



Er du forberedt på å klare deg selv i 3 døgn i en krise?

- en studie om risikokommunikasjon og egenberedskap i Stavanger kommune

Masteroppgave i Samfunnssikkerhet
våren 2021

Oda Kiær Grøsfjeld



Universitetet
i Stavanger

DET TEKNISK-NATURVITENSKAPELIGE FAKULTET

MASTEROPPGAVE

Studieprogram/spesialisering:

Samfunnssikkerhet

Vårsemesteret, 2021
Åpen

Forfatter:

Oda Kiær Grøsfjeld

Faglig veileder

Lisbet Fjæran

Tittel på masteroppgaven:

Er du forberedt på å klare deg selv i 3 døgn i en krise?

- en studie om risikokommunikasjon og egenberedskap i Stavanger kommune

Engelsk tittel:

Are you prepared to manage yourself for 3 days in a crisis?

- a study about risk communication and self-preparedness in the municipality of Stavanger

Studiepoeng: 30

Emneord:

Risikopersepsjon, risikokommunikasjon, egenberedskap, affekt heuristikk, demping og forsterkning av risiko, effektiv risikokommunikasjon, risiko

Sidetall: 52

+ vedlegg/annet: 70

Stavanger, 29/06-2021

Forord

Denne masteroppgaven markerer slutten på masterstudiet i Samfunnssikkerhet ved Universitetet i Stavanger. Det har vært en utviklende og lærerik studietid som har gitt meg god innsikt i faglige problemstillinger rundt dagsaktuelle temaer innen blant annet risiko- og beredskapsarbeid. Den pågående koronapandemien har tydeliggjort studiets relevans i samfunnet når det kommer til fagområder som eksempelvis beredskap, krisehåndtering og risikokommunikasjon.

Jeg vil først og fremst benytte anledningen til å takke min veileder Lisbeth Fjæran ved Universitetet i Stavanger for gode faglige innspill og tilbakemeldinger på oppgaven underveis. Hun har vært en viktig støttespiller for å finne retning i arbeidet, og for at jeg til slutt kom i mål med masteroppgaven min.

Videre vil jeg rette en stor takk til beredskaps- og kommunikasjonsavdelingen i Stavanger kommune for samarbeidet, og for god hjelp. Dere har bidratt med både generelle innspill, samt kvalitetssikring og distribusjon av spørreskjema på sosiale medier i kommunen. Det har vært til uvurderlig hjelp. Det må også rettes en stor takk til alle som har tatt seg tid til å svare på spørreskjemaet.

Stavanger, 29. juni 2021

Oda Kiær Grøsfjeld

Sammendrag

Den vestlige verdens avhengighet av kritisk infrastruktur som vann, strøm og mobilnett, gjør oss sårbare. Også for Norges befolkning er det viktig å være i stand til å klare seg selv i 3 døgn dersom en krise skulle inntreffe. Dette kalles egenberedskap.

Problemstillingen i denne studien har vært å undersøke hvilket forhold innbyggerne i Stavanger kommune har til egenberedskap, og å finne ut hvordan kommunen på en god måte kan kommunisere budskapet om å være forberedt i tilfelle en krise inntreffer. For å svare på problemstillingen ble det innhentet data på ulike måter; en dokumentanalyse av beredskapskampanjen Stavanger 72, et dybdeintervju med ansatte i kommunen og en spørreundersøkelse blant innbyggerne.

Resultatene viste at innbyggerne er lite bekymret for langvarig bortfall av kritisk infrastruktur, og at det er svært få som har forberedt seg på å klare seg selv i en krisesituasjon. Det ser ut til at risiko knyttet til bortfall av viktig infrastruktur i stor grad dempes av innbyggerne på grunn av personlige tolkninger og forståelser av risiko, samt og kulturelle og sosiale prosesser. Manglende personlig erfaring med en slik krise er også en faktor som kan gjøre det vanskelig å forestille seg at et slikt scenario vil inntreffe. Koronapandemien har gitt innbyggerne økt risikopersepsjon, men har ikke motivert dem til å forberede seg bedre til en eventuell ny krise. Grad av tillit til offentlige myndigheter kan muligens bidra til å skape en falsk følelse av trygghet og tro på sikkerhetsrutiner, som igjen fører til at innbyggerne ikke tar ansvar for egenberedskap.

Disse ulike forklaringsfaktorene synliggjør hvor utfordrende det er å kommunisere om risikoer med lav sannsynlighet for å inntreffe. Stavanger kommune har i sin beredskapskampanje brukt et bredt spekter av anbefalte virkemidler. Likevel ser det ikke ut til at kampanjen har nådd frem til innbyggerne. Egenberedskap er trolig et tema svært få er opptatt av å søke informasjon og kunnskap om. I det videre arbeidet med risikokommunikasjon vil det være viktig å satse på interaktiv informasjonsutveksling der innbyggerne involveres aktivt i materialet, og der egenberedskap gjøres relevant for deres hverdagsliv. For å påvirke hvordan risiko forstås, har det også vist seg å være effektivt å bruke sterke visuelle virkemidler i kommunikasjonen for å skape følelser og affekt. Dette kan øke oppfatningen av risiko, som i neste omgang kan motivere til egenberedskap.

Fremover er det behov for flere studier som har oppmerksomhet på hvordan man i risikokommunikasjon kan bruke affekt og visuelle virkemidler for å forsterke oppfatningen av risikoer, og for å motivere folk til å se verdien av å ta ansvar for egenberedskap.

Innholdsfortegnelse

1. Innledning	1
1.2 Forskning på området.....	1
1.3 Problemstilling	2
1.4 Oppgavens oppbygning.....	2
2. Teoretisk tilnærming	3
2.1 Risikokommunikasjon.....	3
2.1.2 Den sosiale forsterkningen av risiko	4
2.2 Hvordan risiko oppfattes og tolkes.....	5
2.2.1 Psykologisk perspektiv på risiko	6
2.3 Effektiv risikokommunikasjon	7
2.3.1 Tillit til kommunikasjonskilden	8
2.3.2 Skape følelser hos mottakere.....	8
2.3.3 Språklig og visuell profil	9
2.3.4 Toveiskommunikasjon og interaktiv læring.....	10
2.3.5 Kontinuitet og evaluering	10
3. Metodisk tilnærming	11
3.1 Valg av metode.....	11
3.2 Kvalitativt intervju og dokumentanalyse	12
3.3 Spørreundersøkelsen	13
3.3.1 Utforming av spørreskjemaet	13
3.3.2 Distribusjon av spørreskjema	14
3.3.3 Analyse av spørreskjema	15
3.4 Metodiske begrensninger	15
4. Resultater	17
4.1 Egenberedskapskampanjen til Stavanger kommune	17
4.1.1 Mål og hensikt med kampanjen.....	18
4.1.2 Oversikt over tiltak og virkemidler i kampanjen.....	18
4.1.3 Nettsiden Stavanger72.no	19
4.1.4 Informasjonsfilm	22
4.1.5 Oppsummering	23
4.2 Resultater fra spørreundersøkelsen	25
4.2.1 Kjennetegn ved utvalget.....	25
4.2.2 Risikopersepsjon.....	27
4.2.3 Kanaler og kilder til egenberedskap	30

4.2.4 Stavanger 72	31
4.2.5 Forberedelser på å klare seg selv i 72 timer	33
4.2.6 Erfaringer med koronakrisen	36
4.2.7 Tillit til institusjoner med ansvar for å håndtere risiko	37
4.2.8 Informasjonskilder i en krisesituasjon	38
4.2.9 Foretrukne kanaler til å spre informasjon	39
5. Diskusjon	40
5.1 Innbyggerne er lite bekymret og lite forberedt	40
5.2 Koronapandemiens innvirkning på egenberedskap	44
5.3 Egenberedskapskampanjen Stavanger 72	46
5.4 Videre forskning	51
6. Konklusjon	52
Litteraturliste	53
Vedlegg	57

1. Innledning

Den moderne vestlige verden er avhengig av kritisk infrastruktur som vann, strøm og mobilnett for blant annet å kunne levere offentlige tjenester, sikre livskvalitet og økonomisk vekst. Det er relativt få eksempler på sammenbrudd i kritisk infrastruktur i den vestlige verden, men tap av en eller flere viktige funksjoner har potensiale til å skape enorme problemer (Boin & McConnell, 2007). Klimaendringer, globalisering, økt grad av terror og ny teknologi, har gjort oss mer utsatt for å bli rammet av svikt i infrastruktur. Samfunnet er dermed blitt mer sårbart. Befolkningen i Norge lever i et trygt og stabilt land, noe som medvirker til at mange tar for gitt at ting fungerer og at myndighetene vil ordne opp dersom det skulle inntreffe en større krise (Direktoratet for samfunnssikkerhet, 2018). Det er derfor viktig å forberede innbyggerne i samfunnet til å ta vare på seg selv i en periode hvor for eksempel vann eller strømmettet forsvinner. Om flest mulig klarer seg selv og kan hjelpe andre i nærmiljøet, kan myndighetene konsentrere seg om å bistå de innbyggerne som har størst behov for hjelp. Egenberedskap har blitt et tema som de siste årene fått økt oppmerksomhet i det norske samfunnet. Dette begrepet innebærer at innbyggerne har et eget beredskapslager bestående av ulike artikler hjemme, slik at de er forberedt til å klare seg på egenhånd i 72 timer dersom en krise fører til at for eksempel strøm, vann og mobilnett faller bort. Den pågående koronapandemien har vist hvor fort trusselbildet i Norge og resten av verden kan endre seg.

1.2 Forskning på området

Direktoratet for samfunnssikkerhet (DSB) har siden 2019 hatt en årlig kartlegging av den norske befolkningens holdninger og atferd knyttet til egenberedskap, men ellers er det gjort relativt lite forskning omkring dette temaet i Norge. Imidlertid er det utført en del internasjonale studier som har søkelys på hvordan man gjennom opplysningskampanjer kan bruke risikokommunikasjon for å gi informasjon og motivere folk til egenberedskap. Selv om mange av disse studiene omhandler katastrofer og farer som har sjelden forekomst i Norge, kan disse studiene likevel brukes for å belyse temaet i denne oppgaven. Disse studiene har vist at forholdet mellom hvordan folk forstår risiko og hvilke beskyttende handlinger de gjør, er komplisert. Det har vist seg å være utfordrende å få befolkningens oppmerksomhet om risikohendelser som har lav sannsynlighet for å inntreffe. Innbyggers tidligere erfaring med

en krise, og grad av tillit til myndighetene er særlig fremhevet som faktorer som ser ut til å påvirke hvordan mennesker forstår og tolker risikosignaler. Imidlertid er sammenhengen mellom menneskers tolkning av risiko, villighet til å handle og egenberedskap fortsatt uklare.

1.3 Problemstilling

Høsten 2019 startet Stavanger kommune en lokal kampanje om egenberedskap som de kalte Stavanger 72. Kampanjen hadde som mål å øke innbyggernes kunnskap om egenberedskap, og gi råd om hvilke artikler folk bør ha i hus for å være tilstrekkelig forberedt. Kommunen skal gjennomføre en ny egenberedskapskampanje høsten 2021. Ettersom egenberedskap er viktig for å skape et robust samfunn, er det interessant å undersøke hvilke holdninger og hvilken atferd innbyggerne i Stavanger kommune har til egenberedskap. Samtidig kan det også være hensiktsmessig å undersøke ut om en slik type opplysningskampanje som kommunen planlegger å relansere, egner seg til å skape bevissthet og beskyttende atferd om farer med lav risiko for å inntreffe. Problemstillingen for denne studien er derfor følgende:

«Hvilket forhold har innbyggerne i Stavanger kommune til egenberedskap, og hvordan kan kommunen på en god måte formidle betydningen av å være forberedt dersom en krise inntreffer?»

1.4 Oppgavens oppbygning

I denne oppgaven vil det innledningsvis presenteres relevant teori som er relevant for temaet egenberedskap. Her vil blant annet begreper som risikokommunikasjon og risikopersepsjon belyses nærmere. Videre vil det i metodekapittelet gis en grundig framstilling av hvilke metodiske valg som ble gjort for å kunne belyse problemstillingen best mulig, og hvilke metodiske begrensninger som foreligger. I resultatkapittelet gjennomgås resultatene knyttet til både dokumentanalyse og intervju, samtidig som resultater fra spørreundersøkelsen til innbyggerne presenteres med grafer og tabeller. I diskusjonskapittelet vil studiens hovedfunn drøftes nærmere med bakgrunn i teori. Her blir det også dratt paralleller og sammenlikninger til DSB sin befolkningsundersøkelse, selv om disse ikke presenteres tidligere i oppgaven. Til slutt vises det til behovet for videre forskning på området, og gis en konklusjon.

