



MSB

Myndigheten för
samhällsskydd
och beredskap

Sammanställning av seminarier

Nya vägar för risk- och kriskommunikationen

För dig som är kommunikatör i offentlig sektor

**Nya vägar för risk- och kriskommunikation
– för dig som är kommunikatör i offentlig sektor**

© Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB)
Enhet: Enheten för forskning och utvärdering, Enheten för
säkerhet i offentlig miljö och enskildas beredskap.

Foto omslag: MSB
Text: Vetenskap & Allmänhet

Publ nr: MSB2001. juni 2022
ISBN: 978-91-7927-283-8

Innehåll

INTRODUKTION	4
Medverkande i seminarierna:	4
ATT ÖVERBRYGGA BARRIÄRER.....	5
Fler nyhetsundvikare i utsatta områden	5
Språk och lågt förtroende svåra hinder	6
Vänner och bekanta en alternativ väg	6
Interpersonell kriskommunikation.....	6
Vaccinationsguider som brobyggare	7
ATT ARBETA INKLUDERANDE	9
Läshinder och lösningar	9
Det är skillnad på klarspråk och lättläst	10
Universell utformning	10
Kommunikation är inte bara ord!	11
Tips, resurser och goda exempel	12
ATT PÅVERKA BETEENDEN	13
Gapet mellan attityder och beteende	13
Vad styr egentligen våra beteenden?	14
Vikten av förtroende	15
Ärlighet varar längst	15
Ge en "knuff" i rätt riktning	16
Vi påverkas av sociala normer	16
Tips, resurser och goda exempel	16

Introduktion

Med en världsomspännande pandemi och med krig i Europa har vikten av en välfungerande risk- och kriskommunikation blivit extra tydlig. För att lyfta fram ny forskning och goda exempel ordnade Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) en seminarieserie kallad *Nya vägar för risk- och kriskommunikationen* den 5, 6 och 7 april 2022.

Seminarierna vände sig primärt till kommunikatörer i offentlig sektor och blev snabbt fullbokade. Fokus låg på forskning, som MSB finansierar, och praktiska erfarenheter från de senaste åren, kopplade till tre teman:

1. **Att överbrygga barriärer** – om att jobba med alternativa kanaler och vägar för att nå grupper som inte behärskar svenska eller sällan besöker myndigheternas webbplatser.
2. **Att arbeta inkluderande** – om att arbeta med inkluderande information som ska fungera för så många som möjligt.
3. **Att påverka beteenden** – om att beteendeförändring och beteendepåverkan med hjälp av kommunikation är viktiga faktorer för att bygga beredskap och hantera kriser.

I den här skriften sammanfattas innehållet i respektive seminarium, med särskilt fokus på de konkreta råd som förmedlades.

Medverkande i seminarierna:

ATT ÖVERBRYGGA BARRIÄRER

Bengt Johansson, professor, Göteborgs universitet

Julia Ekman, mastersstudent, Göteborgs universitet

Kajsa Ahlström, utvecklingsledare folkhälsa, Göteborgs stad

Jihad Ismail Taha, vaccinationsguide/kulturtolk, Göteborgs stad

ATT ARBETA INKLUDERANDE

Daniel Frelén, verksamhetsutvecklare, Myndigheten för tillgängliga medier

Charlotte Magnusson, universitetslektor, Lunds universitet

Jonas Borell, universitetslektor, Lunds universitet

Judith Timoney, intressepolitisk ombudsman, FUB

ATT PÅVERKA BETEENDEN

Minna Lundgren, universitetslektor, Mittuniversitetet

Per Kristensson, professor, Karlstads universitet

Gustav Bohlin, utredare, Vetenskap & Allmänhet

Att överbrygga barriärer

Vid kriser är det viktigt att nå så många som möjligt med information, både för att hjälpa människor att hantera händelsen och för att minimera skador och lidande. Men vanlig myndighetsinformation når inte fram till alla. Bristande färdigheter i svenska språket och lågt förtroende för samhällets institutioner är två viktiga barriärer, som hindrar information från kommuner och myndigheter att nå fram och göra skillnad. Det här avsnittet handlar om att hitta alternativa kommunikationsvägar för att nå svårnådda grupper.

