete är bra**

Som nämndes ovan finns i dag ofta flera aktörer på informationsmarknaden. Den kommunala myndighet eller projektgrupp, som har ansvaret för att sprida den information som måste spridas enligt Sevesodirektivet, är sannolikt inte ensam om att vilja sprida information till allmänheten. Samarbete kan ske både med dem som har samma uppfattning i en fråga och med dem som har andra idéer.

I första hand kanske det är lämpligt att försöka etablera kontakter med andra trovärdiga källor som lokala opinionsledare, forskare, miljöorganisationer eller andra organisationer som har gjort sig kända för att värna om allmänhetens intressen, exempelvis Röda Korset, Lions, m fl. Den här typen av kontakter och goda relationer tar vanligtvis relativt lång tid att bygga upp, varför aktivitet av liknande slag bör ingå i ett företags och en myndighets planering på längre sikt. Ju större överensstämmelse mellan de olika aktörernas uppfattning om hur informationsfrågorna skall hanteras, desto smidigare borde samarbetet gå.

I andra hand kan det bli fråga om att försöka etablera ett samarbete med exempelvis en person, organisation eller annan myndighet, som kan ha andra synpunkter på aktuell anläggning eller risk än vad den egna organisationen har. Målsättningen kan var att försöka minska de uttalade konflikterna.<sup>88</sup> Ett samarbete gör förmodligen inte bara informationen enklare för allmänheten utan innebär säkert både högre trovärdighet och större effekt. Den här typen av samarbete kan vara svårt att etablera och fungerar säkert inte i alla situationer. En långsiktig inriktning mot ett samarbete av det här slaget kan vara en del i att utveckla sociala relationer som tidigare inte har uppfattats som möjliga. Samarbetet kan vara viktiga i ett längre perspektiv. Relativt korta och avgränsade informationskampanjer löser förmodligen bara en del av de problem som är förknippade med en riskanläggning.

### **Stark projektledning önskvärd**

Projektledningen bör demonstrera hederlighet, uppenbar vilja att samarbeta och stark integritet. Vid eventuella debatter bör den hålla sig till fakta, vara öppen och avhålla sig från personliga attacker på enskilda journalister eller medier. Det är också viktigt att projektledningen reagerar snabbt, entydigt och utan ifrågasättande av allmänhetens eventuella oro.

---

<sup>88</sup> Covello, et al, konstaterar att "Few things make risk communication more difficult than conflicts or public disagreements with other credible sources." (Covello, Vincent, T., Sandman, Peter, M., and Paul Slovic, *Risk Communication, Risk Statistics, and Risk Comparisons: A Manual for Plant Managers*. Chemical Manufacturers Association. Washington D.C. 1988. Sid 4)

Det är viktigt att allmänheten uppfattar projektledningen som seriös, framför allt när det gäller engagemanget i problemet. Det betyder att det är mycket viktigt för informationsledningen att lyssna och reagera på allmänhetens reaktioner på kampanjen. Förmodligen är det viktigare än att utforma de enskilda meddelandena i kampanjen på ett korrekt sätt. I själva kommunikationen är det dock viktigt att försöka anpassa utformningen av budskapen till mottagargruppen i den mån det är möjligt. Projektledningen bör inte använda uttryck eller ett språk, som det finns anledning misstänka att mottagargruppen inte förstår klart och tydligt, dvs den bör undvika uttryck som på minsta sätt kan tänkas missförstås av mottagaren.

Det är också viktigt att tänka på att information riktad till en målgrupp mycket väl kan nå andra målgrupper och därför måste vara avpassad så att de icke tänkta målgrupperna inte berörs illa av informationen.<sup>89</sup> Det betyder att det som kan förefalla ge kortsiktiga informationsvinster kan visa sig vara förödande för trovärdigheten på lite längre sikt.

### Val av kanaler

Vad skall man tänka på när man väljer informationsvägar? Vilka är de bästa kanalerna under vissa givna förutsättningar? Svaren på dessa frågor varierar en del beroende på vilken målgruppen är. För den informationsansvariga gäller det exempelvis att tänka igenom vilken teknisk utrustning för att ta emot meddelanden olika målgrupper kan tänkas ha. Även om det i dag talas mycket om den nya informationsteknologin och möjligheterna att utnyttja den för olika ändamål, måste vi dock konstatera att det fortfarande är en minoritet av svenska folket som har tillgång till datorer i hemmen och att det är en försvinnande liten del, om än växande, som utnyttjar dess kapacitet, exempelvis i form av att leta information på Internet, fullt ut.

En speciell fråga i sammanhanget är om och, i sådana fall hur, massmedierna kan användas i olika riskkommunikationssammanhang? Medierna är intressanta ur flera aspekter. De tillhör de vardagen för de flesta människor, dvs några skaffar sig information genom någon form av media varje dag. Det innebär att det är möjligt att nå en stor grupp av människor via olika massmedier. Troligtvis har också läsare, tittare och lyssnare stort förtroende för just sitt " eget " medium. Informationsspridning via massmedier kan vara ett sätt att kostnadsminimera informationsbudgeten och att öka informationens trovärdighet. Att få ut meddelanden via exempelvis lokala medier kan vara mycket värt, om alternativet skulle vara att köpa annonsplats.

---

<sup>89</sup> Det anses exempelvis att rederiaktiebolaget Nordström & Thulin gjorde ett avsevärt misstag, när bolaget som första informationsinsats efter bilfärjan Estonias förlisning lämnade ett meddelande till den svenska börsern att bolaget inte skulle lida någon ekonomisk skada av olyckan. Det meddelandet uppfattades av ekonomijournalisterna på vissa medier, som förde informationen vidare till andra reportrar. Informationen tolkades som att ägarna till rederiet enbart eller i varje fall i första hand var intresserade av att informera sina aktieägare via börsern än exempelvis anhöriga och andra nära relaterade till olyckan. Detta kom förmodligen att ligga företaget till last under hela den efterföljande diskussionen om bl a frågan om vem som var ansvarig för själva katastrofen.



En risksituation är ofta av den karaktären att den i sig attraherar massmedierna. Det är alltså inte nödvändigt med några särskilda arrangemang för att bjuda in dessa. Däremot finns det anledning att redan i förväg ha planerat vad som är viktigt att föra ut via medierna. Med de nyhetsvärderingskriterier som gäller inom mediavärlden kommer de förmodligen att ha andra frågeställningar och vinklingar av en incident eller olycka än vad den organisation, som är ansvarig för att säkra allmänhetens intresse, kan förväntas ha. I vissa fall kan det kanske vara så att valet av ämnen och det sätt materialet presenteras på helt kan strida mot de önskemål och planer, som en organisation som hanterar risken kan tänkas ha. I vilken utsträckning något sådant kommer att hända kan vara beroende på hur väl informerade medierna är innan en olycka händer. Det finns anledning för kommuner, företag och andra involverade aktörer att se till att medierna, framför allt de lokala, är välinformerade om risksituationen på orten.

Till en del kan ovannämnda problem i akutsituationen lösas genom att medierna kontinuerligt förses med adekvat information. Relevant information i det här sammanhanget kan också vara att medierna informeras om att det inte finns någon ny information att tillgå. I en akut krissituation finns det anledning att snabbt upprätta en informationscentral med regelbundna, förutbestämda presskonferenser, som hålls vare sig det finns ny information att tillgå eller inte. I ett sådant sammanhang kan det vara bra att ha en buffert av informationsmaterial, bakgrundsmaterial om kommunen, aktuellt/-a riskföretag, beskrivningar av farliga ämnen, deras sammansättning, etc, som kan utgöra lämpligt utfyllnadsmaterial under perioder av nyhetsstiltje. Det rör sig vanligtvis om relativt korta perioder, där händelsen fortfarande är aktuell, och där det förväntas inträffa fler händelser med relativt högt nyhetsvärde, dvs så högt nyhetsvärde att medierna inte släpper den kontinuerliga bevakningen.

Flera av de nedan föreslagna kanalerna kan utnyttjas för flera olika målgrupper. Här har vi valt att skilja mellan tre målgrupper, allmänheten, media och experter/forskare.

### **Kanaler till allmänhet**

#### *Direktkontakt/direktreklam*

En av de vanligaste former för påverkan i samband med riskkommunikation tycks vara direktkontakter med allmänheten. Det kan, som var fallet i Storbritannien, vara ett brev riktat direkt till alla berörda hushåll.

Preliminära uppgifter från Center for Environmental Communication (CEC) pekar på att broschyrer kan hjälpa allmänheten att förstå komplex information om risker och olyckor.<sup>90</sup> Om broschyren är framställd av någon oberoende, neutral part, är effekten ännu större än vad som annars skulle bli fallet.

---

<sup>90</sup> Se "Rutgers report offers guidance on communication chemical release data", Pressmeddelande från Rutgers, The State University of New Jersey. 1998-09-09. (<http://aesop.rutgers.edu/-cec/PUBS/wcpress.html>)

### *Annonser i tidningar, reklamslag i radio och TV*

På samma sätt som andra idéer och värderingar kan spridas via reklam, kan självfallet information om risksituationer spridas via olika kommersiella medier.