2. Teoretisk tilnærming

Som teoretisk tilnærming er det relevant for problemstillingen i denne oppgaven å se nærmere på teorier som sier noe om hvordan man kan kommunisere budskapet om risiko til en befolkning. Hvordan mennesker forstår og tolker informasjon om risikoer og farer, har også betydning for hvilke handlinger og forberedelser som gjøres. Det vil derfor også presenteres teori knyttet til risikopersepsjon. Til slutt vil det belyses hvilke faktorer som er fremhevet som sentrale for at risikokommunikasjon skal være effektiv.

2.1 Risikokommunikasjon

Kommunikasjon om farer og risiko har fått økende oppmerksomhet og relevans på grunn av sitt potensiale for å begrense skader og konsekvenser av katastrofer og ulykker, og for å skape robusthet i samfunn. Risikokommunikasjon kan defineres på følgende måte:

Risikokommunikasjon er å kommunisere om mulige, uønskete hendelser og situasjoner som kan oppstå og som kan medføre skade på liv, helse, miljø og verdier. Hensikten er å gjøre mottakerne oppmerksomme på mulige risikoer og endre atferd, slik at disse hendelsene ikke inntreffer eller at de negative konsekvensene blir mindre. (Fornyings- og administrasjonsdepartementet, 2009, s.17)

Risikokommunikasjon har som mål å informere mennesker om risiko, å oppmuntre dem til å ta informerte beslutninger om risiko og atferd, eller å stimulere til felles problemløsninger (Visschers et al., 2012). Begrepet brukes både for å referere til *innholdet* i en melding om en bestemt fare, og om *måten* denne meldingen eller budskapet overleveres på (Breakwell, 2000). Risikokommunikasjon er viktig for samfunnsinstitusjoner som har ansvar for å håndtere risiko. En av hovedgrunnene til at myndigheter initierer risikokommunikasjon, er for å få publikum til å handle individuelt eller kollektivt for å redusere den aktuelle risikoen (Kasperson & Kasperson, 2005). Risikokommunikasjon kan ha mange formål. Den kan brukes som et verktøy for å skape tillit mellom ulike samfunnsaktører, øke bevissthet, eller motivere til handlinger og forberedelser mot en bestemt fare (Abuneyewah et al., 2018).

Bruk av risikokommunikasjon har vist seg å være effektivt når det gjelder å redusere risikoer knyttet til farer og katastrofer. Likevel er det slik at å øke bevissthet og kunnskap om farer ikke nødvendigvis fører til endring i folks holdninger og atferd (Abuneyewah et al., 2018). Kunnskapskampanjer for å opplyse offentligheten om sjeldne farer, er en vanlig metodikk for

å prøve å påvirke hvordan folk tolker og forstår risiko. Det har imidlertid vist seg å være store utfordringer knyttet til å bruke kunnskaps- og opplysningsprogrammer for å motivere folk til å forberede seg på farer (Horan et al., 2010; Paton et al., 2000). Et samfunns tidligere erfaringer med farer har mye å si for hvor mottakelige befolkningen er for kunnskap om farer, og for om de velger å forberede seg. Det er særlig vanskelig å få offentlighetens oppmerksomhet når risikoen for faren er lav og det er sjelden forekomst (Horan et al., 2010). Det har vist seg at folk ikke gjør forebyggende handlinger dersom faren ansees som lite sannsynlig. Av den grunn er en stor utfordring å få risikokommunikasjonen til å oppleves som meningsfull for mottakerne, slik at den kan motivere til risikoreduserende handlinger (Paton, Smith & Johnston 2000). Selv om det skulle eksistere en god forståelse for den mulige faren, viser det seg likevel at sammenhengen mellom forståelse av risiko og egenberedskap er beskjeden og moderat. Til tross for dette er det viktig å være proaktiv for å skape robuste samfunn, da dette kan bidra til å begrense konsekvensene av kriser eller katastrofe (Horan et al., 2010).

Forskere har også pekt på at forsøk på å motivere folk til egenberedskap har hatt liten effekt på grunn av manglende tillit eller dårlig forhold mellom lekfolk og myndigheter. Egne forståelser og tolkninger av risiko, samt et tvetydig og uklart budskapsinnhold i risikokommunikasjonen, er også faktorer som er medvirkende til at folk ikke forbereder seg på farer og kriser (Abuneyewah et al., 2018). I hvilken grad folk søker informasjon og gjør egne forberedelser, har også mye å gjøre med psykologiske egenskaper som individuelle og personlige risikokalkulasjoner (Horan et al., 2010). Selv om det finnes mange studier om sammenhengen mellom tolkning av risiko og hvilke forebyggende handlinger som faktisk gjøres, så er dette fortsatt et uklart og kontroversielt tema (Wachinger et al., 2012). Ifølge Eiser et al. (2012) trengs det mer kunnskap om hvordan menneskers forståelse og tolkning av risiko blir formet av egne erfaringer, følelser, verdier, kulturelle overbevisninger og sosiale forhold.

2.1.2 Den sosiale forsterkningen av risiko

Risiko er ikke noe som eksisterer objektivt, det har sammenheng med våre tanker og kultur. Konseptet risiko er konstruert for å hjelpe oss til å forstå og håndtere livets farer og usikkerheter (Slovic, Covello & Winterfeldt, 1986). I tradisjonelle risikoanalyser bruker eksperter et teknisk perspektiv på risiko, hvor risiko forstås som summen av sannsynlighet multiplisert med konsekvens. Likevel er det slik at det som eksperter anser som lav risiko, av

offentligheten kan oppfattes helt annerledes og skape sterke reaksjoner (Renn, 2008). Begrepet «social amplification» brukes for å beskrive hvordan ulike typer risikoer plukkes opp (eller ikke) av media og andre sosiale aktører, og gis mer eller mindre oppmerksomhet (Eiser et al., 2012). I følge Kasperson et al. kan vi ikke isolere risikohendelser fra psykologiske, sosiale og kulturelle prosesser. Et meldingsbudskap skjer innen en sosiokulturell kontekst, og vurdering av risikoer foregår i samspill med sosiale nettverk. Mennesker som mangler eller har lite direkte erfaring med en risiko, lærer om risiko og hendelser fra media eller fra personer i det sosiale nettverket (1988). Individuer eller grupper velger ut noen karakteristikk ved en risiko, og bruker mentale skjema og persepsjoner for å tolke dem. Disse tolkningene formes til en melding som deretter kommuniseres ut til andre i det sosiale nettverket. Slik kan sosiale interaksjoner være med på å øke eller dempe oppfatningene av bestemte risikoer. På denne måten opptrer individer og grupper som «forsterkningsstasjoner», og det sosiale nettverket blir viktige i både forsterkning og demping av risiko (Renn, 2008). Media spiller også en stor rolle i å forme den offentlige opinionen. Dramatisering og sensasjonelle overskrifter er en mektig kilde for å forsterke risiko, særlig når disse er knyttet til et katastrofepotensial. Når risikoer blir sosialt forsterket kan det skape ringvirkninger som eksempelvis kan resultere i sosial uro og demonstrasjoner, økonomiske tap for bedrifter eller politiske endringer. Dette er et fenomen som forfatterne kaller *the social amplification of risk*. Begrepet kan på norsk oversettes til den sosiale forsterkningen av risiko (Kasperson et al., 1988).

Fjaeran og Aven (2019) viser til at prosesser og effekter knyttet til forsterkning av risiko har fått mye oppmerksomhet i forskning, samtidig som demping av risiko ikke er like belyst. Demping av risiko innebærer at 'volumet' av visse risikosignaler og symboler svekkes. Risiko og hendelser som fører til demping er vanskelige å identifisere og beskrive, og fører ofte til en lavere oppfatning av risiko. Fordelen med demping er at det gjør individer i stand til å håndtere de mange risikoene de møter daglig. På den annen side kan denne undervurderingen og underresponsen av risikosignaler også gi inntrykk av effektiv risikostyring, og slik få alvorlige konsekvenser for sikkerhet og krisehåndtering.

2.2 Hvordan risiko oppfattes og tolkes

For å forstå virkningen av risikokommunikasjon er det nyttig å vite noe om hvordan mennesker oppfatter og tolker risiko – også kalt *risikopersepsjon*. Slike persepsjoner spiller en viktig rolle for at mennesker motiveres til å gjøre handlinger for å unngå, begrense,

ignorere eller tilpasse seg risikoer. Begrepet handler om den prosessen som skjer når mennesker samler, velger ut og tolker signaler om usikre konsekvenser av ulike hendelser, aktiviteter eller teknologier (Wachinger et al., 2012). Kunnskap om risikopersepsjon er viktig for å forstå hvordan mennesker velger å handle når det gjelder egenberedskap.

2.2.1 Psykologisk perspektiv på risiko

Flere studier viser at lekfolk overvurderer noen risikoer, mens de undervurderer andre (Lupton, 2013). Psykrometrisk forskning er en retning innen psykologien som er opptatt av hvordan ulike karakteristikk ved farer og risikoer, gjør lekfolk mer eller mindre bekymret. Mennesker bekymrer seg særlig for risikoer som assosieres med «skrekk». Dette er risikoer som gjerne oppleves å ikke være kontrollerbare, som ikke kan observeres, har høy dødelighet, er ufrivillig påført, og som har katastrofepotensiale (Siegrist & Arvai, 2020). Det ser også ut til at mennesker har en tendens til å vurdere risikoer som mer sannsynlige dersom informasjon om risikoen(e) er lett tilgjengelig og lett kan huskes. Også det at folk lett kan forestille seg at risikosituasjoner kan skje en selv, har stor betydning for den vurderingen som gjøres. Det samme er tilfellet dersom risikoen oppleves å være nær dem (Lupton, 2013). For eksempel blir ofte risikoer som oppfattes som sjeldne, men som lett kan gjenkalles og huskes av folk, overvurdert. Samtidig blir risikoer som oppfattes som vanlige og mindre alvorlige, ofte undervurdert. Det viser seg også at risikoer som sees som frivillige eller kjente, anses som mer akseptable og mindre sannsynlig å inntreffe, enn risikoer som blir påført/tvunget på en. (Siegrist & Arvai, 2020). Media spiller også en stor rolle når det gjelder påvirkningen av hvilke risikoer mennesker bekymrer seg for. Hendelser som får mye oppmerksomhet i media skaper mye bekymring hos befolkningen, selv om dette ofte handler om hendelser som er relativt sjeldne og har lav sannsynlighet for å inntreffe (Lupton, 2013).

Psykometrisk forskning viser videre at det er en forskjell på hvordan eksperter og lekfolk vurderer risiko (Siegrist & Arvai, 2020). På den ene siden kan mange mennesker være redde for farer som eksperter er enige om at ikke fører til alvorlig skade, samtidig som de er villige til å eksponere seg for andre type farer som statistisk tilsier stor fare og dødelighet. Eksempel på dette er når mennesker utsetter seg for risiko knyttet til å drikke alkohol eller å sole seg, samtidig som de er bekymret for elektromagnetisk stråling fra mobilen. Forskningslitteraturen om menneskers bruk av heuristikker kan hjelpe oss for å forstå hvorfor eksperter og lekfolk vurderer risiko på ulike måter (Siegrist & Arvai, 2020).

Når mennesker skal gjøre omfattende vurderinger av farer, mangler de ofte nødvendig dybdekunnskap (Siegrist & Arvai, 2020). De bruker derfor heuristikker og sunn fornuft for å evaluere informasjon om farer og risiko. Slike heuristikker fungerer som forenklingsmekanismer eller mentale «tommelfinger-regler» som hjelper mennesker til å ta beslutninger, og å til å unngå å bli overveldet av livets farer og usikkerheter (Renn, 2008). Slovic og Peters (2006) viser til at mennesker forstår risiko og velger handlinger på to fundamentale måter. *Risiko som følelser* viser til enkeltmenneskers instinktive og intuitive reaksjoner på fare. *Risiko som analyse* viser til hvordan mennesker bruker logikk, fornuft og vitenskapelige overveielser i sine risikovurderinger. Lekfolks vurdering av farer, for eksempel genteknologi, vil ofte baseres på bruk av heuristikker, heller enn mer forseggjort informasjonsvurdering. Mennesker bruker et stort spekter av heuristikker for å ta vurderinger i dagliglivet, og ulempen er at man kan vurdere sannsynligheter på en måte som er feilaktig (Siegrist & Arvai, 2020).