Fler nyhetsundvikare i utsatta områden

Forskare vid Göteborgs universitet har, både före och under covid-19-pandemin, undersökt nyhetskonsumtion och medievanor i särskilt utsatta områden i Göteborg. De tittade bland annat på fördelningen mellan *nyhetssökare* och *nyhetsundvikare*. Nyhetssökare letar aktivt upp och tar regelbundet del av nyheter, medan nyhetsundvikare sällan eller aldrig tar del av nyheter.

Människor som bor i särskilt utsatta områden är nyhetsundvikare i betydligt större utsträckning än befolkningen i stort. De tar också i högre grad del av information om covid-19 från utländska nyhetsmedier och sociala medier, och i lägre grad från svenska nyhetsmedier och myndigheter, jämfört med befolkningen som helhet.

Mönstret med en större andel nyhetsundvikare och en annorlunda nyhetskonsumtion i särskilt utsatta områden hade ett samband med fler missuppfattningar om pandemin. I dessa områden anammade en betydligt större andel falska påståenden, konspirationsteorier och myter om vaccinernas syfte och verkan, jämfört med befolkningen i stort.

Hälften av de tillfrågade i särskilt utsatta områden höll med om det falska påståendet att vaccinen tjänade ett dolt syfte.

Tendensen är tydlig – lägre grad av svenska nyheter och myndighetsinformation ger fler missuppfattningar om covid-19.

Bengt Johansson, professor Göteborgs universitet

Språk och lågt förtroende svåra hinder

Forskarna vid Göteborgs universitet identifierade faktorer som påverkar möjligheterna att nå fram med krisinformation i särskilt utsatta områden. Bristande färdigheter i svenska språket hos människor med utländsk bakgrund var den enskilt viktigaste barriären. Invånarna i särskilt utsatta områden identifierar sig också i lägre grad med det svenska samhället, och känner därför inte ett lika stort behov av att ta del av svenska nyheter. I såväl utsatta områden som samhället i stort finns ett samband mellan förtroende för svenska institutioner och medieanvändning, där personer med lägre förtroende i mindre utsträckning tar del av information genom svenska nyhetsmedier och myndighetssidor än personer med stort förtroende.

För att lyckas förmedla krisinformation till nyhetsundvikare och andra svårnådda grupper krävs alternativa strategier, som tar hänsyn till språkliga och kulturella utmaningar. Konventionell enkelriktad kriskommunikation fungerar inte om målgruppen vare sig tar del av informationen, litar på eller identifierar sig med avsändaren. Utmaningen för kommuner och myndigheter är att hitta sätt att både förmedla information och inge förtroende.

Vänner och bekanta en alternativ väg

En möjlig strategi är att identifiera och kommunicera genom betrodda nyckelpersoner som har kontakter in i svårnådda grupper eller särskilt utsatta områden. Undersökningarna vid Göteborgs universitet visade att vänner och bekanta var den näst viktigaste nyhets- och informationskällan, efter svenska nyheter, under pandemin, *både* i särskilt utsatta områden och i övriga Sverige. När vi vill få reda på vad som händer under en kris vänder vi oss ofta till personer i vår närhet som vi litar på.

En väldigt stor del av människors informationssökande handlar om att prata med vänner och bekanta. Man pratar med familjen för att få reda på vad som händer.

Bengt Johansson, professor Göteborgs universitet

Interpersonell kriskommunikation

Samtal mellan två eller flera personer, så kallad *interpersonell* kommunikation, kan vara effektiva för att kringgå de hinder som mer konventionell kriskommunikation möter. Hur information tas emot avgörs nämligen till stor del av mottagarens relation till avsändaren. Det kan användas genom att identifiera och använda betrodda nyckelpersoner, som har nätverk och högt förtroendekapital i en viss grupp eller område.

På så sätt kan offentliga organisationer komma runt språkliga och kulturella hinder, lågt förtroende för svenska institutioner såväl som alternativa informationskällor som konkurrerar om målgruppens uppmärksamhet. Interpersonell kriskommunikation kan därför vara ett viktigt komplement för att nå delar av befolkningen som inte nås av eller lyssnar till traditionell myndighetsinformation. Interpersonell kommunikation ger utrymme för:

- Språklig och kulturell anpassning – möjliggör samsyn och ökad förståelse.
- Ökad fysisk tillgänglighet – sänker både praktiska och mentala trösklar.
- Samhörighet, inkludering och representation – främjar intresse, förtroende och tillit.

Det är viktigt att myndighetsinformation översätts till andra språk, men översatt information räcker inte om du inte litar på systemet. Informationen måste komma från någon du litar på.