### *Deltagande i media*

En mindre vanlig form för informationsspridning torde vara att aktivt utnyttja medierna. De kan exempelvis ske genom att projektledningen för riskhanteringen aktivt försöker delta i olika typer av program i radio och TV samt försöker få en expertroll i dagstidningen. Det kan också vara att försöka se till att de lokala medierna tar upp lämpliga ämnen, där projektledningen kan delta. Det är ett billigt sätt att få ut informationen på. Samtidigt kan projektledningen, som redan har påpekats, dra nytta av den upplevda tilliten och bygga upp den egna trovärdigheten.

### *Skolor och daghem*

Skol- och daghemsinformation förekommer av och till redan i dag. Huvudsakligen gäller det inslag om risker med levande ljus, torrkokning, pulversläckare, SOS, etc. I en långsiktig informationsstrategi är det viktigt att på ett tidigt stadium informera samhällets yngre medlemmar, om de förutsättningar som gäller i det samhälle de lever i. Med tanke på daghemsbarnens låga ålder måste särskilda överväganden göras när det gäller vad som kan presenteras för dem och i vilka former. Här, om någonstans, blir det viktigt att göra korrekta överväganden om informationens innehåll och form. Det kan vara så att information av det här slaget skall ges via föräldrar eller i annan vuxen persons närvaro på ett sådant sätt att frågor kan ställas och tvetydigheter redas ut på ett tidigt stadium.

### *Evenemang*

På samma sätt som visningar av "riskföretag" genomförs för journalister kan mycket väl visningar företas för allmänheten. Eventuellt kan även andra evenemang skapas för allmänheten. Det borde med fördel kunna göras i direkt anslutning till en förundersökning, en mer omfattande informationskampanj eller en uppföljande informationsinsats. Förutom att öka medvetenheten om de för kommunen aktuella riskerna på grund av industrialäggningar med farliga ämnen, kan evenemang av det här slaget användas till att informera om det som vanligtvis blir föremål för diskussion vid sådana här tillfällen, dvs risker i hemmen, brandfaror i hem och marker, brandvarnare, brandsläckare, etc.

### *Föredrag och föreläsningar*

Allmänheten kan tänkas nås av information via föredrag inom studieförbund och liknande eller av företag eller kommun genererade föreläsningar eller,

varför inte, till och med föreläsningsserier. Ett stort företag har med sannolikhet ett antal kunniga personer anställda, som skulle kunna hålla föredrag om den egna verksamheten. Tanken med den typen av utåtriktad verksamhet skulle vara att det ökar kunskapen om och intresset för företaget som sådant. På det sättet byggs ett förtroendekapital upp som kan utgöra en bra grund vid en eventuell krissituation.

Även räddningstjänsten på orten kan vara en intressant part i dessa sammanhang. Genom medverkan från representanter därifrån kan utformningen av föredrag/föreläsningar göras generell och kanske på det sättet locka en större publik än om informationen enbart handlar om ett visst företag.

I första hand kan man tänka sig att den här typen av aktiviteter riktar sig till vissa grupper i samhället. Det finns mycket som talar för att projektledningen på ett aktivt sätt bör utnyttja sig av den kunskap som finns om spridning av idéer, kunskap, opinioner, etc, via olika opinionsledare, dvs på ett aktivt sätt planera för att sprida informationen från en grupp i samhället till en annan.

### *Kurser*

Även kurser eller studiecirkel inom området riskkommunikation eller riskhantering skulle kunna skapas och, på samma sätt som föredrag och föreläsningar ovan, i första hand fungera som instrument för att locka opinionsledare. Här finns det ju också möjlighet för projektledningen att aktivt försöka rekrytera s k lokala opinionsbildare. De förväntas senare utgöra informationskällor för i första hand den allmänhet, som inte deltagit i kurser eller andra liknande aktiviteter.

### **Kanaler till media<sup>91</sup>**

Hittills förefaller det som att massmedierna och deras representanter i mycket liten utsträckning har utnyttjats för att informera om riskförhållanden i samhället. Arne Larsson, som för Räddningsverkets räkning studerat riskhanteringen i sex svenska kommuner, konstaterar att "I de flesta kommuner har man ett, som man kan kalla det, passivt förhållande till pressen. Med det menas att man utnyttjar pressen för att ge information när det finns särskilda behov, t.ex. annonsering av eldningsförbud."<sup>92</sup> Som framgår nedan finns det många fler sätt att utnyttja medierna på. Det går att i samarbete med medierna utveckla en bättre riskkommunikation inom kommunen. Nedan följer några exempel på hur det skulle kunna gå till. Listan gör inte anspråk på att vara fullständig. Det finns säkert många fler sätt att gå tillväga på. Dessutom finns det sannolikt många varianter av de

---

<sup>91</sup> Se bl a Guideline on Risk Communications (<http://www.tbs-sct.gc.ca/tb/rad/english/finrisk.html>).

<sup>92</sup> Larsson, Arne, *Riskhantering och kommunikation – en studie i sex kommuner*. Rapport Risk- och miljöavdelningen P21-184/97. Statens Räddningsverk. Karlstad. 1997. Sid 22.

föreslagna vägarna, som kan användas med varierande framgång vid olika typer av tillfällen och varierande former av informationsbehov.

### *Bakgrunder*

Bakgrundsinformation kan ges till speciellt utvalda journalister. Informationen kan med fördel lämnas i samband med olika aktiviteter. Den kan vara i muntlig form, men kan med fördel kompletteras med några sidor text, som ger sammanhang, förklaringar och bättre förståelse för verksamheten.

### *Redaktionella möten*

På det lokala och regionala planet kan det i bland vara lämpligt att be att få komma till den lokala/regionala tidningens, radions eller televisionens redaktion för att presentera en krisplan, som många av journalisterna kan komma att beröras av om det händer någonting. Syftet med dessa möten är självfallet att de närvarande journalisterna skall bli mer kunniga och medvetna om problematiken kring farligt gods och farliga ämnen. Hypotesen är att ju bättre insatta journalisterna är från början, desto bättre arbete gör de i en krissituation. Ett mer kortsiktigt syfte kan vara att få medierna att ta upp problematiken i medierna för att på det sättet nå ut till allmänheten. Om en av avsikterna med besöket är just det, bör det säkert kompletteras med andra åtgärder. Det är inte heller säkert att ett besök resulterar i något mediematerial i direkt anslutning till besöket. Det kan komma betydligt senare.

### *Praktiska övningar*

Ett sätt att involvera medierna på är att skapa övningar kring en risk-situation. Det kan exempelvis vara av typen beredskapsövning<sup>93</sup>, där de lokala/regionala medierna direkt involveras i verksamheten. Det innebär också vanligtvis en viss aktivitet gentemot allmänheten. Allmänheten nås sannolikt av information om aktiviteterna indirekt via rapporter i massmedierna. Av den erfarenhet vi hittills har förefaller det angeläget att öka antalet övningar, där massmedierna är inblandade.<sup>94</sup>

---

<sup>93</sup> Se t ex Enander, Ann och Ann Johansson, *Att öva skarpt med allmänheten: Erfarenhet från Gotland och Uppland*. Rapport Risk- och miljöavdelningen R59-167/96. Statens Räddningsverk. Karlstad. 1996.

<sup>94</sup> I en utvärdering av en kombinationsövning för beredskapsorganisationen mot kärnkraftsolyckor konstaterar länsstyrelsen i Uppsala län bl a att hanteringen av massmedier måste beskrivas bättre i den aktuella planen för kärnkraftverket i Forsmark. I rapporten konstateras också att utnyttjandet av lokalradion, Radio Uppland, för information till allmänheten måste ses över (Bayard, Hans, *Grepen 96-utvärdering*. 1996-11-25, Länsstyrelsen, Uppsala län. sid 4f).

### *Företagsvisningar.*

Risklärningar bör visas upp för journalister. Det kan vara början till en dialog mellan företaget, dess ledning och anställda å ena sidan och representanter för exempelvis de lokala medierna å andra sidan. Ur den dialogen kan ett mer långsiktigt samarbete utkristallisera sig. Det betyder inte att medierepresentanterna kommer att ge upp sina granskande funktioner, men det kan leda till en större förståelse för svårhanterbara, tekniskt komplicerade arbetsprocesser eller liknande saker, vilket kan ha betydelse när händelser skall rapporteras i en krissituation.

### *Presskonferenser*

Nära företagsvisningar som kommunikationskanal med medierna ligger presskonferenser. Det förefaller bli svårare och svårare att få journalister att komma till konventionella presskonferenser, varför sådana tillställningar bara skall utnyttjas i sådana sammanhang, där det verkligen finns ett intressant material att presentera för de närvarande.

### *Tele- eller videokonferenser*

En sällan utnyttjad möjlighet till kontakt med mediavärlden är tele- och/eller videokonferenser. Kravet på ett intressant stoff att presentera är naturligtvis ännu större än vid presskonferenser, eftersom tanken är att locka till sig fler än enbart de lokala medierepresentanterna.

Som redan har nämnts, har medierna egna intressen att bevaka. De är primärt inte informationskanaler för vare sig riskföretag eller kommuner inom vars administrativa område riskklärningar finns belägna. Det betyder att den information som tidningar, radio och TV får sig tillsända, kan av dessa bearbetas på många olika sätt.<sup>95</sup> Informationen kan komma att göras till sensationella avslöjanden, personifieras, avgränsas till någon specifik fråga eller bearbetas på något annat sätt för att passa ett visst syfte eller för att passa in i ett visst sammanhang. Den version eller de versioner, som kommer ut som journalistiska produkter, behöver inte alls likna eller ens innehållsmässigt komma i närheten av vad en projektledning för en riskkommunikationsgrupp hade hoppats på vid överlämnandet av material. Ledningsgruppen behöver vara förberedd både mentalt och handlingsmässigt på att så kan vara fallet.