Å bruke følelser i risikovurderinger blir beskrevet som *affektheuristikk*. For å kunne ta raske avgjørelser i en kompleks og usikker verden, gjøres de fleste risikoanalyser i dagliglivet raskt og automatisk. Mennesker vurderer ulike risiko med utgangspunkt i hva de føler, og ikke bare ut ifra hva de tror. Når følelser knyttet til en aktivitet er gunstige, har mennesker en tendens til å vurdere risikoen som lav. Er derimot følelsene til en bestemt aktivitet ugunstige, gjøres den motsatte vurderingen. Affektheuristikk har altså to sider. På den ene siden kan det hjelpe mennesker til å respondere effektivt i risikosituasjoner, mens det på den andre siden kan bidra til å villed oss til å vurdere og tolke sannsynligheter og konsekvenser på en feilaktig måte (Slovic & Peters, 2006).

2.3 Effektiv risikokommunikasjon

Risikokommunikasjon kan ansees som effektiv dersom den varsler en bestemt målgruppe om en fare, at det informeres om omfanget av faren, og hva målgruppen må gjøre for å beskytte seg selv (Breakwell, 2000). Kommunikasjonen bør helst skje på en slik måte at det ikke skaper unødvendig angst og frykt (Kasperson & Kasperson, 2005). I områder som sjeldent berøres av farer, er risikokommunikasjon en viktig erstatning for personlig erfaring. For at befolkningen skal bli bevisst risikoene og få kunnskap om hvordan de skal forberede seg, er det viktig at informasjonen har søkelys på å vekke mottakerens underliggende holdninger og gjøre dem bevisst deres eget ansvar (Maidl & Buchecker, 2015). Balog-Way et al. (2020) mener at det ikke finnes noen enkel eller dominerende formel for risikokommunikasjon, og at

effektiv risikokommunikasjon krever en mangesidig tilnærming. Selv om erfaring viser at det kan være vanskelig å nå frem med risikokommunikasjon, er det likevel sagt noe om viktige faktorer som må være til stede. Disse faktorene redegjøres nærmere for i avsnittene under.

2.3.1 Tillit til kommunikasjonskilden

Tillit ser ut til å være en kritisk og overordnet faktor som må være på plass for å få til en effektiv risikokommunikasjon mellom myndigheter og befolkning. For at et risikobudskap skal føre til handling og forberedelser, må budskapet komme fra en overbevisende og troverdig kommunikasjonskilde (Renn, 2008; Abuneyewah et al., 2018). For at risikokommunikasjonen skal bli tatt på alvor, er det avgjørende at kommunikasjonskilden ansees som troverdig. Av den grunn er det første og viktigste målet for en aktør som skal kommunisere om risiko, å skape og opprettholde tillit (Covello et al. 1986). Også Eiser et al. (2012) peker på at tillit er viktig for å at risikokommunikasjonens skal ha effekt, og skape engasjement i befolkningen. Dersom en institusjon har gjort et godt arbeid i en krisesituasjon, er det sannsynlig at dette vil føre til økt tillit (Becker et al., 2012; Wachinger et al., 2012). En annen side av saken er at befolkningen kan få svakere motivasjon til å ta eget ansvar og gjøre nødvendige handlinger, dersom tilliten til offentlige myndigheter er høy. I en slik situasjon kan folk tenke at institusjonen vil ta vare på dem i en krise, og at det derfor ikke er nødvendig å forberede seg (Maidl & Buchecker, 2015). Tillit til informasjonskilden er kritisk, men for mye tillit til en institusjon eller aktør kan altså hindre at folk forbereder seg.

2.3.2 Skape følelser hos mottakere

I arbeid med risikokommunikasjon har et sentralt spørsmål vært hvordan man skal få oppmerksomheten til mennesker som sjeldent berøres av farer. Følelser spiller en viktig rolle for hvordan risiko oppfattes, og for hvordan beslutninger tas. Studier har vist at det å skape affekt hos mottaker spiller en sentral rolle for å få til en vellykket risikokommunikasjon (Visschers et al., 2012). Mange risikoer har lav sannsynlighet for å inntreffe, og å kommunisere om denne type risiko er som nevnt tidligere svært utfordrende. Måten risiko presenteres på kan enten bidra til å øke eller senke oppfatningen av en risiko (Keller, Siegrist & Gutscher, 2006). Affekt og følelser påvirker flere prosesser, blant annet det å ville søke mer informasjon. mener at det i risikokommunikasjon er viktig å spille på følelser som kan skape begeistring og interesse.

Følelser knyttet til bekymring har også blitt identifisert som en sentral faktor som kan forklare hvorfor folk blir motivert til å søke informasjon, og i neste i neste omgang forberede seg på farer (Becker et al. 2012). Å fremkalle negative følelser kan også være en effektiv måte å øke folks oppfatning av risikoer på. Eksempelvis kan det å presentere fotografier som vekker affekt, øke oppfatningen av hvor alvorlig risikoen er (Keller, Siegrist & Gutscher, 2006). For å gjøre risikokommunikasjonen mer effektiv, er det anbefalt å bruke bilder som viser utfallet av en risiko som har lav sannsynlighet for å inntreffe. Også Slovic & Peters (2006) har funnet av folks risikopersepsjon kan øke dersom de eksponeres for bilder, symboler eller historier som skaper sterke affekter og følelser (2006). Å skape affekt hos mottakeren gjennom kommunikasjon, kan bidra til at den aktuelle risikoen oppfattes som mer konkret og lettere forståelig for mottakeren. Dersom man gjennom risikokommunikasjon skal påføre mottakere affekt, må det likevel ikke legges opp til å skape så intense følelser hos mottakerne at de blir paralyisert (Visschers et al., 2012).

2.3.3 Språklig og visuell profil

Hvordan et budskap om risiko utarbeides og presenteres, har stor betydning for om risikokommunikasjonen er effektiv. Som et universelt prinsipp må innholdet tilpasses publikums behov og kravene til risikosituasjonen. For å kommunisere ut til et stort publikum har brosjyrer, hefter, sosiale medier eller massemedia blitt pekt på som særlig velegnede måter (Höppner et al., 2010). Renn påpeker at det er viktig å formidle budskapet ved å bruke et klart og forståelig språk. Videre må kommunikasjonen må være ærlig, tydelig og omfattende nok (2008). Flere andre forskere peker også på at et teknisk fagspråk kan fungere som en barriere, og at det er viktig å bruke et enkelt og ikke-teknisk språk (Covello et al., 1986; Renn, 2008; Höppner et al., 2010).

Det anbefales også å bruke levende bilder som kommuniserer på et personlig nivå. Dette betyr at det er lurt å unngå å bruke et fjernt, abstrakt og følelsesløst språk om eksempelvis død og skade. Videre bør det framkomme konkret hva folk må gjøre for å forbedre egen sikkerhet, og gjøre det enkelt å kunne finne tilstrekkelig informasjon. Det kan også være lurt å bruke attraktive symboler, grafikk og interessante historier for å få folks oppmerksomhet. Bruk av metaforer, personlige historier, ikoner eller kunst for å overføre budskap om natur farer, har også blitt brukt en del i nyere tid for å nå ut et større publikum. I risikokommunikasjon er det vanligvis bedre å bruke visuelle virkemidler framfor bare ren tekst, og det er viktig å bruke god grafikk. Til sammen innebærer dette å bruke en blanding av det verbale, det skriftlige og

det visuelle (Höppner et al., 2010). Symboler spiller også en viktig rolle for å trigge oppmerksomheten til mottakere. Å legge til eller å ta bort symboler, kan være en av de mest effektive måtene for å forsterke en melding eller budskap (Kasperson et al., 1988). Når et budskap om risiko skal formidles, er det uansett viktig å ta i bruk forskjellige kommunikasjonskanaler og ulike verktøy (Höppner et al., 2010; Kasperson & Kasperson, 2005).

2.3.4 Toveiskommunikasjon og interaktiv læring

Risikokommunikasjon bør ideelt sett være en toveis prosess (Visschers et al., 2012; Renn, 2008; Wachinger et al., 2012). Dersom man får publikum til å delta, er dette trolig den mest effektive måten å skape bevissthet om mulige farer og katastrofer, og for å oppmuntre innbyggere til å ta mer ansvar for egenberedskap (Wachinger et al., 2012). Også Balog-Way et al. (2020) og Renn (2008) mener at dialog, diskusjon og aktiv deltakelse er viktig for at risikokommunikasjonen skal være effektiv og for at læring skal kunne skje. Becker et al. (2012) framholder at effekten av opplysningskampanjer kan økes dersom det gis interaktiv og eksperimentell informasjon, og det ikke bare legges til rette for kunnskap, men også handling. Det å gi skolebarn interaktive hjemmelekser og oppgaver om hvordan husholdningen kan forberede seg, er et eksempel på en mer aktiv beredskapsopplæring (Becker et al., 2012). Publikum velger selv ut hvilken informasjon de synes er interessant, og glemmer den informasjonen de synes er kjedelig. Det er derfor viktig å gjøre budskapet relevant for deres eget hverdagsliv (Renn, 2008). Selv om toveis kommunikasjon er viktig for å få til en best mulig risikokommunikasjon, er dette noe som sjeldent gjøres i praksis (Kasperson & Kasperson, 2005; Renn, 2008).

2.3.5 Kontinuitet og evaluering

Flere forskere peker på at evaluering bør være en viktig og sentral del av risikokommunikasjonsprogrammer (Covello et al., 1988; Kasperson & Kasperson, 2005; Renn, 2008; Höppner et al., 2010; Balog-way et al., 2020). For å oppnå positive resultater er det viktig å evaluere, fordi man da kan justere programmet etter tilbakemeldinger fra lokalsamfunnet og andre relevante samfunnsaktører (Renn, 2008). Å henvende seg til publikum kan også bidra til å oppklare om det sider ved risikokommunikasjonen som er uklar eller tvetydig (Abuneyewah et al., 2018). Flere peker også på at for å skape varige resultater må risikokommunikasjonen være en langsiktig prosess, der kommunikasjonen forsterkes og repeteres kontinuerlig (Renn, 2008; Hoppner et al. 2010; Balog-Way et al., 2020).

3. Metodisk tilnærming

3.1 Valg av metode

Oppgavens problemstilling har vært å undersøke hvilket forhold innbyggerne i Stavanger kommune har til egenberedskap. Et delmål har i tillegg vært å finne ut hvordan kommunen best mulig kan kommunisere budskapet om å være forberedt dersom en krise inntreffer.

Det er vanlig å skille mellom kvalitative og kvantitative forskningsmetoder. Ved å innhente kvalitative data, får man fyldige data om personer og situasjoner. Denne metoden er hensiktsmessig for å undersøke opplevelser og erfaringer. Slike data foreligger ofte i tekst eller verbale utsagn. Kvantitative data er derimot mer hensiktsmessig når man skal samle inn informasjon som er målbar og som kan uttrykkes i tall (Sovacool et al., 2018). For å besvare denne studiens problemstilling, ble det ansett som nødvendig å innhente både tallmateriale og mer fyldige kvalitative data, og det ble derfor benyttet ulike metoder. Kvalitativ og kvantitativ metode kan utfylle hverandre, og dette kalles metodetriangulering (Halvorsen, 2008). Det går et hovedskille mellom induktivt og hypotetisk- deduktiv undersøkelsesmetode. Formålet med en induktiv metode, er å tilnærme seg et fenomen uten klare hypoteser og uten en spesifikk problemstilling. Gjennom denne metoden vil forskeren ha en utforskende tilnærming til fenomenet som skal undersøkes. Motsetningen til dette er hypotetisk-deduktiv tilnærming hvor holdbarheten av bestemte teorier vurderes gjennom hypotesetesting. I denne studien er det ikke valgt en ren hypotetisk-deduktiv metode. Studien kan likevel sies å ha et deduktivt preg, ettersom teori har vært styrende i analyse og tolkning av dataene (Halvorsen, 2008). Det er ikke uvanlig at kvantitativ og kvalitativ forskning preges av både induktive og deduktive tilnæringsmåter ettersom sosiale fenomener har både en kvantitative og kvalitativ side (Thaagaard 1998, referert i Halvorsen, 2008). I denne studien er kvantitative data innhentet gjennom en spørreundersøkelse, samtidig som kvalitative data er innhentet gjennom intervju og en dokumentanalyse. Det å benytte en slik metodetriangulering har vært hensiktsmessig for å få innsikt i innbyggernes forståelser og handlinger knyttet til egenberedskap, og for å finne ut hvordan kommunen best kan kommunisere og formidle budskapet om egenberedskap.