Julia Ekman, mastersstudent Göteborgs universitet

Vaccinationsguider som brobyggare

Ett framgångsrikt exempel på interpersonell kriskommunikation kommer från Göteborgs stad. Inom ramen för kommunens kriskommunikation bildades en projektgrupp för att utforma informationskampanjer riktade mot grupper och områden med lägre andel vaccinerade mot covid-19. Med avstamp i idén om interpersonell kriskommunikation identifierades och utbildades ett antal betrodda nyckelpersoner till *vaccinationsguider*. Gemensamt för guiderna var att de hade lokal anknytning och nätverk i lokal- och civilsamhället, exempelvis genom religiösa samfund eller etniska organisationer. De talade också ett eller flera av de utomeuropeiska språk som är vanliga i de aktuella områdena.

Vaccinationsguiderna fungerade som brobyggare mellan kommunen och invånarna. De arbetade uppsökande för att föra dialog, sprida information och möta oro och rädsla. Guiderna träffade invånarna i föreningslokaler, på torg och vid lokala evenemang. De mötte också invånare digitalt på sociala medier, exempelvis genom lokala WhatsApp-grupper. De boende uppskattade att kunna prata om vaccinerna på det egna modersmålet i det egna närområdet, och med någon som hade insyn i lokalsamhällets sociala och kulturella betingelser.

Vaccinationsguiderna hade inte bara i uppgift att förmedla information. Minst lika viktigt var att samla in information om invånarnas attityder till sjukvården och den svenska strategin, liksom missuppfattningar och myter om vaccinerna. Det möjliggjorde för kommunen att uppdatera och anpassa information och budskap, för att bättre kunna möta frågor och funderingar som fanns i området.

Innan vi kan lyfta fram fördelarna med vaccination måste vi förmedla en grundläggande tillit till svensk sjukvård. Där är det personliga mötet jätteviktigt!

Jihad Ismail Taha, vaccinationsguide Göteborgs stad

Strategin blev framgångsrik. Vaccinationsguiderna träffade över 10 000 personer runt om i Göteborg och vaccinationstäckningen ökade mest i de områden där guiderna hade varit verksamma.

Vi måste arbeta med delaktighet och involvera de personer som vi är till för. Annars kommer vi aldrig göra rätt i kriskommunikationen.

Kajsa Ahlström, utvecklingsledare Göteborgs stad

Så här kan du arbeta för att överbrygga barriärer:

- Lär känna målgruppen.
 - Möt målgruppen där de befinner sig och arbeta aktivt med delaktighet.
- Möt behov utifrån språk- och kulturkompetens.
 - Involvera personer med förtroendekapital och nätverk i lokalsamhället.
- Ta fram underlag som stöd med svar på vanliga frågor.
 - Underlätta för guiderna att svara på frågor och att hänvisa vidare.
- Sök upp, i stället för att bjuda in.
 - Bjud in dig själv till en befintlig mötesplats. Det är ofta mer effektivt.
- Var flexibel och följ upp kontinuerligt.
 - Anpassa och justera insatserna utifrån vilka frågor som finns i lokalområdet.

Mer resurser finns här!

- [KRISAMS](#) – Kriskommunikation och förtroende i det multipublika samhället: Pågående forskningsprojekt vid Göteborgs universitet, finansierat av MSB.

Att arbeta inkluderande

Mellan 20 och 25 procent av svenskarna har svårt att ta till sig innehållet i en vanlig dagstidning och ungefär 800 000 personer har behov av lättillgängliga texter. När något allvarligt händer är det viktigt att myndigheter snabbt kan nå ut till och kommunicera med alla människor i samhället. Det här avsnittet handlar om hur vi kan ta bättre hänsyn till människor med läshinder när vi kommunicerar samhällsviktig information.

Svensk krisberedskap bygger på den så kallade *ansvarsprincipen*, som i korthet säger att myndigheter som har ansvar för en verksamhet under normala förhållanden, har samma ansvar under kriser. Ansvarsprincipen gäller även kommunikationsinsatser till allmänheten och därför behövs en beredskap för att snabbt nå ut med anpassad information till människor med läshinder. Myndigheten för tillgängliga medier (MTM) jobbar för att alla ska ha tillgång till litteratur, nyheter och samhällsinformation, oavsett läsförmåga eller funktionsnedsättning. De jobbar med egen produktion av texter men har också ett främjande uppdrag och stödjer andra myndigheter genom att vara ett kunskapscenter kring tillgänglig läsning.