### **Kanaler till experter/forskare**

De kanaler som används för att nå experter, forskare och andra med liknande bakgrund kan vara desamma, som används för att nå allmänheten

---

<sup>95</sup> Jfr Covello, Vincent, von Winterfeldt, Detlof and Paul Slovik, "Communicating Scientific Information about Health and Environmental Risks: Problems and Opportunities from a Social and Behavioral Perspective" in Davies, J., Clarence, et al (eds.), *Risk Communication*. The Conservation Foundation. Washington D.C. 1987. Pp 110-112.

och representanter för massmedierna. Det finns dock anledning att tro att den förra gruppen kräver mer utförlig och kvalificerad information än vad allmänheten och, till viss del, medierna gör.

### *Krisinformation på webbsidor*

Ett sätt att utveckla risktänkandet på är att lägga upp webbsidor på Internet. Sidorna kan innehålla olika typer av riskinformation. Ett riskinformationscenter, en kommun eller ett företag kan förbereda pressmeddelanden, kortare beskrivningar av det egna företaget/den egna kommunen och liknande information anpassad för en krisituation och som kan utnyttjas omedelbart vid en kris. Inom konsultföretag i kommunikationsbranschen pågår just nu (januari 1999) utvecklandet av program för sådana ändamål.

På företagens interna nät, s k intranät, kan naturligtvis mycket av den krisinformation, som tidigare fanns dokumenterad i en handbok, förvaras. På samma sätt som när det gäller den externa informationen kan kontaktlistor, förfaringssätt vid olika typer av händelser, interna meddelanden till personalen, etc utarbetas i förväg och förvaras i en databas inom organisationen. Det viktiga i det här sammanhanget och det som på ett avgörande sätt skiljer den här typen av information från den skriftligt dokumenterade är att den information, som förvaras elektroniskt, ständigt och jämnt kan uppdateras med förhållandevis enkla medel. Det är också viktigt att så sker. Det är förmodligen här som de kommersiella konsultföretagen ser en ny typ av tjänst växa fram. Den ligger nära andra kommunikationstjänster, som de kan erbjuda kunderna. En projektledning bör agera på samma sätt när det gäller informations- och kommunikationsinsatserna.

Webbsidorna kan fungera som informationskanaler för samtliga målgrupper. Eftersom inhämtningen av informationen kräver en förhållandevis bra dator och en viss datorerfarenhet, är det troligt att kanalen i första hand attraherar experter och forskare, som är vana vid att söka och bearbeta information den här vägen. Detsamma gäller också de flesta journalister.

I en databaserad informationstjänst kan, förutom ren text, meddelanden lämnas i form av bilder. Det kan vara tabeller, diagram, figurer, som kanske i vissa fall bättre än text överför ett visst budskap. Även muntliga meddelanden och videobudskap kan lämnas, men är än så länge förbehållet ett begränsat antal av en tänkt svensk målgrupp på grund av de krav som ställs på den mottagande datorn.

Webbsidorna kan anpassas för olika ändamål och olika målgrupper så att det är möjligt för allmänheten att söka den information som passar den, exempelvis hur befolkningen skall skydda sig i vissa situationer, för journalisterna att exempelvis finna pressmeddelanden, telefonlistor till ansvariga personer, etc och för experter och forskare att finna mer avancerad information om produkter, tillverkningsprocesser och liknande. Informationen kan graderas i olika svårighetsgrader och därmed anpassas till lämpliga grupper.

Webbsidorna kan också förses med olika länkar, som gör det möjligt att gå vidare i sökandet efter relevant information. Det, i kombination med möjligheterna att lagra stora mängder information och kunna förbereda olika typer aktiviteter, gör naturligtvis Internet till en intressant informationskanal för framtida riskhanterare. Det förefaller dock viktigt att den som lägger upp informationen är medveten om att olika grupper använder sig av möjligheten på skilda sätt. En del, kanske framför allt personer i chefspositioner som inte är direkt operativt ansvariga, kommer att använda eller behöva använda webbsidorna som bakgrundsinformation. Andra, exempelvis forskare, vill kunna utnyttja webbsidorna interaktivt i relation till informationsgivaren eller till andra forskare och experter.

I dag vet vi mycket lite om hur och på vilket sätt databaserad information kan användas i förebyggande riskhantering eller i samband med olyckor. Det behövs forskning och utvärdering av de försök, som nu är under uppbyggnad.

#### *Vetenskapliga seminarier och konferenser*

Ett sätt att både sprida kunskap om och skapa goodwill kring den egna verksamheten kan vara att anordna vetenskapliga seminarier och konferenser kring de riskfrågor, som kan vara aktuella i den egna verksamheten. Det rör sig om en insats, som har en mer långsiktig karaktär än de flesta andra aktiviteter på informations- och kommunikationsområdet.

Verksamheter av det här slaget torde kunna samordnas av lokala intressenter, exempelvis skulle kommuner och riskanläggningar inom respektive kommun kunna arrangera gemensamma konferenser på teman, som har anknytning till de speciella problem och frågeställningar som finns i kommunen.

## Val av budskap

### **Budskapets innehåll**

I Sevesodirektivet sägs att personer som löper risk att påverkas av en allvarlig olyckshändelse skall få information om **aktuell industrialläggning, vilka nödsituationer som kan tänkas uppstå, vilka säkerhetsåtgärder som skall vidtas och hur man skall förfara vid en nödsituation**. Det är alltså det som skall vara det primära innehållet i kommunikationssatsningen alldeles oavsett den form den kommer att ges. Det är också viktigt att **förklara skälen bakom informationen och vilka som står bakom kampanjen**. Båda dessa upplysningar kan ha betydelse för mottagarnas möjligheter att sätta in informationen i rätt sammanhang. Informationen om vem eller vilka som står bakom en informationsinsats har också betydelse för hur den kommer att upplevas. Några mer precisa beskrivningar av vad informationen skall innehålla ges dock inte.

Det har redan antytts att informationsinsatser om tänkbara risker med en speciell anläggning eller anläggningar är specifika i jämförelse med andra informationssatsningar. I första hand beror det på att budskapen vanligtvis innehåller information om fenomen, om vilka man inte kan uttala sig med fullständig säkerhet. Ytterligare ett problem är att informationen vanligtvis är tekniskt komplicerad. I praktiken betyder det att både relativt osäker och tekniskt svår information måste "översättas" till ett innehåll som allmänheten kan tillgodogöra sig. Det måste ske på ett sådant sätt att en fortsatt kommunikation inte försvåras. En alltför långtgående förenkling kan påpekas av andra parter i kommunikationsprocessen och sedan göra fortsatt informationsarbete svårare.

#### *Beakta de lokala förutsättningarna, det lokala "informationsklimatet".*

Utbudets exakta innehåll och form måste anpassas till den aktuella platsens karaktär och historia samt det samhälle som omger det. Andra faktorer som har betydelse är vilken struktur de lokala färor har och vilka färar allmänheten i området uppfattar som väsentliga. Det senare antyder att det är viktigt att kartlägga allmänhetens upplevelse av risker i samhället.<sup>96</sup>

#### *Hur mycket information skall ges?*

Det är naturligtvis en nästan omöjlig fråga att besvara. Det som lugnar den ene, skrämmer den andre. Det som är mer än nog för den ene är alldeles otillräckligt för den andre. En sak är säker, att inte lämna någon information överhuvud taget uppfattas också som ett budskap. I en situation, där det finns minsta anledning till information, bör det lämnas sådan. I annat fall riskerar den som skulle ha lämnat informationen, svårigheter att förklara varför denna uteblev.<sup>97</sup>

Hur mycket information som skall ges hänger i stor utsträckning samman med hur mycket allmänheten eller specifika målgrupper känner till om en viss riskföreteelse och hur mycket den eller de förstår när det gäller tänkbara konsekvenser av olika typer av incidenter eller olyckor. Till stor del beror det på de tillfällen och möjligheter de har haft att lära sig något om tänkbara risker i samhället. Behovet av information varierar självfallet också med upplevd grad av risk. Riktigt hur de här sakerna hänger samman och hur de skall hanteras kommunikationsmässigt är inte riktigt klart.<sup>98</sup> Generellt kan vi utgå från att praktiska erfarenheter ökar kunskapen om och insikten i

---

<sup>96</sup> Wynne, Brian, *Empirisk utvärdering av information till allmänheten om risker för stora industriolyckor*. EU-kommissionen. 1992.

<sup>97</sup> Fischhoff och Downs menar att "refusing to address a concerned public can evoke mistrust and anger, as can failing to arouse an apathetic public" (Fischhoff, Baruch and Downs, Julie, S., *Communicating Foodborne Disease Risk. Emerging Infectious Diseases*, 3(4). 1997. Sid 489-495).