3.2 Kvalitativt intervju og dokumentanalyse

For å få dybdekunnskap og informasjon om hvilke vurderinger og valg som ble gjort i arbeidet med utformingen av den tidligere lokale egenberedskapskampanjen til Stavanger kommune, ble det gjennomført et kvalitativt intervju med to ansatte som var sentrale i arbeidet med utformingen av kampanjen. Disse to personene ble valgt fordi de hadde ansvaret for det kommunikasjonsfaglige og det beredskapsfaglige innholdet i kampanjen. Hensikten med intervjuet var å få dybdekunnskap om bakgrunn, innhold og utforming av kampanjen, samt hvordan dette ble formidlet til innbyggerne. Fordelen med dybdeintervjuer er at informantene kan uttrykke seg fritt og utdype sine meninger. Før samtalen ble det utarbeidet en intervjuguide (vedlegg 1) med utgangspunkt i studiens problemstilling. Intervjuguiden inneholdt ulike temaområder som samtalen skulle struktureres etter. Informantene fikk tilsendt denne guiden på forhånd slik at de fikk mulighet til å forberede seg på hva samtalen skulle handle om. Det ble lagt vekt på at intervjuet skulle være fleksibelt, slik at det var rom for å stille tilleggs- og oppfølgingsspørsmål underveis. Dette ga rom for en mest mulig helhetlig forståelse (Halvorsen, 2008). Samtidig er det viktig å være oppmerksom på at det kan oppstå feilkilder fordi samtalen kan bli påvirket av forskerens tilstedeværelse og selve intervjusituasjonen. Det var derfor viktig under intervjuet å være oppmerksom på å ikke si noe om egne meninger og verdier (Halvorsen, 2008). For å følge gjeldende smittevernregler som følge av koronapandemien, ble intervjuet foretatt digitalt på Teams. Det ble skrevet fylldige notater underveis i intervjuet, som dannet utgangspunkt for innholdsanalyse av dataene. Konkret ble dataene brutt ned til ulike kategorier og under-kategorier, for så å prøve å finne mønstre og sammenhenger i materialet (Blaikie, 2005). Disse kategoriene hadde sammenheng med temaene i intervjuguiden.

I tillegg til intervjuet ble det gjort en dokumentanalyse av kampanjen til Stavanger kommune. Dette innebar analyse av valg av virkemidler og tiltak i kampanjen, og av den den språklige og visuelle profilen som ble brukt i risikokommunikasjonen. Også her ble temaene fra intervjuguiden brukt som utgangspunkt for å danne de ulike kategoriene i analysearbeidet. I analysen kan det være viktig å støtte seg på et teoretisk perspektiv, og for å kode og kategorisere materialet, ble derfor også teori om effektiv risiko kommunikasjon brukt.

3.3 Spørreundersøkelsen

For å innhente data om hvilket forhold innbyggerne i Stavanger kommune hadde til egenberedskap, ble det utarbeidet et spørreskjema og gjennomført en spørreundersøkelse. En av fordelene med å benytte spørreundersøkelse er at man kan nå ut til mange på en gang, og deretter utarbeide talloversikter og statistikk for å belyse en problemstilling (Fekjær, 2016). Bruk av spørreskjema ble derfor vurdert som en god metode for å få tilgang denne gruppens oppfatninger, holdninger og opplevelser av egenberedskap.

3.3.1 Utforming av spørreskjemaet

For å kunne utforme gode spørsmål som reflekterte problemstillingen, ble det innledningsvis gjort en litteraturgjennomgang om egenberedskap. Denne litteraturgjennomgangen ga god oversikt over temaet og gjorde det lettere å formulere presise spørsmål som dekket de områdene som skulle kartlegges. Å bruke et spørreskjema som allerede er utviklet og utprøvd kan spare arbeid og sikre kvalitet (Kirkevold, 2013). Direktoratet for samfunnssikkerhet (DSB) er underlagt Justis- og beredskapsdepartementet, og har som ansvarsområde å ha oversikt over risiko og sårbarhet i samfunnet. Direktoratet gjennomfører årlig en befolkningsundersøkelse som skal kartlegge befolkningens bevissthet og atferd knyttet til egenberedskap. Undersøkelsen i 2020 kartla blant annet hvilken type hendelser som befolkningen er mest bekymret for og hvor godt forberedt befolkningen er i tilfelle en krise skulle oppstå. Ettersom flere av temaene og spørsmålene i DSB sin befolkningsundersøkelse også var sentrale når ståstedet til innbyggere i Stavanger kommune skulle kartlegges, ble denne undersøkelsen brukt som inspirasjon. For å kartlegge respondentens risikopersepsjon, ble svarkategoriene valgt med utgangspunkt i hendelser som DSB (2019) har utarbeidet i sin analyse av fremtidige krisescenarioer. I tillegg ble det utformet spørsmål som omhandlet den lokale egenberedskapskampanjen til Stavanger kommune. Det var også interessant å legge inn spørsmål som kunne gi en pekepinn på om innbyggernes erfaringer med en stor krise, koronapandemien, hadde endret folks holdninger og atferd knyttet til egenberedskap.

For de fleste av spørsmålene ble det laget faste svarkategorier som respondentene kunne krysse av i. Slik bestemmer forskeren på hvilken måte svaret skal oppgis, men svarkategorien «vet ikke» ble også inkludert for å hindre at svareren følte seg tvunget til å velge blant alternativene som allerede var satt opp, og for å gi mulighet til å være usikker på svaret (Dalland, 2017). Under noen av spørsmålene ble det også laget en åpen svarkategori hvor respondentene kunne selv skrive inn sitt svar. For å kunne studere svarene i lys av hvilken

gruppe svarene hørte til, ble det inkludert bakgrunnsvariabler som alder, kjønn, utdanning, kommunedel og bosituasjon (Dalland, 2017). Disse bakgrunnsvariablene ga informasjon om utvalgets sammensetning, samtidig som de ga mulighet til å studere forskjeller mellom for eksempel kjønn og alder, og sentrale variabler for egenberedskap. Det var et mål at spørreundersøkelsen ikke skulle ta for lang tid å besvare, slik at respondentene ikke skulle frafalle underveis. Antall spørsmål ble derfor begrenset med tanke på dette. Spørreskjemaet i sin helhet finnes i vedlegg 2.

Før spørreundersøkelsen ble lansert, ble spørsmålene i spørreskjemaet gjennomgått med både faglig veileder ved Universitet i Stavanger og med kontaktpersoner i Stavanger kommune. Som resultat av dette ble noen spørsmål og svarkategorier justert. I tillegg til dette ble det også gjennomført en test-undersøkelse der spørreskjemaet ble utprøvd på fem «vanlige innbyggere». Hensikten med dette var å sikre at spørsmålene var forståelige, noe som ville bidra til å øke studiens reliabilitet. Etter tilbakemeldinger fra denne gruppen ble det igjen gjort noen små justeringer av spørsmålene.

Spørreskjemaet ble laget i dataprogrammet SurveyXact. Dette programmet sikrer anonymitet fordi respondentenes IP-adresser ikke lagres, og bidro dermed til å ivareta respondentenes personvern i dataanalyseprosessen (Rambøll, 2021).

3.3.2 Distribusjon av spørreskjema

Stavanger kommune bidro til å distribuere spørreundersøkelsen på kommunens sosiale medier (Facebook og Instagram). Dette ble ansett som en god måte å spre undersøkelsen på fordi en slik kan nå ut til et stort antall innbyggere. Kommunen anbefalte å bruke en «story-funksjon» fordi deres erfaringer tilsa at det er flere innbyggere som klikker seg inn via story, enn på vanlige innlegg på for eksempel Facebook. En story innebærer at man kan poste bilder eller videoer som blir synlige i 24 timer for de som følger deg. Det var en ansatt i kommunen som utarbeidet storyen, og i den ble det lagt ut flere spørsmål knyttet til egenberedskap. Dette var «populærversjoner» som hadde noen underholdningselementer i seg. Det ble utarbeidet grafikk og visuelle virkemidler som skulle bidra til å fange folks oppmerksomhet. I storyen var det lagt inn lenke til spørreundersøkelsen, slik at folk kunne «sveipe» opp fra storyen og inn i spørreskjemaet. Se vedlegg 3 som viser skjermbilder av storyen med lenke til spørreskjemaet.

For å få oppmerksomheten til andre enn de som allerede var «følgere» av Stavanger kommune sine digitale kanaler, ble undersøkelsen også spredt i eget nettverk. Dette ble gjort ved at lenken til undersøkelsen ble publisert på Facebook, samtidig som det ble sendt ut SMS til venner og kjente med forespørsel om å besvare og videresende lenken til spørreskjemaet til andre i sitt nettverk.

3.3.3 Analyse av spørreskjema

For å analysere svarene i spørreundersøkelsen er det brukt deskriptiv, også kalt beskrivende, statistikk. Univarierte beskrivende metoder retter seg mot enkeltvariabler, og brukes til å rapportere fordelinger (distribusjoner) i et utvalg eller en populasjon. Deretter lages oppsummerende mål på egenskapene til disse fordelingene. Denne oppsummeringen kan fremstilles ved å bruke frekvenser, som også kan fremstilles grafisk ved hjelp av ulike modeller (Blaikie, 2005). Det er en slik univariat metode som er blitt benyttet i denne studien. For å analysere svarene fra spørreundersøkelsen, ble de ulike variablene eksportert fra SurveyXact til Excel, hvor det ble laget frekvenstabeller. Videre ble det gjort prosentueringer av frekvensfordelingene ettersom dette kan gjøre det lettere å sammenlikne resultatene (Halvorsen, 2008). I tillegg var det ønskelig å studere noen av svarene i lys av hvilken gruppe de tilhørte, og derfor ble det også laget noen krysstabeller. Variablene fra SurveyXact ble eksportert til dataverktøyprogrammet SPSS for å lage krysstabeller.

For å fremstille resultatene mest mulig visuelt og leservennlig, ble det utarbeidet forskjellige diagrammer. Dette ble gjort i Excel, som er et velegnet verktøy til å lage slike illustrasjoner. Valg av diagrammer ble bestemt ut fra hva som ga den beste fremstillingen av de ulike variablene. Det ble hovedsakelig brukt stolpediagram og sektordiagram. Ikke alle respondentene svarte på alle spørsmål i hele undersøkelsen. I de univariate analysene ble det likevel valgt å ta med alle svar på det enkelte spørsmål, noe som betyr at N varierer på de ulike variablene. I vedlegg 4 gis oversikt over frekvensfordelingene.

3.4 Metodiske begrensninger

I studien er det ikke benyttet et sannsynlighetsutvalg. Ettersom spørreundersøkelsen ble distribuert på sosiale medier, har respondentene som svarte på spørreskjemaet selv avgjort om de ønsker å være med i undersøkelsen eller ikke. Dette kalles for selvseleksjon. Ved å bruke et slikt utvalg har man ikke garanti for at alle enhetene har samme sjanse for å bli inkludert i utvalget (Fink, 2003). Dersom man ikke bruker et sannsynlighetsutvalg kan man heller ikke

dataene for å generalisere i en populasjon (Blaikie, 2005). Dette betyr at resultatene fra denne spørreundersøkelsen ikke kan generaliseres til å gjelde alle innbyggerne i Stavanger kommune. Likevel ble dette ansett som den beste måten å gjennomføre undersøkelsen på grunnet praktiske omstendigheter, ressurser og tid. Dette er en vanlig begrunnelse for å bruke et ikke-sannsynlighetsutvalg (Fekjær, 2016; Fink, 2003). Dersom resultatene sammenfaller med andre liknende studier kan dette være med å øke validiteten (Haraldsen, 2008). Det er derfor noen ganger gjort paralleller til DSB sin befolkningsundersøkelse om egenberedskap.

Som beskrevet tidligere bisto Stavanger kommune med å distribuere spørreskjemaet på kommunens Facebook- og Instagram konto. Konsekvensen av dette er at det kan medføre et selektert utvalg, og også bety at de som valgte å svare kan ha høyere tillit til Stavanger kommune enn andre innbyggere. En svakhet ved spørreskjema som metode er at undersøkelsen ikke gir svar på det man antar på forhånd, eller at spørsmålene som stilles ikke belyser målet med undersøkelsen (Kirkevold, 2013). En grundig gjennomgang av teori har bidratt til å sørge for at spørreundersøkelsen dekker problemstillingen den var ment å belyse (Haraldsen, 1999).