Det blir oftast mycket dyrare att plötsligt behöva tillgängliggöra allt vid en kris i stället för att ha tänkt rätt från början.

Daniel Frelén, verksamhetsutvecklare MTM

Läshinder och lösningar

Det finns flera skäl till att människor har läshinder. Det kan handla om synskadade eller personer med annat modersmål, såväl som människor med dyslexi, afasi eller neuropsykiatriska funktionsnedsättningar. Svårigheterna och behoven kan delvis överlappa mellan dessa grupper, även om de också har särpräglade drag. Människor med ADHD eller autism har ofta svårt att hitta eller uppmärksamma ny information medan personer med dyslexi har svårt att tillgodogöra sig text. Människor med intellektuell funktionsnedsättning har ofta svårt att både hitta och tillgodogöra sig information.

Under pandemin genomförde MTM undersökningar bland människor med läshinder för att kartlägga hur ansvarsprincipen fungerar ur ett tillgänglighetsperspektiv. Genom undersökningarna identifierades tre övergripande orsaker till att människor med läshinder har svårt att ta del av information:

Problem		Lösning
Format	Svårt att tillgodogöra sig det format som informationen finns tillgänglig i.	Konvertera till andra format (till exempel punktskrift).
Finna	Svårt att hitta eller få tag på informationen.	Distribuera informationen genom andra kanaler (till exempel SMS eller fysiska utskick).
Förstå	Svårt att förstå innehållet i informationen.	Komplettera med mer lättbegriplig information (till exempel lättläst text).

Vanliga orsaker till att människor med läshinder hade svårt att ta del av viktig information under covid-19-pandemin.

Det är skillnad på klarspråk och lättläst

Svenska myndigheter förväntas kommunicera med *klarspråk*. Med det menas att texter ska vara skrivna på ett enkelt och begripligt sätt. Klarspråk skiljer sig dock från *lättläst* text som vänder sig till människor med någon form av läshinder. Lättläst text behöver därför vara enklare och mer välstrukturerad än klarspråk. Myndigheter som vill nå alla medborgare med viktig samhällsinformation bör därför erbjuda lättlästa versioner av sin information.

Lättlästa texter kännetecknas av att de är skrivna med vardagliga, lätta ord, korta meningar och rak och enkel handling. Lättlästa texter använder få rader på varje sida och texten har ofta stöd av förklarande bilder.

Tyvärr publiceras information på lättläst svenska ofta senare än traditionell information, och är inte alltid uppdaterad och aktuell. Information på lättläst svenska ska vara lätt att hitta, lika uppdaterad och relevant som annan information. Om information ses som relevant för målgruppen bör nya lättlästa versioner användas, i stället för att länka vidare till text som inte är lättläst.

Att arbeta inkluderande är också att arbeta förebyggande.
Judith Timoney, intressepolitisk talesperson FUB (för barn, unga och vuxna med utvecklingsstörning)

Universell utformning

Universell utformning är ett nyckelbegrepp i svenskt tillgänglighetsarbete. Enligt FN:s *Konvention om rättigheter för personer med funktionsnedsättning* innebär det att produkter, miljöer, program eller tjänster ska kunna användas direkt av alla utan specialanpassning. I grunden handlar universell utformning om en

attitydförändring och en rörelse bort från stigmatisering av ”särskilda grupper”, mot mer inkluderande arbetssätt där mångfald och flexibilitet tänks in från början. Universell utformning utgår från sju principer:

1. **Likvärdig användning** – kan användas av personer med varierande förmåga.
2. **Flexibel användning** – kan användas på olika sätt beroende på förmåga.
3. **Enkel och intuitiv användning** – instruktioner ska vara lätta att förstå oberoende av erfarenhet, språkkunskaper eller koncentrationsnivå.
4. **Uppfattbar information** – instruktioner bör tillhandahållas i bilder, verbalt och taktilt.
5. **Tolerans för misstag** – tål felaktig användning.
6. **Låg fysisk ansträngning** – kan användas utan att fysiskt trötta ut användaren.
7. **Storlek och utrymme för åtkomst och användning** – kan användas likvärdigt med hänsyn till användarens storlek, hållning eller rörelseförmåga.