<sup>98</sup> Här finns det anledning att påpeka att det behövs mer forskning om människors sätt att tänka kring risker i samhället och hur sättet att tänka är relaterat till attityder, värderingar och praktiskt handlande. Det är svårt att dra analogier från andra kommunikationsområden till riskkommunikationsområdet.



riskhanteringen. I vilken utsträckning och på vilket sätt det påverkar den upplevda graden av risk är osäkert. Vi kan kanske förlita oss på att ökad erfarenhet innebär både en ökad medvetenhet om aktuella risker och hur dessa kan lösas eller hur utlösta risker skall hanteras. Under sådana förutsättningar kan vi anta att spänningarna i samhället i varje fall inte ökar på grund av ökad erfarenhet och kunskap om risksituationer och dess konsekvenser.

Det gäller för kommunikatören att hitta en balans i informationens utbud, där de som efterfrågar mycket information får det mesta av sitt behov tillfredsställt och de som inte kräver så mycket inte uppfattar att de blir överösta med information, som inte är relevant för dem eller som kanske skrämmer upp dem. Att finna den balansen är naturligtvis en stor utmaning i varje kommunikationssituation. Ett misslyckande härvidlag kan resultera i minskad tilltro till kommunikatören.

#### *Informera om samtliga risker.*

Erfarenheter från andra länder tyder på att det är viktigt att inte begränsa informationen till riskerna förknippade med ett enskilt företag. Om så sker och om allmänheten samtidigt upplever flera faror i samhället blir den lätt förvirrad. Det finns också anledning att tro att orsakerna till kampanjen därigenom misstänkliggörs. Det kan i sin tur ha negativa konsekvenser för tilltron till kampanjen.<sup>99</sup>

#### *Skilj råden från övrig information.*

Råden hur allmänheten skall bete sig i nödsituationer skall läggas fram så konkret, distinkt och enkelt som möjligt. Den typen av information skall vara klart urskiljbar från annan information om den aktuella anläggningen, dess risker och kontrollen av dessa.<sup>100</sup>

Det är viktigt att få fram exakt vad som skall göras och inte skall göras i en nödsituation. Inte ens kunskap leder självklart till rätt beteende. I vilken utsträckning ett råd efterlevs hänger uppenbarligen mycket på förtroendet för myndigheter och företag.<sup>101</sup>

---

<sup>99</sup> Se Wynne, Brian, *Empirisk utvärdering av information till allmänheten om risker för stora industriolyckor*. EU-kommissionen. 1992.

<sup>100</sup> Se Wynne, Brian, *Empirisk utvärdering av information till allmänheten om risker för stora industriolyckor*. EU-kommissionen. 1992.

<sup>101</sup> Wynne visar att en överväldigande majoritet av föräldrar i Frankrike skulle försöka ta sina barn från skolan i en nödsituation, trots ett tidigare påbud om att så inte skulle ske. Andelen sådana föräldrar minskade efter en informationskampanj om hur föräldrar borde bete sig. Ett betydande antal föräldrar hade dock fortfarande, efter kampanjen, där bl a särskilda insatser gjordes i skolor och gentemot lärare för att höja föräldrarnas förtroende för myndigheterna, för avsikt att evakuera sina barn. Det föreföll vara oberoende av kunskapen om lämnade anvisningar inför en nödsituation. (Wynne, Brian, *Empirisk utvärdering av information till allmänheten om risker för stora industriolyckor*. EU-kommissionen. 1992.)

### *Informera om "det värsta som kan hända scenariot".*

De flesta förefaller rätta för att informera om den värsta katastrofen, som kan inträffa på en arbetsplats. Rädslan grundar sig i tron att, om allmänheten får del av de möjliga konsekvenserna av en sådan händelse, kommer det att öka den allmänna rädslan i samhället och misstron mot företag och myndigheter som har att övervaka verksamheten. En del forskningsresultat pekar dock på att den här typen av information kan fungera tvärtom, dvs öka tilliten och minska oron bland allmänheten.<sup>102</sup> I Sevesodirektiven, vare sig det första eller andra, finns några krav på att de berörda informeras om det värsta tänkbara alternativet vid en eventuell olycka.

### *Samla informationen på ett plastat kort.*

Anvisningarna hur målgruppen skall bete sig i en nödsituation kan samlas på ett kort, vars varaktighet kan förlängas avsevärt genom att plastas in. Avsikten med inplastningen är att poängtera för mottagaren att kortet skall bevaras och helst förvaras på ett ställe där det är lätt tillgängligt. Inplastningen innebär att mottagarna observerar kortet på ett annat sätt än om det hade kommit i vanligt skick. Dessutom finns det anledning tro att mottagarna värderar kortet högre just på grund av inplastningen. Innehållet skall självfallet presenteras på ett enkelt, entydigt och klart sätt. Det kräver vanligtvis att informationen testas ordentligt innan den går ut.

Kortet skall innehålla relevanta anvisningar, som mottagaren uppmanas rätta sig efter i händelse av en storolycka, exempelvis:

- att omedelbart gå inomhus och stänga fönster och dörrar,
- att sätta på radion och lyssna på de lokala radiostationerna,<sup>103</sup>
- att följa de anvisningar som ges i radion.

### **Budskapets form**

Hur skall ett budskap generellt vara utformat för att nå fram till mottagaren så effektivt som möjligt? Nedan ges några allmänna tips beträffande detta.

---

<sup>102</sup> "Rutgers report offers guidance on communication chemical release data", Pressmeddelande från Rutgers, The State University of New Jersey. 1998-09-09. (<http://aesop.rutgers.edu/-cec/PUBS/wcpress.html>)

<sup>103</sup> Chefen för en räddningsstyrka vid en storolycka av det slag som diskuterats här har rätt att beordra ett s k Viktigt Meddelande till Allmänheten (VAM) via radio och TV. Till helt nyligen gällde denna rätt enbart de s k public service-kanalerna, dvs de radiokanaler som produceras av Sveriges Radio AB och de TV-kanaler som produceras av Sveriges Television AB. På senare tid har avtal även tecknats med en del av de lokala privata radiostationerna.

### *Var försiktig med jämförelser.*

Jämförelser görs ofta i riskkommunikationssammanhang. Det har ansetts pedagogiskt och har uppfattats som lätt för mottagaren att tillgodogöra sig och som hjälper denne att få ett perspektiv på en ny riskfaktor. Jämförelser kan vara bra i vissa sammanhang och klart negativa i andra. Det kan vara fördelaktigt att jämföra en obekant, möjlig olycksrisk med en annan som är mer bekant, exempelvis att bli skadad av ett okänt fenomen är hälften så stor som att bli träffad av blixten (om nu sådana jämförelsetal finns tillgängliga). Å andra sidan kan det vara negativt att i en jämförelse implicera att mottagaren bör acceptera en viss risk på ett nytt område, därför att han eller hon redan utsätter sig för en annan riskfylld företeelse, exempelvis att risken av en kärnkraftsolycka jämförs med risken för cancer via rökning.

### *Var försiktig med generella påståenden om säkra produkter/förhållanden.*

De flesta meddelanden i en riskkampanj innehåller frågor som rör osäkerheter och tekniskt komplicerade fenomen. Det gör i sig att det är svårt att kommunicera dessa frågor. "Säkert" är ett relativt begrepp. En produkt kan vara säker för vissa personer och mindre säker för en andra. Den kan också bli "osäker" för den förra gruppen över tid. På samma sätt kan en industriell tillverkningsprocess upplevas som oerhört säker av en grupp och lika osäker av en annan grupp. Detta förhållande blir självfallet ett stort problem när en informationskampanj skall skapas och som relaterar till produkter eller processer, vilka har inbyggda "säkerheter".<sup>104</sup>

Problemet blir inte mindre av att människor tenderar att förenkla budskap som innehåller, som de upplever det, alltför mycket information. Egentligen vill mottagarna av riskmeddelanden ha enkla, klara besked om en företeelse är säker eller inte.

### *Strukturera informationen*

Det gäller att strukturera informationen på ett sådant sätt att det är lätt för mottagaren att tillgodogöra sig det viktigaste budskapet snabbt. Det betyder att sändaren måste ha en klar målsättning med informationsverksamheten. Målsättningen kan variera i olika stadier av en kommunikationsprocess. Valet av informationskanaler ställer också krav på budskapen och dess utformning. Utnyttjandet av reklam i radio och TV och i viss mån också annonser i tidningar innebär ett begränsat utrymme för information. Det blir då viktigare än någonsin att välja vilken typ av information som skall förmedlas och på vilken nivå.

---

<sup>104</sup> Jfr Covello, Vincent, von Winterfeldt, Detlof and Paul Slovik, "Communicating Scientific Information about Health and Environmental Risks: Problems and Opportunities from a Social and Behavioral Perspective" in Davies, J., Clarence, et al (eds.), *Risk Communication*. The Conservation Foundation. Washington D.C. 1987. Pp 110-112, och Fischhoff, Baruch and Downs, Julie, S., *Communicating Foodborne Disease Risk. Emerging Infectious Diseases*, 3(4). 1997. Sid 489-495.

### *Kvantifiera med omdöme.*

All kvantifiering bör ske med en viss försiktighet. Situationen i vilken mottagaren befinner sig kan ha betydelse för upplevelsen av kvantitativa mått. En del författare menar att människor i stressade situationer hellre lyssnar på ord än på siffror.<sup>105</sup> Om man som sändare ändå vill kvantifiera någonting i samband med ett riskmeddelande gäller det att göra det med ett specifikt antal och inte med uttryck som kan tolkas lite olika av olika mottagare. Med sådana budskap kommer misstolkningarna att bli avsevärda och som sändare är möjligheten liten att avgöra vad som har uppfattats. Informationen skall vara så precis som möjligt.