Respondentene kan også tolke svarene annerledes enn det som var tiltenkt, eller føle at svaralternativene ikke passer med det de ønsker å svare (Kirkevold, 2013). For å unngå dette, ble det utført en pilot-undersøkelse. Dette har bidratt til å øke studiens reliabilitet. En ulempe med spørreskjema som metode er at kan være liten sammenheng mellom hva personer svarer på hypotetiske spørsmål og hva de faktisk gjør i en bestemt situasjon (Kirkevold, 2013). Det at noen for eksempel svarer at de er godt forberedt på å klare seg selv i en krise, betyr ikke nødvendigvis at de faktisk er det om en krise skulle inntreffe.

Når man skal gjennomføre en studie er det viktig å finne en empirisk populasjon så nær opp til det teoretiske utvalget som mulig (Halvorsen, 2008). Målgruppen i denne studien var innbyggere i Stavanger kommune. I studien er begge kjønn, og et bredt spekter av aldersgrupper fra ulike kommunedeler, representert. Selv om det ikke er brukt et sannsynlighetsutvalg i denne undersøkelsen, har dette vært med å styrke studiens validitet.

4. Resultater

For å belyse hvilket forhold innbyggerne i Stavanger har til egenberedskap, og hvordan kommunen best kan formidle dette temaet, ble det innhentet empiri på ulike måter.

For å få dybdekunnskap om hvordan kommunen fram til nå har jobbet med egenberedskap, ble det gjort et dybdeintervju med ansatte som var sentrale i utarbeidelsen og gjennomføringen av kampanjen Stavanger 72. Innhold, virkemidler og tiltak i egenberedskapskampanjen ble gjennomgått og analysert. Disse resultatene presenteres i punkt 4.1 *Egenberedskapskampanjen til Stavanger kommune*.

For å kartlegge hvilket forhold innbyggerne har til risiko, kriser og egenberedskap knyttet til bortfall av kritisk infrastruktur, ble det gjennomført en spørreundersøkelse. Et mål med spørreundersøkelsen var også å finne ut om innbyggerne hadde kunnskap om egenberedskapskampanjen som kommunen hadde utarbeidet, og om denne kunnskapen i så fall har medført at de har gjort konkrete forberedelser. Resultatene fra spørreundersøkelsen framstilles i punkt 4.2 *Resultater fra spørreundersøkelsen*.

4.1 Egenberedskapskampanjen til Stavanger kommune

For å få innsikt i egenberedskapskampanjen til Stavanger kommune, ble det gjort en gjennomgang og analyse av relevante dokumenter som omhandlet egenberedskap – en dokumentanalyse. Eksempelvis handlet dette om virkemidler og tiltak i kampanjen, og språklig og visuell profil som ble brukt for å kommunisere budskapet. Kampanjen bestod av et bredt spekter av kanaler og tiltak, som blant annet reklameplakater, utstilling, øvelse med sivilforsvaret, informasjonsfilm i kinoreklame og egen nettside. En oversikt over alle disse tiltakene gis under punkt 4.1.2. I analysen ble det valgt å ha oppmerksomhet på nettsiden Stavanger 72 og informasjonsfilmen som ble vist på kino, og det er derfor disse som hovedsakelig gjennomgås i punktene under, samt diskuteres i neste kapittel.

I tillegg til dokumentanalysen ble det også gjennomført et gruppeintervju med to sentrale aktører i kommunen, for å få mer kunnskap om de vurderingene og de valgene kommunen gjorde da de skulle utforme og gjennomføre sin egenberedskapskampanje. I dette intervjuet ble det blant annet spurt om målet med kampanjen og hva som var bakgrunnen for de valg som ble gjort om virkemidler og innhold, se ellers vedlegg 1 for en mer detaljert beskrivelse av disse temaområdene.

For å gi en mest mulig forenklet framstilling av innholdet i egenberedskapskampanjen til Stavanger kommune, presenteres resultater fra både dokumentanalysen og fra intervjuet samlet i punktene under.

4.1.1 Mål og hensikt med kampanjen

Gjennom dybdeintervjuet framkom det at et tydelig mål med egenberedskapskampanjen til Stavanger kommune var å skape økt oppmerksomhet på at kriser også kan inntreffe i et trygt land som Norge, og derfor gjøre innbyggerne i stand til å ta vare på seg selv i noen dager dersom viktig infrastruktur faller bort. Det var videre et mål å få folk til å forstå hva som konkret bør være lagret hjemme i en slik situasjon. Informantene pekte også på at det også var et mål å få folk til å tenke gjennom om det er noen i omgangskretsen eller i nærmiljøet, som naboer eller familiemedlemmer, som kan trenge ekstra hjelp hvis en alvorlig krisesituasjon skulle inntreffe.

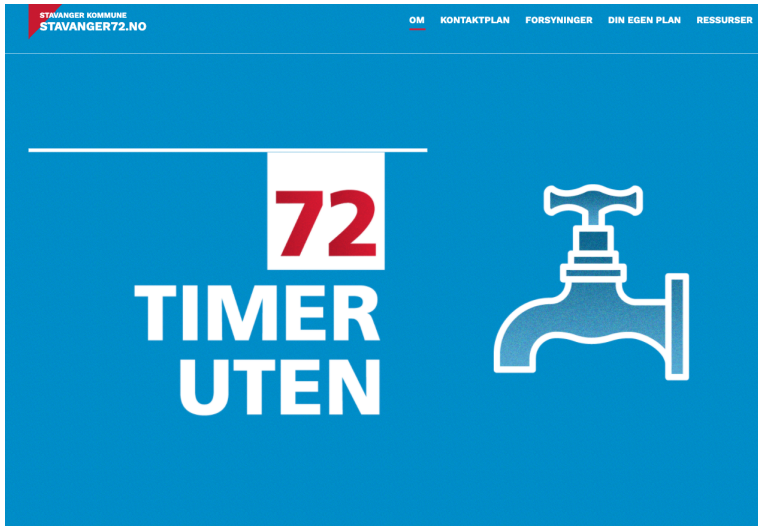
4.1.2 Oversikt over tiltak og virkemidler i kampanjen

Egenberedskapskampanjen til Stavanger kommune bestod av følgende kanaler og tiltak:

- Nettsiden Stavanger 72 – <http://www.Stavanger72.no>
- Informasjonsfilm vist som kinoreklame høsten 2019.
- Innlegg om egenberedskap på sosiale medier som Facebook og Instagram.
- Reklame Boards som ble plassert ulike steder i sentrum, blant annet på jernbane-/busstasjon og i busskur.
- Roll-ups som ble plassert i administrasjonsbygget til kommunen (Servicetorget). Det ble også laget en liten utstilling der, som bestod av artikler en bør ha tilgjengelig i eget hjem i en mulig krisesituasjon.
- Tilfluktsrom-øvelse med Sivilforsvaret i Rogaland, DSB og Stavanger kommune, med over hundre ungdomsskoleelever i 2019. Målet var å teste klargjøring og bemanning av tilfluktsrom. Det var på denne øvelsen kampanjen først ble lansert, og det var også gratis utdeling av strømbank med reklame for stavanger72.no.
- Utarbeiding av gave- og reklameartikler som refleksbånd og strømbank som ble utdelt i ulike sammenhenger.

4.1.3 Nettsiden Stavanger72.no

Stavanger72.no er en nettside som Stavanger kommune har utviklet som skal gi gode råd slik at innbyggerne skal være mer forberedt om en krise inntreffer. Nedenfor vil resultat av analyse av innhold, språklig og visuell profil presenteres.



Innhold

På nettsiden forklares det kort hva kampanjen «Stavanger 72» er, og det gis en begrunnelse for hvorfor det er viktig å forberede seg selv og sin familie på å klare seg selv i en krise som kan vare inntil 72 timer.

I tillegg framkommer det informasjon om hvilke forsyninger eller konkrete artikler innbyggerne bør ha i hus. De beskriver 17 ulike artikler som er viktig for alle å ha liggende hjemme dersom man blir avskåret fra strøm, vann eller mobilnettet, og disse er i tråd med artikler som anbefales fra DSB. Dette handler om artikler som drikkevann, langtidsholdig mat, stormkjøkken, DAB-radio med batteri og lommelykt for å nevne noen. Utover disse artiklene nevnes det også noen artikler man kan vurdere å ha i hus, eller som det kan være hyggelig å ha tilgjengelig.

Videre gis det oversikt over «ressurser», nærmere bestemt fem kilder til informasjon under en krise; NRK1 radio, NRK.no, kriseinfo.no, Stavanger.kommune.no og varsom.no.

Nederst på nettsiden er det utarbeidet «vanlige spørsmål» om egenberedskap, og utdypende svar på disse. Spørsmålene handler blant annet om hvorfor samfunnet har mer oppmerksomhet på egenberedskap, hvilke typer kriser man bør forberede seg på, ulik praktisk

informasjon og hvor man kan søke informasjon dersom strøm, vann og internett blir borte over lengre tid. Det er også mulig å finne adresse og kart over nærmeste offentlige tilfluktsrom. Innbyggerne har på nettsiden mulighet til å lage sin egen kontaktplan i tilfelle en krise. I denne planen ligger allerede telefonnummer til brann politi, medisinsk nødetat og legevakt inne, men innbyggerne kan i tillegg selv legge inn andre viktige telefonnumre. I kontaktplanen er det også mulig å legge inn møtesteder i ulike krisesituasjoner. Når planen er ferdig fylt ut kan den lastes ned som PDF-fil, og lagres på pc, mobil eller skrives ut. Informantene fra Stavanger kommune fortalte at det som supplement til teksten om egenberedskap var viktig for dem å inkludere et slikt interaktivt element for å aktivisere og engasjere innbyggerne. Bildet under viser tekst og oversikt over denne planen på nettsiden.

Din egen plan

Hvis strømmen blir borte eller du blir isolert av været over lengre tid, bør du være rustet til å ta vare på deg selv i noen dager. For å dekke grunnleggende behov i 72 timer, trenger du varme, drikke, mat, nødvendige legemidler, sanitære artikler og mulighet for å holde deg orientert om hva som skjer.

KONTAKTPERSONER VARSLINGSLISTE **VIKTIGE NUMMER** MØTEPLASSER OPPSUMMERING

Bra jobba - planen din er klar!

Kontaktpersoner i området

Nødnummer
Brann
Polit
Medisinsk nødtelefon
Legevakt

Kontaktpersoner utenfor området

Møtesteder

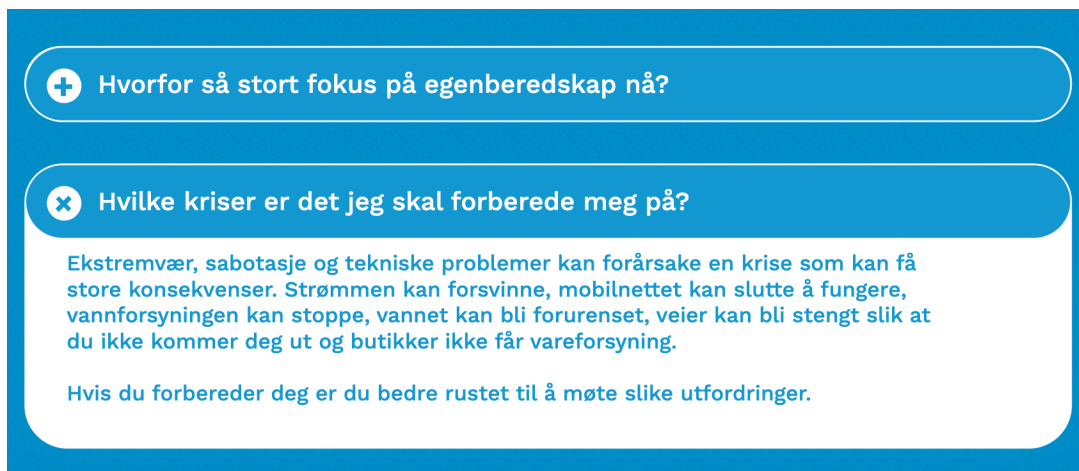
Last ned PDF

Språklig profil

Nettsiden består av korte tekster som er lette å lese og forstå for leseren, samtidig informasjonen vurderes å være tilstrekkelig til at budskapet om egenberedskap kommer fram. Kommunen gjør bruk av et ikke-teknisk språk, og det benyttes heller ikke vanskelig fagspråk. Til sammen bidrar den språklige profilen til innholdet er lett forståelig og at en raskt kan skaffe seg informasjon om hvorfor det er viktig å forberede seg på kriser, og hvordan man konkret skal gå frem for å gjøre dette.