Om du ska bygga en stad kan du tänka att den ska funka för både åttaåringar och 80-åringar. Då fungerar den nog ganska bra för dem däremellan också.

Charlotte Magnusson, universitetslektor, Lunds universitet

Kommunikation är inte bara ord!

Tillgänglig kommunikation diskuteras ofta i termer av klarspråk eller lättläst text, men mänsklig kommunikation är *multimodal*. Det innebär i korthet att använda en rad olika uttrycksformer för att förmedla budskap, exempelvis ord, gester, ansiktsuttryck, tonfall och bilder. Vissa människor har svårt att uppfatta en eller flera av dessa aspekter, som ofta är socialt och kulturellt definierade. Det kan till exempel handla om äldre människor med nedsatt kort- eller långtidsminne, eller personer med kognitiva funktionsnedsättningar som ibland har svårt att tolka icke-verbal information (till exempel ansiktsuttryck).

För att göra kommunikationen tillgänglig även för dessa grupper är det viktigt att renodla budskapet, så att kommunikationen blir så koncis, tydlig och konkret som möjligt. Tänk på att kommunicera med korta och distinkta budskap, och ersätt gärna socialt kodade uttryck och referenser med sakliga uttryck. Grundidén är universell utformning – försök att tänka in mångfald och variation redan från början, snarare än att utgå från en “genomsnittlig normalmänniska”.

Tips, resurser och goda exempel

Så här kan du arbeta inkluderande!

- Se till att den information du tar fram finns tillgänglig i olika format.
- Tänk mångfald från början när du tar fram information, i stället för att utgå från genomsnittsmänniskor eller normalanvändare.
- Be om återkoppling från användare. Testa och se hur en text uppfattas för att utveckla både texten och din egen förmåga inför framtiden.
- Tillgänglighet blir oftast billigare om man gör rätt från början. Ett exempel är att se till att verktygen för webbplatsen har stöd för uppläsning och tillgänglighetsanpassning.

Mer resurser finns här!

- [Råd för att skriva lättläst, från MTM](#)
- [Standard för universell utformning](#)
- [LIX – Läsbarhetsindex](#)
- [EPUB 3 – E-böcker med universell utformning](#)
- [Pictogram – ett visuellt språk med pratkartor](#)
- [Från passiv mottagare till aktiv resurs i krishanteringssystemet](#): Pågående forskningsprojekt vid Chalmers tekniska högskola, finansierat av MSB.

Goda exempel på lättläst svenska!

- [8 sidor – Lättlästa nyheter](#)
- [Krisinformation.se](#)
- [Klartext i P4](#)
- [SVT Nyheter på lätt svenska](#)

Att påverka beteenden

Varför agerar vi inte som vi borde? Även när vi vet hur vi bör hantera en viss situation så gör vi ofta precis tvärtom. Man kan tro att det handlar om bristande kunskaper, men ofta är det helt andra saker som avgör våra handlingar. Vi är helt enkelt inte så rationella som vi ofta tror. Inför och under kriser är det viktigt att åstadkomma beteendeförändringar för att bygga en beredskap och för att kunna hantera kriser. Det här avsnittet handlar om hur vi kan kommunicera mer strategiskt för att påverka beteenden.

De flesta människor äter onyttigt, motionerar för lite, kör för fort och skjuter upp saker till morgondagen. Trots att vi vet vad som är rätt gör vi inte så.

Per Kristensson, professor Karlstads universitet

Gapet mellan attityder och beteende

Ett experiment vid Mittuniversitetet i Östersund där frivilliga människor utsattes för ett simulerat strömvabrott visade på stora skillnader mellan hur man tror att man ska agera och hur man faktiskt beter sig under en kris. Gapet mellan våra intentioner (det vi säger att vi ska göra) och det vi faktiskt gör är så stort att man inom psykologisk forskning nästan helt har slutat mäta intentioner för att förutsäga beteenden. Även om personerna som deltog i experimentet inte alltid agerade som de själva hade förväntat sig blev de inte handfallna utan kom på olika kreativa lösningar på de problem som uppstod. Ett slående resultat var också hur människor solidariskt hjälptes åt och drog nytta av varandras kunskaper och erfarenheter.

Sammantaget har vi alla nytta av varandra. Vissa är duktiga på att hitta information medan andra kan överleva under svåra förhållanden. Samspelet i våra bostadsmiljöer är en jätteviktig utgångspunkt för vår gemensamma beredskap.