### *Ge mottagarna en möjlighet att reagera på budskapet.*

Kom ihåg att göra hela verksamheten till en kommunikationsprocess, inte en informationsprocess. Alla budskap, som kommer från projektet, skall andas interaktivitet. Allmänheten skall i alla sammanhang ges möjlighet att ta kontakt, få mer information och diskutera olika frågor kring ett riskprojekt. Det måste finnas en god beredskap för att ta hand om dem som hör av sig. De uppvisar ett över genomsnittet stort intresse för de aktuella frågorna. Alldeles oavsett om de är positivt eller negativt inställda är det viktigt att de får hjälp med de frågor de har eller att de bara får tillfälle att avreagera sig ett missnöjde eller vad det kan vara. Om de här personerna tas om hand på ett korrekt sätt kan de bli framtida opinionsbildare, som kan verka för det syfte som projektet har. Det är självfallet en stor utmaning för en projektledning att ta sig an de negativt inställda och vinna dem över till den egna sidan.

Hur skall då interaktivitet skapas? Vad skall man hänvisa till i enkelriktade budskap? En möjlighet är att ange olika sätt/kanaler för människor att kunna möta experter, kritiker och andra involverade i projektet i form av Öppet hus aktiviteter, seminarier, föreläsningar, debatter, etc. En annan möjlighet att ringa in och ställa frågor exempelvis genom angivande av ett 020-nummer, dvs ett för allmänheten fritt telefonnummer.

### *Skapa hög uppmärksamhet kring budskapet*

Självfallet måste ett meddelande uppmärksammas, om det skall ha något värde. Uppmärksamhetsvärdet ökar om:

- budskapet innehåller lätt ihågkomna uttryck,
- budskapet inte består av alltför många ord eller meningar,
- budskapet innehåller både ord och förstärkande bilder,
- kommunikatorn är känd,
- budskapet tas upp av olika medier och

---

<sup>105</sup> Samuelsson, Christer, *Radiation Risk Information to the Public: Principles or Common Sense?*, Radiation Physics Department, Lund University, Odat, sid 2.

- försiktighet iakttas i valet av ord, begrepp, uttryck. Vissa ord, som exempelvis "cancer", "radioaktivitet", "kärnkraft", kan skapa rädsla och ångest i sig. Mottagarna kan välja att inte observera meddelanden innehållande den typen av begrepp,

### *Skapa begripliga budskap*

Budskapet måste vara så utformat att det kan förstås. Förståelsen för budskapet ökar om:

- meddelandet upplevs som relevant för mottagargruppen,
- informationen riktas in på enkla och informativa budskap, som med säkerhet kan förstås av mottagaren,
- användningen av kvantitativa uttryck minimeras,
- eventuella jämförelser görs med kända risksituationer, dvs sådana som är vardagliga för de flesta mottagare av budskapen.

### *Skapa trovärdiga budskap*

Information kan utformas på olika sätt för att uppnå olika effekter. I riskkommunikationssammanhang torde den viktigaste aspekten vara att få meddelanden att framstå som trovärdiga. Trovärdigheten ökar generellt om:

- meddelandets källa eller sändare framstår som trovärdigt (se ovan). Ju större tilltro till källan/sändaren, desto större tilltro till meddelandet och dess innehåll.
- budskapet framstår som objektivt,
- budskapet inte framstår som en partsinlaga,<sup>106</sup>
- budskapet framstår som utformat med omtanke om de inblandade,
- försök görs att lyssna på mottagaren och hans/hennes behov av information och låt sunda förnuftet styra mer än vetenskapliga kriterier på riskföremålet och
- handlandet är konsekvent. Om situationen framställs som ofarlig, måste exempelvis en ledningsgrupp handla därefter. En annan typ av handlande ger omedelbart signaler om att informationen inte är korrekt, vilket resulterar i misstro och svårigheter att få igenom framtida budskap. Störningarna i kommunikationsprocessen kommer att bli påtagliga på grund av den typen av dubbla budskap.

---

<sup>106</sup> Fischhoff och Downs konstaterar att "Public goodwill is eroded every time an industry spokesperson violates the public trust by misrepresenting, or just explaining inadequately, the state of affairs. Reducing misrepresentation requires institutional discipline; reducing inadequate communication requires a scientific approach to communication." Fischhoff, Baruch and Downs, Julie, S., *Communicating Foodborne Disease Risk. Emerging Infectious Diseases*, 3(4). 1997. Sid 489-495.

### *Öka förutsättningarna för aktivitet*

Avsikten med riskkommunikationen är vanligtvis att de som tar emot meddelandet skall agera på ett eller annat sätt som ett resultat av kommunikationen. Förutsättningarna för aktivitet ökar om:

- målgruppen är kunnig och välförberedd. Ju mer kunskap gruppen har från början, desto lättare är den att övertyga om att aktivitet är nödvändig,
- budskapen följs upp. I den utsträckning den efterföljande informationen överensstämmer med vad som har sagts tidigare, är klar och entydig, torde sannolikheten att mottagargruppen agerar efter föreslagen modell vara stor. Om inte, kommer målgruppen att välja att agera utifrån egna tankar och idéer,
- budskapen repeteras av sådana personer som har inflytande över målgruppen. Ju fler personer som har någon form av möjlighet att påverka en viss grupp av människor och ju större deras inflytande är, desto större är sannolikheten att den eftersträvade aktiviteten erhålls och
- budskapen är klara och entydiga. I ju högre grad det framstår som klart vad som måste göras, desto större är sannolikheten att det görs.<sup>107</sup>

### *Låt testa budskapet*

Varje formulerad fråga och samtliga frågeformulär bör, innan undersökningen genomförs på ett större antal personer, testas.<sup>108</sup> Det kan ske med hjälp av olika tekniker. En av teknikerna bör vara den som avses komma till användning i den senare studien. Syftet med pilotstudien är att minimera risken att frågor missförstås eller tolkas olika av olika grupper eller att frågorna kommer i sådan ordning att svaren på dem påverkar varandra. Pilotundersökningen skall också ge besked om frågorna är för enkla eller för avancerade för hela den tänkta mottagargruppen eller delar av den.

Antalet som skall delta i pilotundersökningen kan diskuteras. Antalet kan i någon mening relateras till storleken på den slutliga undersökningen i den meningen att ju större den egentliga undersökningen är, desto viktigare blir det att underlaget för beslut om hur den skall se ut är korrekt. Generellt gäller att ju fler personer som har lämnat underlag till pilotundersökningen, desto säkrare blir de lämnade uppgifterna. Ett generellt svar på frågan om hur många som bör ingå i en pilotstudie skulle kunna vara att ca 100 personer borde delta. De bör undersökas med samma formulär, men med olika tekniker. De olika datainsamlingsteknikerna kan exempelvis vara postenkät, telefonintervjuer och personliga intervjuer.

---

<sup>107</sup> Ovanstående utgör bearbetningar av texter från *Guidelines on Risk Communications*.

<sup>108</sup> Empiriska test av budskap betonas av många forskare, se bl a Fischhoff, Baruch and Downs, Julie, S., *Communicating Foodborne Disease Risk*. *Emerging Infectious Diseases*, 3(4). 1997. Sid 489-495.

## Genomförandet av kampanjen

När väl alla val har gjorts, förprovning har skett och ett slutligt beslut om kampanjplan har tagits, är det dags att genomföra kampanjen.

Under den tid det pågår någon form av verksamhet i syfte att förbättra kunskap om och attityden till risker i ett aktuellt område är det viktigt att projektledningen finns tillgänglig för att svara på frågor. Det är också viktigt att snabbt kunna delta i debatter eller på annat sätt kunna lägga saker och ting till rätta, om det skulle visa sig att felaktiga uppgifter sprids i anslutning till pågående kampanj. Framför allt är det viktigt att följa vad som sägs i radio och TV och vad som skrivs i tidningarna.

En vanlig uppfattning har varit att informationskampanjer av det här slaget leder till negativa reaktioner bland målgrupperna för informationen. Den visar, trots allt, att det finns faror i mottagarnas närhet, vilket de kanske inte alltid har uppmärksammat eller som de lyckats förtränga. Informationskampanjen medvetandegör de obehagliga risker, som finns och skulle därför kunna ge upphov till negativa beteenden. Så tycks dock sällan vara fallet.<sup>109</sup> Förklaringen tycks vara att de flesta som bor inom ett riskområde är medvetna om det. Dock vet de vanligtvis mycket lite om hur de skall förfara i en akut krissituation. Därför tar man tacksamt emot den officiella information som ges i den typen av informationskampanjer, som vi talar om i det här sammanhanget.

## Effektmätning och utvärdering

En inte ovanlig försummelse i informationssammanhang är bristen på uppföljning, dvs att effekterna av den gjorda insatsen inte analyseras närmare. En informationskampanj eller annan informationsinsats måste följas upp, om den skall ha någon karaktär av långsiktighet över sig. Genom en systematisk uppföljning av vad som har gjorts inom ramen för projektet och i övrigt vad som har hänt i samhället med relevans för projektets målsättning under den aktuella kampanjperioden kan mycket läras. Den kunskapen blir värdefull i det fortsatta arbetet under förutsättning att den sammanställs och görs känd för inblandade individer, företag, kommuner och andra med intresse av området i fråga.