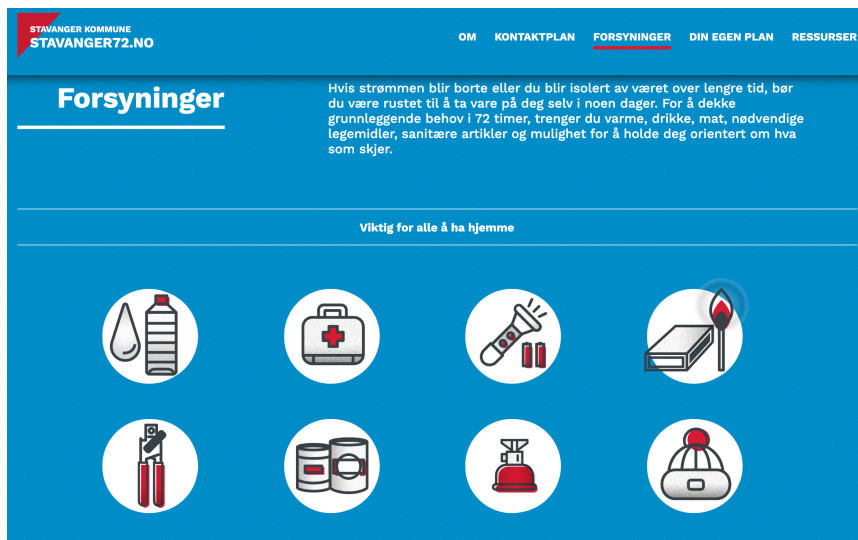
I tillegg til at kommunen selv hadde kommunikasjons- og beredskapsfaglig kompetanse, hadde de også samarbeid med et reklamebyrå for å utarbeide tekstene. I intervjuet framkom det at det var en viktig intensjon at tekstene på nettsiden skulle være korte, direkte og så enkle

som mulig. Til sammen ble det brukt mye tid og ressurser for å få til dette til. Bildet under gir et eksempel på den språklige profilen som er beskrevet ovenfor.



Visuelle virkemidler

På nettsiden er det utstrakt bruk av symboler og sterke farger. Eksempelvis har hver av forsyningene eller artiklene kommunen anbefaler å gå til anskaffelse, et eget symbol. Ved å klikke på det enkelte bilde kommer det opp en kort tekst som forklarer hvorfor dette er viktig å ha i hus. Dersom man for eksempel klikker på drikkevannflasken kommer det opp en tekst om at man bør ha tre liter vann per person til drikke og matlagning per døgn. Informantene i kommunen fortalte at de var opptatt av å gjøre ting litt nytt og annerledes, og det var et bevisst valg å bruke mange illustrasjoner, farger og visuelle virkemidler i utformingen av nettsiden. Et viktig poeng med symbolene var også at de kunne forstås av innbyggere som ikke snakker norsk, og at symbolene gjør at man enkelt kan forstå hva de ulike symbolene betyr. Bildet under viser dette.



Et enkelt søk i Google på «beredskap Stavanger kommune», eller «egenberedskap Stavanger kommune» gir direkte treff på lenke til nettsiden.

4.1.4 Informasjonsfilm

Et av tiltakene i Stavanger kommunes kampanje for å skape oppmerksomhet rundt egenberedskap, var å lage en informasjonsfilm. Denne filmen ble utarbeidet av et reklamebyrå, og ble spilt som kinoreklame gjennom flere uker høsten 2019. Filmen var også mulig å se via kommunens sosiale medier.

Innhold

I filmen gis det en fortelling om et voldsomt uvær som herjer, hvor strøm, vann og mobilnett er borte. I fortellingen sitter en liten jente i det som ser ut til å være en mørklagt hytte, opplyst av stearinlys. Foreldrene åpner hermetikk som de varmer opp på en primus. Etter hvert viser det seg at det ikke er en hytte, for utenfor er det en helt mørklagt Stavanger by, og at familien er i egenberedskap. Far og datter går ut på terrassen, og gjennom en samtale spør faren en nabo om det er noe de mangler. Naboen svarer benektende, og avslutter med at «vi får holde sammen». Til sist i filmen ruller det en tekst over skjermen som sier: «*Er du forberedt på hytteliv hjemme i 72 timer? Uten strøm, vann og mobilnett. Les mer på stavanger72.no*».

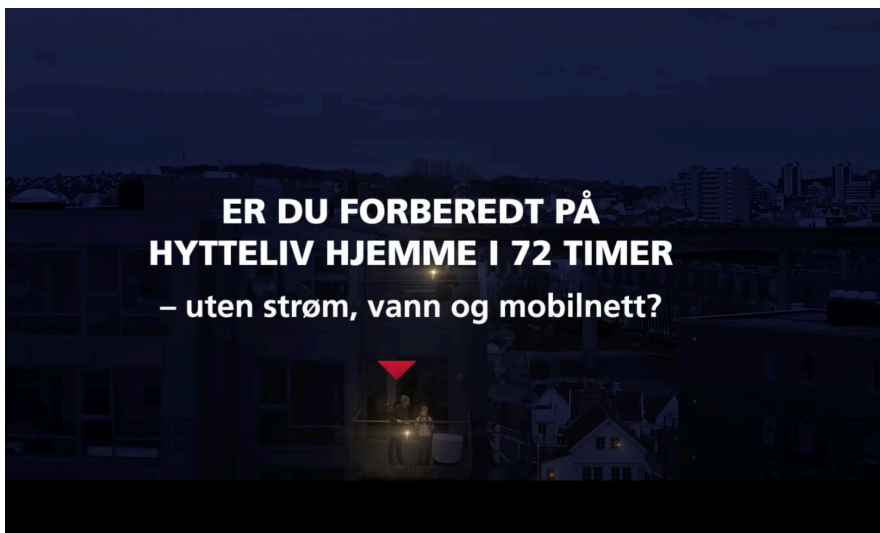
Filmen varer totalt i cirka halvannet minutt.

Visuell profil

Informasjonsfilmen ble som nevnt utarbeidet av et reklamebyrå, og vant pris for beste reklamefilm. I filmen er det sterk bruk av visuelle virkemidler, både i form av bilder og lyd som appellerer til følelser og affekter. Lydmessig er det høy lyd av tordenvær og ulende vind, samtidig som det spilles instrumental musikk. Informantene forteller at hensikten med filmen var å sette folk inn i en «hyttefølelse» og gjøre dem oppmerksom på at det faktisk er mulig å våkne opp en dag uten strøm, og at denne ikke vil komme tilbake før om flere dager. Videre fremkom det i intervjuet det også var hensikten å skape en slags «uhygge stemning». Målet var at filmen skulle gi en liten vekker, og at folk skulle bli «*litt skremt*» for å huske på at det kan være lurt å ha vann, mat, fyrstikker og stearinlys på lur. Det var imidlertid viktig at filmen ikke ble for skremmende.

Det var også viktig for kommunen å ha med en kjent skuespiller i reklamefilmen.

Skuespilleren spiller faren i filmen.



4.1.5 Oppsummering

Den lokale kampanjen har tatt i bruk et vidt spekter av virkemidler og ulike tiltak for å nå ut til befolkningen gjennom mange ulike kanaler. Når det gjelder nettsiden Stavanger72.no er denne hovedsakelig basert på verbal informasjon. Denne nettsiden er tilgjengelig for innbyggerne til enhver tid, og bidrar med tydelig, kort og lett forståelig informasjon om hva innbyggerne selv konkret kan gjøre for å forberede seg på en krisesituasjon.

Informasjonsfilmen skisserer et scenario som kan oppstå, som gjør bruk av levende bilder, god grafikk og historiefortelling. I filmen er det lagt vekt på følelser og stemningsfulle

omgivelser, for slik å skape engasjement rundt et «ubehagelig» tema som egenberedskap. I filmen framkommer det imidlertid ikke informasjon om hvorfor det er nødvendig å forberede seg på krise, eller hvordan man kan gå frem for å forberede seg.

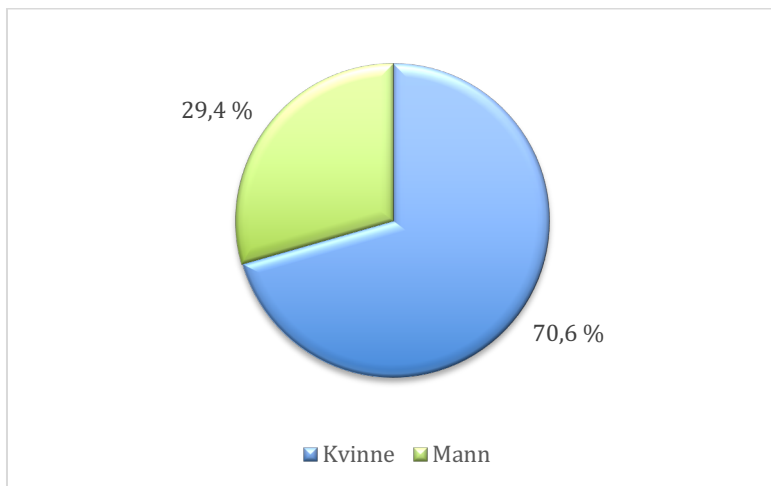
Både informasjonsfilmen og nettsiden er lagt opp som enveis-kommunikasjon, som går fra Stavanger kommune som avsender, til innbyggerne som mottakere. Det er derfor opp til innbyggerne selv hvordan de tolker og gjør budskapet relevant, og om de gjør egne forberedelser. Gjennom kampanjen ønsker Stavanger kommune å både gi kunnskap og informasjon om relevante farer, samt gi konkrete tips til hvordan innbyggerne selv kan forberede seg for slike hendelser.

4.2 Resultater fra spørreundersøkelsen

I denne delen vil resultatene fra spørreundersøkelsen bli presentert. Disse vil framstilles gjennom bruk av tekst, tabeller og diagrammer. Til sammen var det 227 respondenter som klikket seg inn på spørreundersøkelsen, mens det var 180 av disse som besvarte alle spørsmålene.

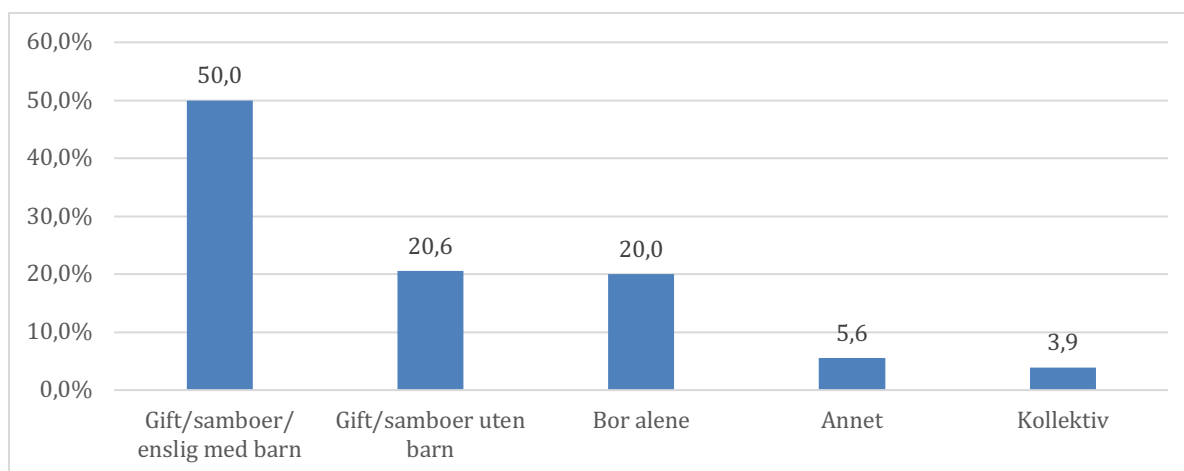
4.2.1 Kjennetegn ved utvalget

Av de som svarte på spørreundersøkelsen var flest kvinner. Det var 127 kvinner som svarte, noe som utgjorde 70,6 prosent av utvalget. Av menn var det 53 som svarte, en andel på 24,4 prosent. Figuren under viser den prosentvise fordelingen mellom menn og kvinner.