Minna Lundgren, universitetslektor Mittuniversitetet

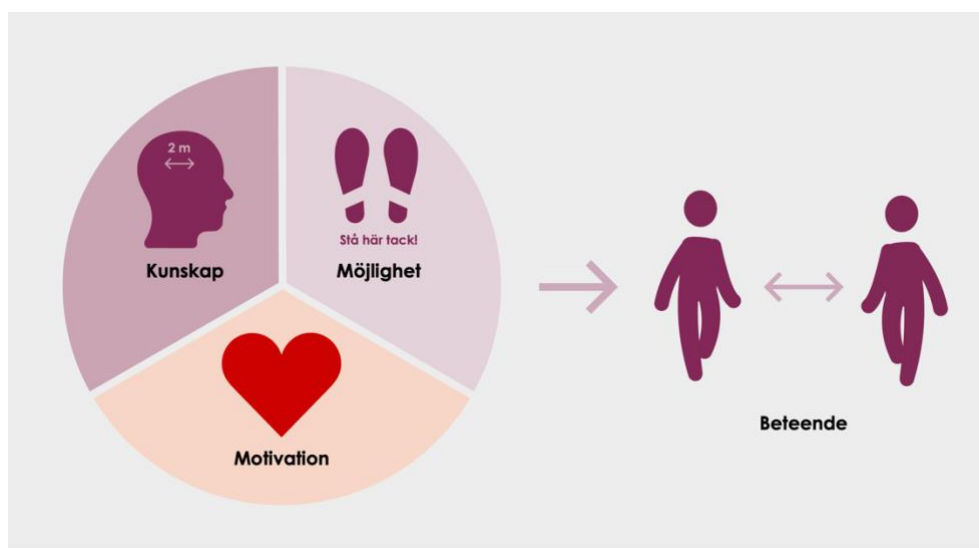
Vad styr egentligen våra beteenden?

En viktig förklaring till vårt beteende är vad vi är vana vid. De flesta människor äter samma frukost varje dag, läser samma tidningar och köper samma bilmärke. Vår vana att göra som ”som vi alltid gjort” kallas för *status quo bias*. Vår preferens för det vi är bekanta med kan illustreras av en psykologisk studie som lät människor och deras partner bedöma två porträttbilder – den ena rättvänd och den andra spegelvänd. I regel föredrar vi själva den spegelvända bilden medan vår partner föredrar en rättvänd version av samma bild, helt enkelt därför att det är så vi är vana att se oss själva.

En användbar modell för att förstå vad som påverkar vårt beteende är den så kallade *COM-B-modellen*. Den lyfter fram tre faktorer som särskilt viktiga för vårt beteende. *Kunskap* handlar om att människor bör känna till varför ett visst beteende är önskvärt och ha förmåga till samt kunskap om hur det ska efterlevas. *Möjlighet* handlar om hur omvärlden kan omformas så att det önskvärda beteendet utgör det lättaste alternativet. *Motivation* handlar om en vilja att förändra beteende och uthållighet att fortsätta göra det över tid. Alla dessa tre behöver vara på plats för att öka möjligheterna till en beteendeförändring.

Det finns en generell övertro på vad information kan göra för att förändra våra beteenden.

Per Kristensson, professor Karlstads universitet



COM-B-modellen kan hjälpa oss att förstå vilka faktorer som påverkar vårt beteende.

Vikten av förtroende

I all kommunikation är det viktigt med ett ömsesidigt förtroende mellan sändare och mottagare. Förtroende är särskilt viktigt under kriser då vi ofta nås av delvis motsägelsefull information från många olika källor. I dessa sammanhang ger vi större uppmärksamhet till – och är mer villiga att följa råd från – människor vi har förtroende för. Saknas förtroende spelar det nästan ingen roll hur genomtänkt och välformulerat budskapet är. När man planerar sin kommunikation kan man därför dra nytta av faktorer som stärker förtroendet. Om man vet att målgruppen har lågt förtroende för en kan man med fördel samverka med och använda sig av vidareförmedlare – personer eller grupper som redan åtnjuter stort förtroende hos målgruppen.