### Hur skall utvärderingen göras?

Den systematiska uppföljningen kan och bör ske med hjälp av olika tekniker på olika områden. Det betyder att frågeformulär och uppföljning med hjälp av enkäter, telefonintervjuer och personliga intervjuer kan kompletteras med observationer av faktiska beteenden i olika situationer. I vissa fall kanske dessa situationer inte kan eller skall skapas av utredarna. Däremot kan observationsscheman och liknande material för en undersökning tas fram i

---

<sup>109</sup> Se bl a De Marchi, Bruna, "Public information about major accident hazards: legal requirements and practical implementation", *Industrial Crisis Quarterly*. 5 (1991). Sid 244.

förväg för att möjliggöra en snabb insats i samband med en aktuell nödsituation.

### Vem skall svara för utvärderingen?

Arbetet med att utvärdera en kampanj eller ett informationsarbete av mer eller mindre stor omfattning kan göras av anställda inom den egna organisationen. Det finns dock vissa nackdelar med detta förfaringssätt, framför allt kanske man kan ställa sig tveksam till om de som själva har arbetat med informationsverksamheten är tillräckligt objektiva för att kunna värdera den kritiskt. Mycket talar för att andra, utanför den egna organisationen skall anlitas

för utvärderingen. Om arbetet planeras i god tid kan ofta universitet och högskolor delta i sådan verksamhet, som ger både lärare och studenter insikt i den praktiska verksamheten utanför den akademiska världen. Dessutom kan det vara ett bra sätt för båda sidor att etablera kontakt med varandra. I tabell 3 görs ett försök att systematisera fördelar och nackdelar med olika värderare.



---

**Tabell 3. Fördelar och nackdelar med olika typer av utvärderare<sup>110</sup>**

---

<b>Utvärderare</b>	<b>Fördelar</b>	<b>Nackdelar</b>
Risk-Kommunikatörer	Känner väl till verksamheten och riskkommunikationens problem och svårigheter; Är kända inom organisationen och folk har förtroende för dem; behöver inte granskas	Brist på förtroende hos myndigheter och allmänhet; Svårt med objektiviteten
Företagsledningen	Känner till verksamheten; ökade kontakter kan innebära ökat stöd för verksamheten; Förmodligen lägre kostnader än vid extern upp handling; personalen har kunskap om organisationens begränsningar	Ökade kontakter kan innebära negativa erfarenhet och mindre stöd till verksamheten; Brist på förtroende hos myndigheter och allmänhet
Extern organisation	Känner väl till utvärderingsteknik och riskkommunikationsverksamhet; uppfattas som trovärdiga av myndigheter och allmänhet; har en objektiv utgångspunkt i arbetet	Förstår kanske inte alltid organisationens förutsättningar; Kan bli något dyrare än en intern utredning
Allmänheten/Mottagarna	Interaktionen kan öka stödet; målgruppen kan bäst analysera sina behov och önskemål; Hög trovärdighet	Svårigheter att hitta rätt personal; har inte insikt i organisationens speciella förutsättningar; Har ingen erfarenhet av risk kommunikationens problem och svårigheter

---

<sup>110</sup> Bearbetning av material från Lundgren, Regina, *Risk Communication: A Handbook for Communicating Environmental, Safety, and Health Risks*. Battelle Press, Columbus, Ohio. 1994. Sid 152.

## Resultat måste tolkas med försiktighet

I sådana här sammanhang är det sannolikt viktigare än i andra liknande situationer att de resultat som erhålls tolkas med en viss försiktighet. Frågorna i utvärderingen kommer att gälla attityder till vissa fenomen och i vilken utsträckning de tillfrågade har lärt sig vad som är rätt beteende i en krissituation. Åtminstone två problem är för handen. Det första problemet uppstår om och när uttolkaren försöker att dra slutsatser om vissa beteenden utifrån uppmätta attityder. Forskningen visar att det inte finns några enkla, entydiga samband mellan attityder och beteenden av det slag som vi kanske förväntar oss i många sammanhang. I varje fall tvistar forskarna om vilka förhållanden som måste vara för handen för att det skall vara möjligt att dra slutsatser.

Det andra problemet uppstår när människor exempelvis svarar på vad de skulle göra i en krissituation. Det är en tänkt situation. Det behöver inte alls vara samma sak som de egentligen skulle göra i en faktisk verklighet. I en akut nödsituation kommer så många omständigheter in i bilden som det kan vara svårt att ta med i beräkningen vid ifyllandet av en enkät eller vid svar på frågor i en telefonintervju eller en personlig sådan.

## Innehållsanalyser

Genom att följa upp vem som har skrivit vad i vilken tidning eller vem som har sagt vad i vilken radio- och TV-kanal, går det att få en uppfattning om hur bl a de egna budskapen, som har sänts ut har uppfattats av medierna. Analysen kan ge uppgift om informationen har tolkats lika av mottagarna, om vissa journalister eller medier väljer att tolka budskapen på ett sätt och andra medier på ett annat sätt, om tvetydigheter i budskapen och om vilka argument som uppfattats korrekt och vilka som inte uppfattats på det sättet. Det går att få en uppfattning om mediernas intresse för de aktuella frågorna och förmodligen går det också att utläsa om budskapet som sådant har accepterats av medierna.

Om projektledningen skulle finna att vissa medier har missuppfattat ett budskap eller av olika skäl intagit en ståndpunkt som avviker från den som projektledningen företräder kan den med hjälp av den systematiska innehållsanalysen rikta en speciell kampanj mot eller på annat sätt bearbeta den eller de aktuella journalisterna/medierna.

Det finns anledning att även efter en genomförd kampanj följa upp vad som skrivs eller sägs i den aktuella frågan. Det gör det möjligt att på ett tidigt stadium bemöta och diskutera uppkomna argument eller frågeställningar, dvs långt innan de får fäste utanför medierna.

## Utnyttja argument för ny debatt

Uppföljningen, oavsett i vilken form den sker, kan ge upphov till nya idéer och infallsvinklar på de frågeställningar som varit föremål för en kampanj.

Det kan utnyttjas i det framtida informationsarbetet. Inom projektledningen bör det finnas en viss beredskap och kontinuitet för att dra nytta av den information som en utvärdering kan ge i olika stadier under eller efter en kampanjs genomförande. Nya infallsvinklar kan göra att en kampanj kan hållas vid liv under en längre tid än vad som annars skulle vara fallet.

## Mät även den kvalitativa utvecklingen av organisationen

Under en kampanj av det slag som här har avsetts kommer flera olika aktörer att delta i kommunikationsarbetet. Det samarbete som på detta sätt har utvecklats har ett värde i sig. Det innebär sannolikt en ökad kunskap om varandras organisationer och sätt att arbeta. Det beror på kvaliteten på och omfattningen av den typen av sociala kontakter. Därför finns det anledning att ta hänsyn till denna aspekt vid utvärderingen av hela kampanjen. Förutom att mäta kunskapsförändringar bland allmänheten bör en värdering av hela kampanjen även omfatta kvalitativa förändringar inom de inblandade organisationerna.<sup>111</sup>

Till skillnad från utvärderingen av kampanjens framgång bland allmänheten föreligger inga bra instrument för att mäta graden av kommunikationskultur i risksammanhang bland de inblandade organisationerna och den förändring som, i varje fall hypotetiskt, har ägt rum.

## Lägesbeskrivning

Utvärderingen resulterar i en ny lägesbestämning, vars kvalitet är beroende på utvärderingens omfattning och inriktning. Den nya beskrivningen av allmänhetens kunskaper, attityder, värderingar, handlingsberedskap mm, kan ge upphov till nya aktiviteter. Det kan vara informations- och kommunikationsinsatser, men det kan också röra sig om andra nödvändiga aktiviteter för att uppnå det uppställda syftet.

Under kampanjens gång kan många nya idéer, kunskaper, problem och lösningar på gamla problem ha dykt upp. Detta kan utgöra utgångspunkt för ett fortsatt samarbete mellan de i projektgruppen ingående deltagarna. Sådan information skall naturligtvis också ligga till grund för det fortsatta kampanjarbetet.

---

<sup>111</sup> Detta framhålls bl a av De Marchi, Bruna, "Public information about major accident hazards: legal requirements and practical implementation", *Industrial Crisis Quarterly*. 5 (1991). Sid 246.

## En permanent projektgrupp

Avsikten är att information enligt Sevesodirektivet skall lämnas vart femte år, om inte något inträffar som kräver information innan den perioden gått. Inom projektgruppen bör diskuteras om inte verksamheten skall vara av mer kontinuerlig karaktär. Eftersom det i stor utsträckning är fråga om att höja den allmänna kunskapsnivån, kan det finnas anledning att se till att aktuell information förs in i olika typer av sammanhang på ett naturligt sätt. För att så skall kunna ske krävs sannolikt en mer permanent organisation, där idéer och planer kan diskuteras.

Människor som flyttar in till kommunen eller påbörjar ett arbete inom riskområdet borde informeras om aktuella risker relativt omgående i samband med inflyttningen. Möjligheten att låta det ske genom folkbokföringsmyndigheten borde undersökas. Att information lämnas kontinuerligt på det sättet skulle underlätta det framtida informationsarbetet.