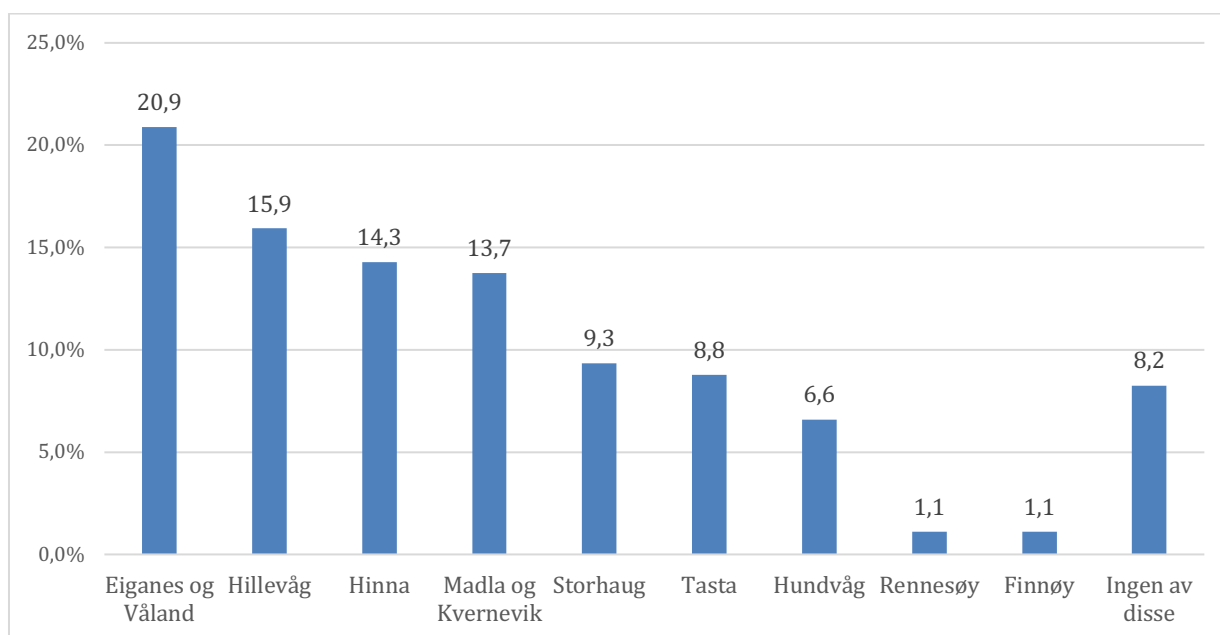
Figur 1: Svarfordeling mellom kjønn (prosent)

Respondentene ble spurt om hvilken bosituasjon de hadde. Halvparten av respondentene hadde en bosituasjon som innebar at de bodde sammen med barn. Denne kategorien inneholdt både de var gift eller samboende, samt enslige. Av de som ikke hadde barn, var det 20,6 prosent som var gift eller samboer, mens det var 20 prosent av respondentene som bodde alene. I underkant av 10 prosent oppga at de bodde i kollektiv eller i en annen type boform. Figuren under illustrerer denne fordelingen.



Figur 2: Respondentenes bosituasjon (prosent)

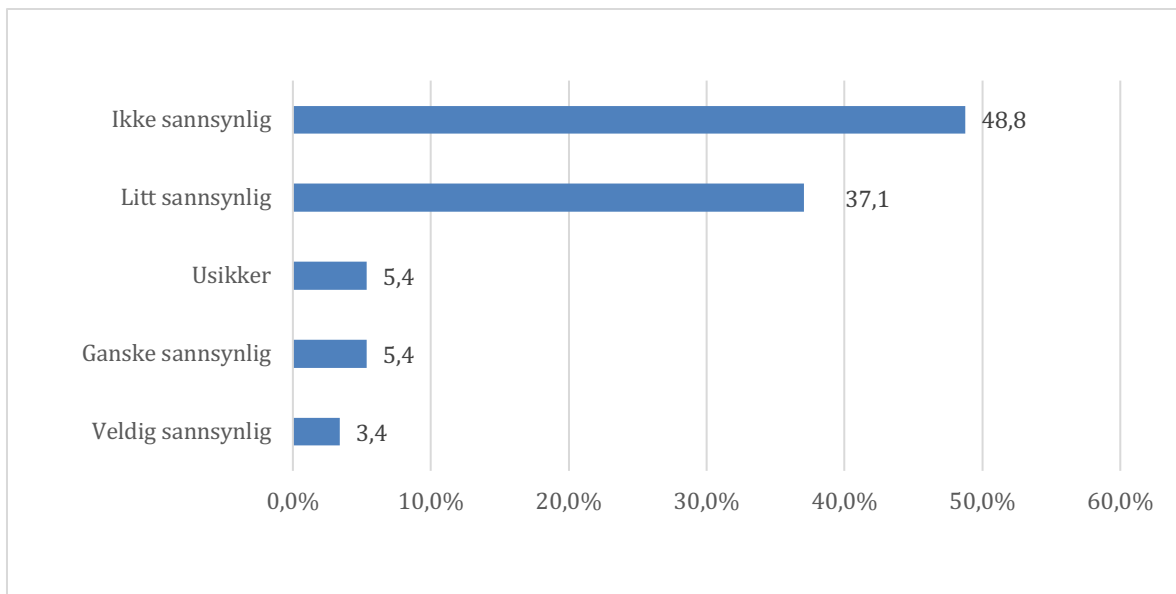
Av de som svarte på undersøkelsen, var det flest som bodde i Eiganes og Våland kommunedel, etterfulgt av Hillevåg, Hinna, Madla/Kvernevik. Det var færrest respondenter fra Rennesøy og Finnøy. Se figur 3 nedenfor.



Figur 3: Respondentenes tilhørighet til kommunedel (prosent)

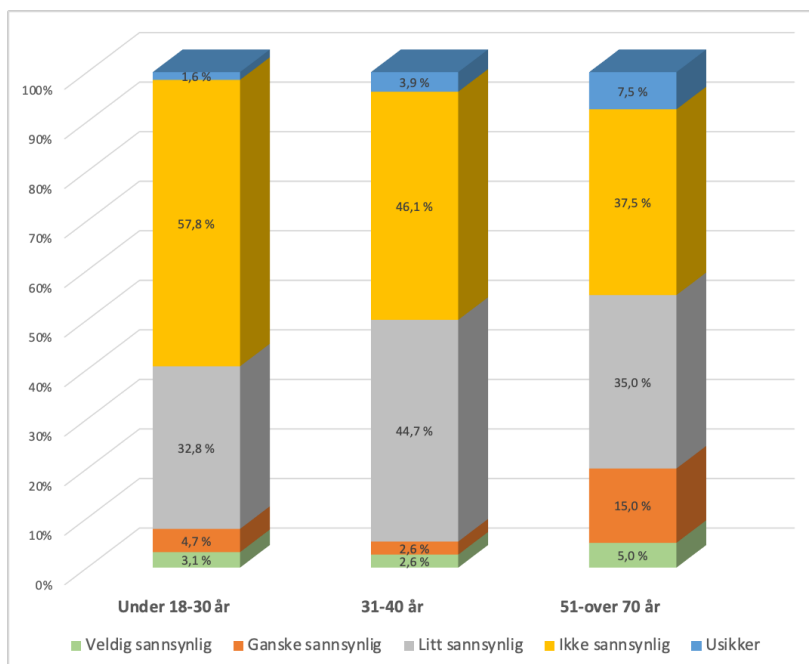
4.2.2 Risikopersepsjon

I spørreundersøkelsen ble respondentene spurt om hvor sannsynlig de trodde det var at det ville skje en krise i Stavanger der viktig infrastruktur som vann, strøm og mobilnett faller bort i tre døgn. Cirka halvparten av respondentene (48,8 %) mente at det *ikke* var sannsynlig at en slik krise ville inntreffe i Stavanger. Til sammen utgjorde prosentandelen som svarte at det var *ikke* sannsynlig eller *litt* sannsynlig, hele 86 prosent. Størstedelen av respondentene var derfor ikke særlig bekymret for at dette var et mulig scenario. Det var under 10 prosent sammenlagt som svarte at det var *ganske* eller *veldig* sannsynlig at dette kan skje. En svært liten andel (5,4 %) var usikre.



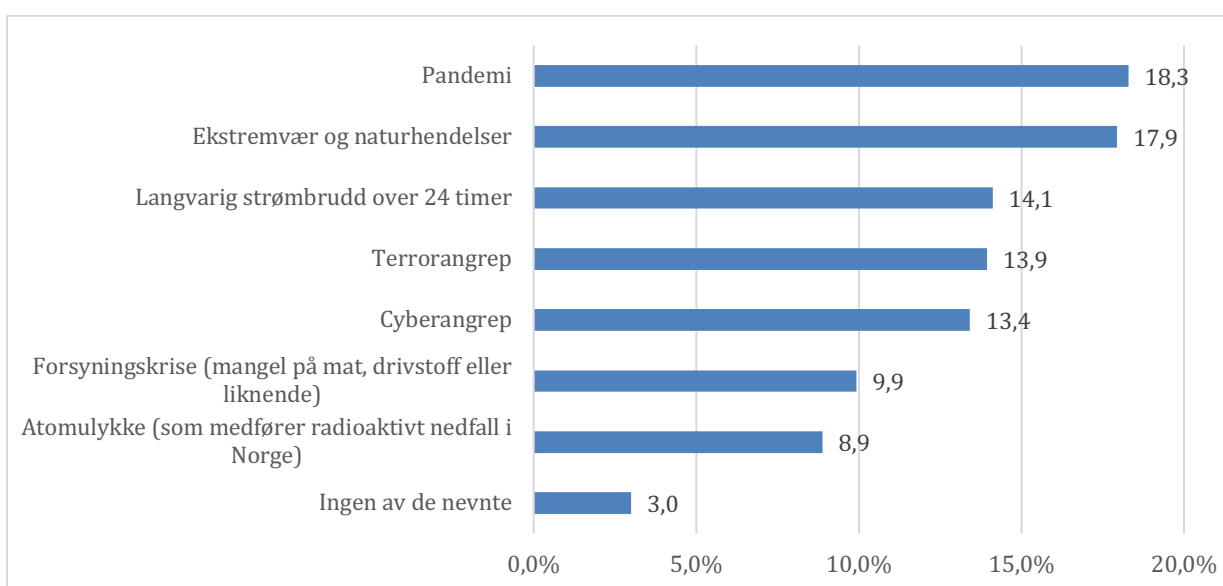
Figur 4: Sannsynlighet for at en krise inntreffer (prosent)

Figur 5 nedenfor viser at det innen den yngste aldersgruppen var en overvekt av respondentene som mente det *ikke* var sannsynlig at en krise knyttet til bortfall av infrastruktur ville inntreffe. Innen aldersgruppene 31-40 år og 51-over 70 år var fordelingen mellom de som *ikke* var bekymret og de som var *litt* bekymret ganske lik. Innen den eldste aldersgruppen finner vi en større andel som mener det er *ganske* sannsynlig at en krise vil kunne skje, og de synes derfor å være mer bekymret enn de andre aldersgruppene.



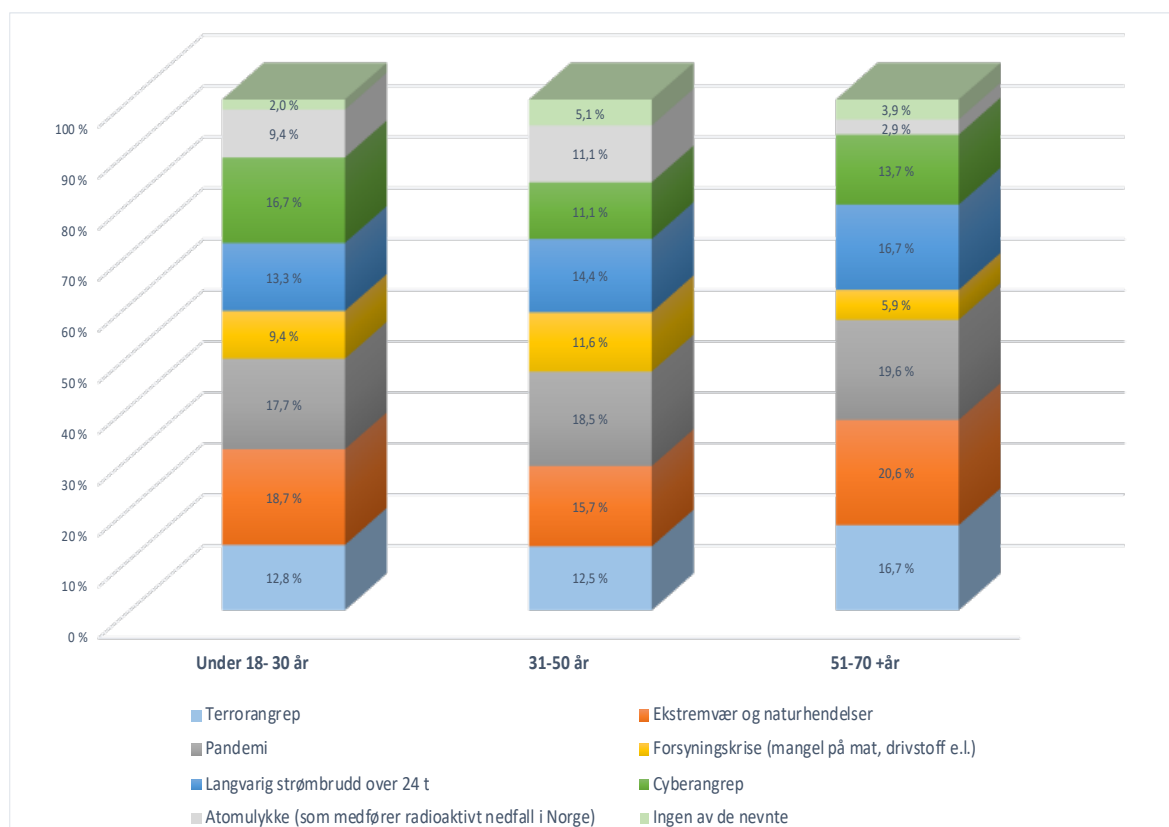
Figur 5: Sannsynlighet for at en krise skal inntreffe innen aldersgrupper (prosent)

I undersøkelsen ble det laget kategorier over fremtidige krisescenarier hentet fra Direktoratet for samfunnssikkerhet, og respondentene ble bedt om å krysse av for hvilke hendelser de var redd for at kan skje. Det var mulig å oppgi flere svar, og figuren nedenfor viser den prosentvise fordelingen mellom disse hendelsene. Flest av respondentene var bekymret for at pandemi (18,3 %) og ekstremvær/naturhendelser (17,9 %). Deretter følger redsel for langvarig strømbrudd, terror- og cyberangrep som alle skåret ganske likt. Respondentene var minst bekymret for at det skal skje en forsyningskrise og atomulykke.