Stärker förtroende	Minskar förtroende
Empati	Oenighet
Expertis	Okänslighet
Ärlighet	Otydlighet
Öppenhet	Ovilja att dela med sig av information

Ärlighet varar längst

För att råd och rekommendationer ska accepteras behöver människor förstå bakgrunden till dem. Därför är det viktigt med öppenhet och uppmärksamhet kring frågor som varför beslut fattas, vad de förväntas leda till, vilka eventuella risker som finns med dem och hur avvägningar har gjorts. Att undanhålla information kan dessutom få människor att söka den någon annanstans, exempelvis från icke betrodda källor, vilket lätt kan bidra till spridning av rykten och desinformation.

Det är särskilt viktigt med öppenhet när underlaget för ett beslut inte är helt tydligt. För även om människor ogillar osäkerhet är det värre om de uppfattar det som att något undanhålls dem.

Gustav Bohlin, utredare Vetenskap & Allmänhet

Om beslutsfattare eller myndigheter dröjer med att kommunicera eller lämna information av rädsla för att skapa oro kan hanteringen av situationen försvåras. Det är oftast upplevelsen av brist på information som väcker mest oro. Dels riskerar förtroendet för de ansvariga att minska, dels riskerar människors vilja att följa råd och anvisningar försämrast om den tillgängliga informationen upplevs som ofullständig.

Ge en "knuff" i rätt riktning

Även om vi ofta vet vad som förväntas av oss kan vardagliga hinder stå i vägen för vår möjlighet att följa vissa råd eller rekommendationer. Genom att aktivt underlätta för människor att göra på ett visst sätt kan följsamheten öka betydligt. Det kan till exempel handla om tydliga råd och påminnelser i specifika miljöer, men också om att erbjuda konkreta möjligheter att utöva ett visst beteende, som att placera handsprit i offentliga miljöer. Tröskeln för ett nytt beteende sänks också om vi redan har tagit ett eller två steg på vägen.

Vi påverkas av sociala normer

Våra beteenden påverkas starkt av vår sociala omgivning. När vi uppfattar att andra människor i en grupp vi tillhör beter sig på ett visst sätt är det stor chans att vi anpassar vårt beteende och gör likadant. Det gäller särskilt om vi dessutom upplever att andra förväntar sig att vi ska göra likadant. Det här kan användas i kommunikationen genom att förstärka och ge ökad synlighet åt önskade beteenden och positiva normer. Motsatt finns det en risk med att ge för stor uppmärksamhet till oönskade beteenden. Det kan få dem att verka vanligare än de är, vilket kan få motsatt effekt.

Tips, resurser och goda exempel

Fem råd för beteendeförändrande kommunikation under kriser

1. Kommunicera tydligt och i rätt tid.
 - Fokusera gärna på konkret handling.
2. Var uppriktig och transparent.
 - Överdriven säkerhet slår lätt tillbaka om den senare visar sig felaktig.
3. Lyssna och sträva efter dialog.
 - Var lyhörd inför och ta hänsyn till specifika förutsättningar i olika grupper.
4. Utgå från sociala normer.
 - Förstärk och ge synlighet åt positiva normer.
5. Gör det lätt att göra rätt.
 - Se över vilka förändringar i omvärlden som kan underlätta ett visst beteende.

Så här kan du arbeta för att påverka beteenden

- Försök tillgodose alla delar av COM-B-modellen:
 - *Kunskap* – vad ska göras och hur
 - *Motivation* – varför ska det göras
 - *Möjlighet* – anpassa miljön så att det blir lättare att göra rätt och svårare att göra fel
- Hög förväntningarna och förmedla dessa. Människor vill framstå som konsekventa och agerar därför ofta utifrån de förväntningar som ställs på dem.
- Undvik inte att kommunicera om osäker information men var tydlig med att den kan komma att ändras. Använd till exempel formuleringar som: "Baserat på vad vi vet i dag ..."
- Ge känslan av att människor redan är på god väg att utföra ett önskat beteende. I stället för "Du borde börja med Y" kan du säga "Du gör ju redan X så du behöver bara lägga till Y".

Mer resurser finns här!

- [Vägledning för kommunikation under kriser](#): Forskningsbaserade metoder med fokus på beteendeförändring och exempel från covid-19-pandemin.
- ["Rädd eller beredd?"](#): Filmserie och scenarioövning som fördjupar innehållet i broschyren "Om krisen eller kriget kommer".
- [Från kommunikation till handling i det heterogena samhället: Att förstå och omsätta riskkommunikation i praktiken](#): Pågående forskningsprojekt vid Mittuniversitetet, finansierat av MSB.



Myndigheten för
samhällsskydd
och beredskap