Det förefaller rimligt att kommunens informationschef eller motsvarande funktion är sammankallande i en sådan grupp. Under de perioder då ingen mer omfattande verksamhet är inplanerad kan det kanske vara lämpligt att gruppen möts två gånger per år, förslagsvis sen höst och tidig vår. Det skapar förutsättningar för en dialog och ett ökat samarbete mellan den aktuella industrin och myndigheten, vilket förhoppningsvis leder till ett fruktbart och innovativt arbete.



## 4. Referenslitteratur

### Böcker

Angelöw, Bosse och Jonsson, Thom, *Introduktion till socialpsykologi*. Studentlitteratur. Lund. 1990.

"Are You at Risk? Managing Expectations", Institution of Engineers, Australia, Standing Committee on Liability. Canberra. 1990.

Bayard, Hans, *Grepen 96-utvärdering*. 1996-11-25, Länsstyrelsen, Uppsala län. Uppsala. 1996.

Clarke, Lee, *Acceptable Risk? Making Decisions in a Toxic Environment*. University of California Press. Berkely/Los Angeles/London. 1989.

Covello, Vincent, von Winterfeldt, Detlof and Paul Slovic, "Communicating Scientific Information about Health and Environmental Risks: Problems and Opportunities from a Social and Behavioral Perspective" in Davies, J., Clarence, et al (eds.), *Risk Communication*. The Conservation Foundation. Washington D.C. 1987. Pp. 110-112.

Covello, Vincent and F. Allen, *Seven Cardinal Rules of Risk Communication*. U.S. Environmental Protection Agency, Office of Policy Analysis. Washington D.C. 1988.

Covello, Vincent, T., Sandman, Peter, M., and Paul Slovic, *Risk Communication, Risk Statistics, and Risk Comparisons: A Manual for Plant Managers*. Chemical Manufacturers Association. Washington D.C. 1988.

Cutter, Susan, *Living with Risk*, Edward Arnold. London/New York/Melbourne/Auckland. 1993.

De Marchi, Bruna, "Public information about major accident hazards: legal requirements and practical implementation", *Industrial Crisis Quarterly*. 5 (1991). Pp. 239-251.

De Marchi, B. och Funtowicz, S., *Allmänna riktlinjer för informationen till allmänheten*. Direktiv 82/501/EEG-Bilaga VII. Joint Research Centre. Odat.

Enander, Ann och Ann Johansson, *Att öva skarpt med allmänheten: Erfarenhet från Gotland och Uppland*. Rapport Risk- och miljöavdelningen R59-167/96. Statens Räddningsverk. Karlstad. 1996.

Flodin, Bertil, *Myndigheters kriskommunikation. En kunskapsöversikt*. Psykologiskt Försvar. Rapport nr 163:2. Stockholm. 1993.

Forsell, Håkan, *Attityder till kärnkraftverk, Forsmark*. November 1998. Demoskop AB. Stockholm. 1998.

Galtung, Johan och Holmbue Ruge, Marie, *The Structure of Foreign News*. Journal of Peace Research. 1965.

Hance, B., et al, "Setting a Context for Explaining Risk", *Risk Analysis*. 9(1).

- Hedman, Lowe och Jan Trost, *Risikommunikation*. Rapport Risk- och miljöavdelningen P21-183/97. Statens räddningsverk. Karlstad. 1997.
- Hvitfelt, Håkan, *På första sidan. En studie i nyhetsvärdering*. Rapport nr 131. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. Stockholm. 1985.
- Hvitfelt, Håkan, *Nyheter och Verkligheten. Byggstenar till en teori*. Rapport 1989:1. Journalisthögskolan. Göteborgs universitet. 1989.
- Holmberg, Sören och Lennart Weibull, "Förskingrat förtroende", i Holmberg, Sören och Lennart Weibull (red), *Opinionssamhället*. SOM-rapport nr 20. SOM-institutet. Göteborgs universitet. 1998. Sid 33-48.
- "Improving Risk Communication", National Research Council. National Academy Press. Washington D.C. 1989.
- Jarlbro, Gunilla, *Krisinformation ur ett medborgarperspektiv*. Psykologiskt Försvar. Rapport nr 163:3. Stockholm. 1993.
- Jarlbro, Gunilla, "Effektiv riskkommunikation - En fråga om förtroende?" i Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (red), *Opinionssamhället*. SOM-rapport nr 20. SOM-institutet. Göteborgs universitet. 1998. Sid 115-123.
- Krimsky, S. and A. Plough, *Environmental Hazards: Communicating Risks as a Social Process*. Auburn House Publishing Company. Massachusetts. 1988.
- Lagadec, Patrick, "Preventing Chaos in Crisis." *Strategies for prevention, control and damage limitation*. McGraw Hill. London. 1993.
- Larsson, Arne, *Riskhantering och kommunikation – en studie i sex kommuner*. Rapport Risk- och miljöavdelningen P21-184/97. Statens Räddningsverk. Karlstad. 1997.
- Lundgren, Regina, *Risk Communication: A Handbook for Communicating Environmental, Safety, and Health Risks*. Battelle Press, Columbus, Ohio. 1994.
- Nelkin, D, "The Political Impact of Technical Expertise", *Social Studies of Science*, 5. 1975.
- Nohrstedt, Stig-Arne och Nordlund, Roland, *Medier i kris. En forskningsöversikt över mediernas roll vid kriser*. Psykologiskt Försvar. Rapport nr 163:4. Stockholm. 1993.
- O'Riordan, T. et al, "Themes and Tasks of Risk Communication: Report of an International Conference held at KRA Julich", *Risk Analysis*, 9 (4). 1989.
- Otway, H., "Experts, Risk Communication and Democracy", *Risk Analysis*. 7(2). 1987.
- Otway, H. och K. Thomas, "Reflections on Risk Perception and Policy", *Risk Analysis*. 2. 1982.

- Peters, H.P., "The interaction of journalists and scientific experts: co-operation and conflict between two professional cultures", *Media, Culture and Society*. Vol. 17. Pp 31-48.
- Rosengren, Karl Erik och Peter Arvidson, *Sociologisk metodik*. Almqvist&Wiksell. Falköping. 1992.
- Sandman, Peter, M., *Responding to Community Outrage: Strategies for Effective Risk Communication*. AIHA Press/American Industrial Hygiene Association. Fairfax, VA. Fourth edition. 1997. Först utgiven 1993.
- Sjöberg, Lennart och Britt-Marie Drott Sjöberg, "Hur upplever vi teknikens risker?" i Grimvall, Göran, Jacobsson, Per och Thedéen, Torbjörn (red), *Risker i tekniska system*. Utbildningsradions förlag. Stockholm. 1998. Sid 224-238.
- SOU 1998:13, *Säkrare kemikaliehantering*. Slutbetänkande av Utredningen om kemikalieolyckor m.m. Stockholm. 1998.
- Starrin, Bengt och Renck, Barbro, "Den kvalitativa intervjun" i Svensson, Per-Gunnar och Bengt Starrin (red), *Kvalitativa studier i teori och praktik*. Studentlitteratur. Lund. 1996. Sid 52-78.
- Stenzel, P, The need for a national risk assessment communication policy. *Harvard Environmental Law Review*. Vol.11. 1987. Pp. 381-413.
- Svensson, Per-Gunnar och Bengt Starrin (red), *Kvalitativa studier i teori och praktik*. Studentlitteratur. Lund. 1996.
- Trost, Jan, *Kvalitativa intervjuer*. Studentlitteratur. Lund. 1993.
- Enkätboken*. Studentlitteratur. Lund. 1994.
- Tuchman, Gaye, *Making News. A Study in the Construction of Reality*. NY. 1978.
- Ulfvarson, Ulf, "Hur vet man vad som är skadligt för hälsa och miljö? i Grimvall, Göran, Jacobsson, Per och Thedéen, Torbjörn (red), *Risker i tekniska system*. Utbildningsradions förlag. Stockholm. 1998. Sid 132-155.
- Van Eijndhoven, Josée, C.M., Weterings, Rob, A.P.M., Worrel, Cor, W., de Boer, Joop, van der Pligt, Joop and Stallen, Pieter-Jan, "Risk Communication in The Netherlands: The Monitored Introduction of the EC "Post-Seveso" Directive", *Risk Analysis*. Vol. 14. No.1. 1994. Pp. 87-96.
- Wynne, Brian, Empirisk utvärdering av information till allmänheten om risker för stora industriolyckor. EU-kommissionen. 1992.
- Wynne, B., Unruly Technology: Practical Rules, Impractical Discourses and Public Understanding. *Social Studies of Science*, 18. 1988.



## Elektroniska källor

Beder, Sharon och Michail Shortland, "Siting a Hazardous Waste Facility: The Tangled Web of Risk Communication", *Public Understanding of Science*. Vol. 1, No. 2. 1992. Pp. 139-160.

<http://www.uow.edu.au/arta/sts/sbeder/risk.html>

Fischhoff, Baruch and Downs, Julie, S., Communicating Foodborne Disease Risk. *Emerging Infectious Diseases*, 3(4). 1997. Sid 489-495.

<http://www.medscape.com/govmt/CDC/EID/1997/v03.n04.10.fisc/e0304.10.fisc.html>

*Guidelines on Risk Communications*. The Treasury Board of Canada.

<http://www.tbs-stc.gc.ca/tb/rad/english/finrisk.html>

Hillers, Val, *Communicating About Risks in Foods*, Washington. 1992.

[http://geog.umd.edu/EdRes/Topic/AgrE...d/COMMUNICATING\\_ABOUT\\_RISKS\\_IN\\_FOOD.HTML](http://geog.umd.edu/EdRes/Topic/AgrE...d/COMMUNICATING_ABOUT_RISKS_IN_FOOD.HTML)

"Rutgers report offers guidance on communication chemical release data", Pressmeddelande från Rutgers, The State University of New Jersey. 1998-09-09. <http://www.aesop.rutgers.edu/-cec/PUBS/wcpress.html>

Samuelsson, Christer, *Radiation Risk Information to the Public; Principles or Common Sense?*, Radiation Physics Department, Lund University. Lund.

Odat.<http://www.geirik.is/nsfs/samuelss.htm>

# 5. Bilaga

## Förslag till frågeformulär

### Introduktion

Informera om att frågorna i undersökningen rör risker för stora olyckor i industriella anläggningar inom kommunen/boendeområdet. Studien skall introduceras som en EU-studie, vars syfte är att undersöka hur effektiv informationen till allmänheten om risken för storolyckor i vissa industriella aktiviteter och åtgärdsplaner är, med den direkta avsikten att förbättra förhållandena inom EU. Det skall också anges som en förklaring till varför andra, kanske mer upplevda risker, inte behandlas i det här sammanhanget. Förslagsvis avslutas frågeformuläret med en fråga om vilka andra risker respondenten upplever i samhället och hur viktig denna/dessa risker upplevs vara. I en enkät kan det vara en avslutande öppen fråga, som ger respondenten en möjlighet att skriva av sig ett eventuellt behov av att vilja vidarebefordra denna typ av information.

### Frågor<sup>112</sup>

- Har du informerats av någon om NAMN PÅ AKTUELL ANLÄGGNING?
- Vet du om att anläggningen är en s k riskanläggning?
- Tycker du att du har fått tillräckligt med information om anläggningen?
- Hur fick du information om anläggningen?
- Kommer du ihåg om du har fått en officiell informationsbroschyr eller någon liknande information?
- Om så är fallet, kommer du ihåg när det var?
- Om så är fallet, kommer du ihåg vem som informerade dig?
- Om så är fallet, vad kommer du ihåg av den information du fick av myndigheterna?

---

<sup>112</sup> Frågorna är i princip identiska med dem som använts i utvärderingen av informationen om risker för storolyckor till allmänheten i tre länder (se appendix 4.1 till Wynne, Brian, Empirisk utvärdering av information till allmänheten om risker för stora industriolyckor. EU-kommissionen. 1992.) Endast några smärre tillägg och språkliga justeringar har gjorts. Frågorna måste givetvis anpassas till den datainsamlingsmetod som kommer att användas. I en större surveyundersökning blir det nödvändigt att mycket noggrant välja lämpliga svarsalternativ, eftersom vi inte kan räkna med något större antal av öppna frågor. Flera frågor kan formuleras som påståenden och ingå i en uppsättning av sådana attitydpåståenden. Frågorna måste också anpassas till den rådande situationen och de lokala förutsättningarna på den plats där undersökningen genomförs.

- Tyckte du att informationen stämde med vad du redan visste via andra källor?
- OM NEJ! På vilket sätt skilde sig den officiella versionen från det som du visste tidigare?
- Ändrade den information du fick din uppfattning om anläggningen på något sätt?
- OM JA! På vilket sätt ändrades din uppfattning?
- Bor du inom det område, som troligen kommer att påverkas av en olycka?
- Hur skulle du få veta att en olycka, som påverkar det lokala samhället, hade inträffat?
- Vilken typ av olycka skulle kunna inträffa vid den här anläggningen?
- Hur känner du till det?
- Hur skulle den kunna påverka omgivningen?
- Hur känner du till det?
- Vad skulle du göra i händelse av en stor olycka?
- Vad har myndigheterna föreslagit att du skall göra?
- Har du någonsin diskuterat med någon annan vad du skulle göra i händelse av en olycka?
- Har du fått information om beredskapsplanen?
- OM JA! Vilka är huvudbeståndsdelarna i den?
- OM NEJ! Är du bekymrad över det?
- Vem skulle leda arbetet i händelse av att en stor olycka, som påverkade lokalsamhället, inträffade?
- Vem är ansvarig för att reglera riskerna med anläggningen?
- Vad har de gjort och vad gör de för att minimera riskerna för en stor olycka?
- Hur skulle du försöka ta reda på mer om vad som händer, om du fick höra att en stor olycka hade inträffat?
- Vem skulle du vända dig till för råd om vad du skulle göra?
- Vilken ytterligare information känner du att du behöver eller borde få, men inte har fått hittills?
- Varför tror du inte att du har fått denna information?
- Anser du att denna information undanhålls dig?

- OM JA! Av vilka skäl tror du att information skulle undanhållas dig som kommuninnevånare?
- ALT. Tror du att denna information medvetet har undanhållits dig eller har man bara missat detta behov?
- Tycker du att de lokala myndigheterna gör tillräckligt för dig vad gäller att kontrollera riskerna med anläggningen?
- Tycker du att de lokala myndigheterna gör tillräckligt för dig vad gäller att se till att åtgärderna i händelse av nödläge håller måttet?
- Tycker du att de lokala myndigheterna gör tillräckligt för dig vad gäller att människor hålls välinformerade?
- Känner du dig bättre informerad, sämre informerad eller ungefär lika väl informerad om anläggningen som den genomsnittlige invånaren i ditt område?
- Skulle du reagera bättre, sämre eller ungefär på samma sätt som genomsnittet i händelse av ett nödläge?
- Tror du att myndigheterna är tillräckligt väl förberedda på en stor olyckshändelse?
- Tror du att de är medvetna om alla osäkerheter och kryphål i de kunskaper som krävs för att kontrollera riskerna för olyckor vid en sådan anläggning?
- Erkänner de detta i tillräckligt hög grad i den information till allmänheten som de lämnar?
- Vilka andra möjligheter har du att få information om anläggningen, dess risker och råd i händelse av olyckor/nödsituationer än via myndigheter?
- I praktiken, var kommer merparten av din information om anläggningen från?
- Är dina egna källor helt tillförlitliga?
- Vem av dessa är mest välinformerad själv?
- Vem kan du lita på skulle fortsätta att ställa besvärliga frågor till myndigheterna om de skulle behövas?
- Finns det några oberoende källor till information om riskerna?
- Om så är fallet, vilka är de?
- Hur försäkrar du dig om deras tillförlitlighet?
- Vem, om någon, representerar bäst dina intressen vad gäller att ta fram nödvändig information om risker, kontrollen av dessa och åtgärder i händelse av ett nödläge?
- När du fick information om anläggningen och riskerna med denna, födde det ytterligare frågor?

- OM JA! Gjorde du något åt det? I sådana fall, vad?
- Om du trodde att delar av den officiella information du fått inte var korrekt, missledande eller otillräcklig, skulle du då göra något åt det?
- OM JA! Vad, i sådana fall?
- Utöver information i broschyrer, anvisningar i tidningar, etc gör företaget eller de ansvariga myndigheterna något annat för att visa sig öppna för oro och frågor i samhället?
- Känner du till om någon eller några av följande aktiviteter har ägt rum på senare tid? Besök på anläggningen , offentliga möten, lokala samarbetskommittéer, skolbesök, eller annat?
- Vilken, om någon, del av den officiella informationen om risker tycker du känns mindre trovärdig eller realistisk?
- OM NÅGON DEL KÄNNES MINDRE TROVÄRDIG: Varför känns den mindre trovärdig?
- Finns det några delar av informationen rörande risker eller beredskapsplaner som det är rätt av kommunen eller nödvändigt för denna att hemlighålla?
- Tycker du att de har täckt in alla tänkbara eventualiteter i sin planering av insatser i händelse av ett nödläge?
- Har du barn på dag- eller fritidshem eller i skola?
- OM JA! I händelse av en nödsituation, skulle du gå och hämta dina barn om de var där och/eller försöka förena resten av familjen, innan du fattar beslut om vad du skall göra för övrigt?
- Vad säger den officiella informationen om hur du skall hantera detta?
- Vad är det viktigaste som hän hänt vid anläggningen som du känner till?
- Vad är, eller har varit, de viktigaste indikatorerna för dig vad gäller riskerna du löper från anläggningen?
- OM JA! På vilket sätt?
- Har det förekommit andra risker eller föroreningar kopplade till problem vid anläggningen?
- OM SÅ ÄR FALLET: Har dessa relevans för sannolikheten för en större olycka?
- Har det förekommit olyckor eller tillbud på andra håll i världen som är av relevans för att förstå riskerna vid den här anläggningen?
- OM JA! Vilka? Och Hur är de besläktade?



Räddningsverket, 651 80 Karlstad  
Telefon 054-10 40 00, telefax 054-10 28 89. Internet <http://www.srv.se>  
Beställningsnummer P21-298/99. Telefon 054-10 42 86, telefax 054-10 42 10  
ISBN 91-7253-021-9