Figur 6: Hendelser respondentene er redd for skal skje (prosent)

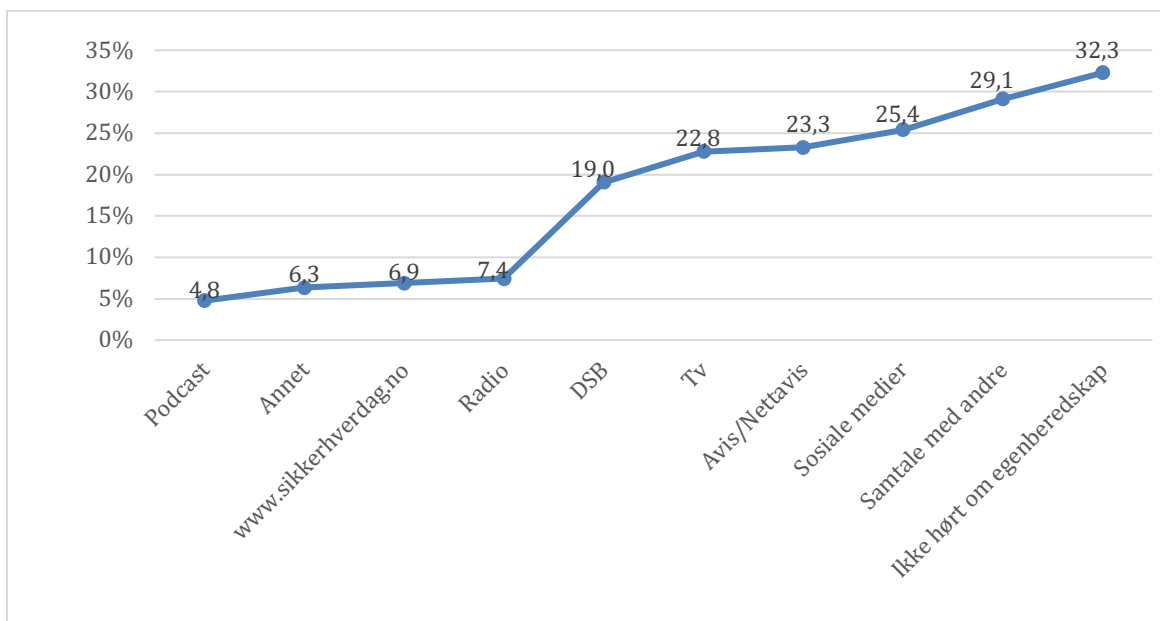
Også når vi ser fordelingen innen den enkelte aldersgruppe, er fordelingen stort sett ganske lik som den samlede fordelingen i figur 7. I den yngste aldersgruppen – under 18-30 år – var det flest som oppga at de var mest redd for ekstremvær, mens i de to andre aldersgruppene var pandemi skåret høyest. Innen den eldste aldersgruppen var de minst redd for atomulykke, mens innen de to andre aldersgruppene var det *Ingen av de nevnte* som hadde den laveste skåren.



Figur 7: Hendelser respondentene er redd for skal skje innen aldersgrupper (prosent)

4.2.3 Kanaler og kilder til egenberedskap

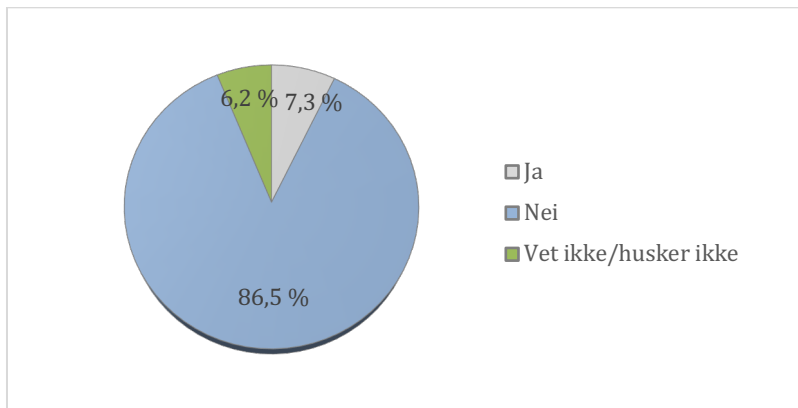
Et av spørsmålene i undersøkelsen handlet om i hvilke kanaler respondentene hadde hørt om egenberedskap. Også i dette i spørsmålet var det mulig å oppgi flere svar, og figur 8 viser den prosentvise fordelingen mellom de ulike kanalene. Cirka en tredjedel av respondentene (32,3%) hadde *ikke* hørt om egenberedskap i det hele tatt. Tett opp under dette fulgte de som rapporterte å ha hørt om egenberedskap gjennom samtale med venner, familie eller kollegaer. Deretter fulgte sosiale medier (25,4%) og avis/nettavis (23,3 %) og Direktoratet for samfunnssikkerhet (19,0%). Kanaler og kilder til egenberedskap som radio, podkast og nettsiden SIKKER HVERDAG, var kanaler som færrest av respondentene kjente til.



Figur 8: Kjente kanaler for egenberedskap (prosent)

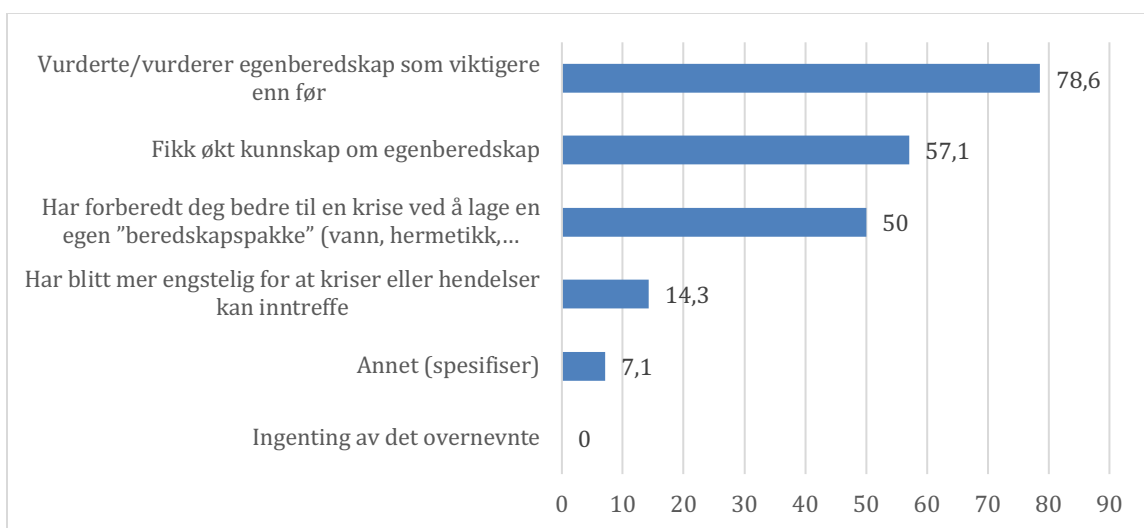
4.2.4 Stavanger 72

Nettsiden Stavanger72.no er utformet av Stavanger kommune, og gir informasjon om egenberedskap. Det var svært få av respondentene som kjente til denne nettsiden. I underkant av 90 prosent krysset av for at de *ikke* hadde kjennskap til denne nettsiden. Bare 7 prosent svarte at hadde kjennskap til Stavanger72.no, mens det var 6 prosent som ikke visste eller husket om de hadde sett denne siden. Figuren under illustrerer denne fordelingen.



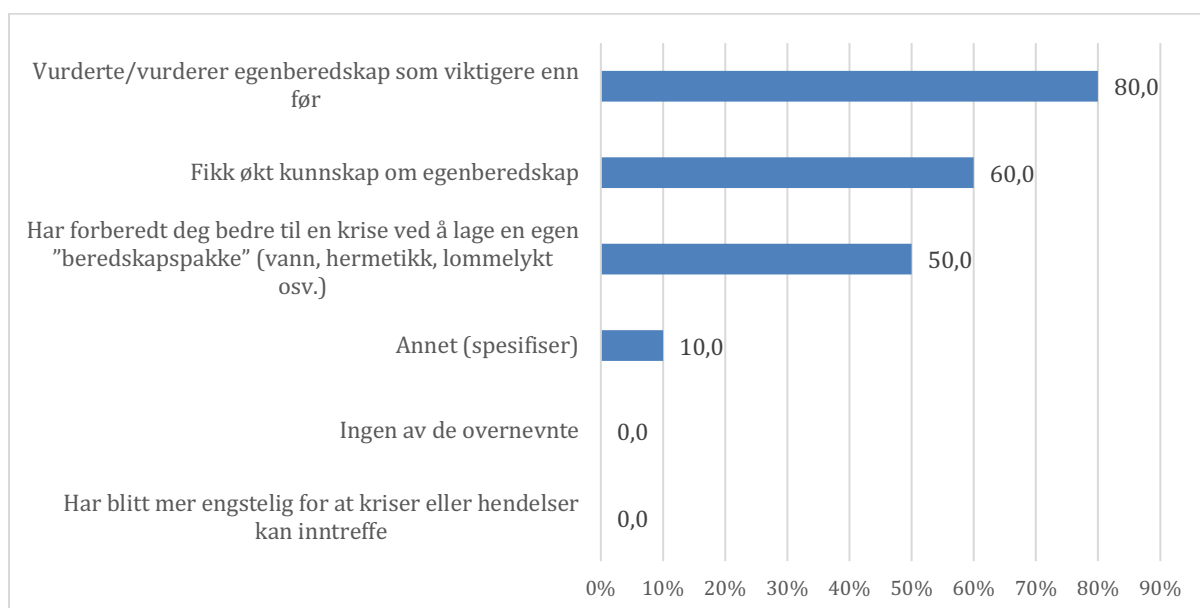
Figur 9: Kjennskap til Stavanger72.no (prosent)

I spørreskjemaet ble de respondentene som svarte *ja* på at de kjente til nettsiden, automatisk ledet videre til videre til spørsmål som handlet om hvorvidt innholdet på nettsiden hadde endret deres holdninger og handlinger knyttet til egenberedskap. I antall var det bare 14 av respondentene som svarte ja på at de kjente til nettsiden, og nesten 80 prosent vurderte egenberedskap som viktigere enn tidligere etter å ha besøkt denne siden. I underkant av 60 prosent rapporterte å få økte kunnskaper, og for halvparten av respondentene resulterte besøket på nettsiden til at de hadde laget sin egen «beredskapspakke». To respondenter oppga at besøket på nettsiden medførte at de ble mer redde for at kriser kan inntreffe.



Figur 10: Holdninger og atferd som resultat av besøk på nettsiden Stavanger72.no (prosent)

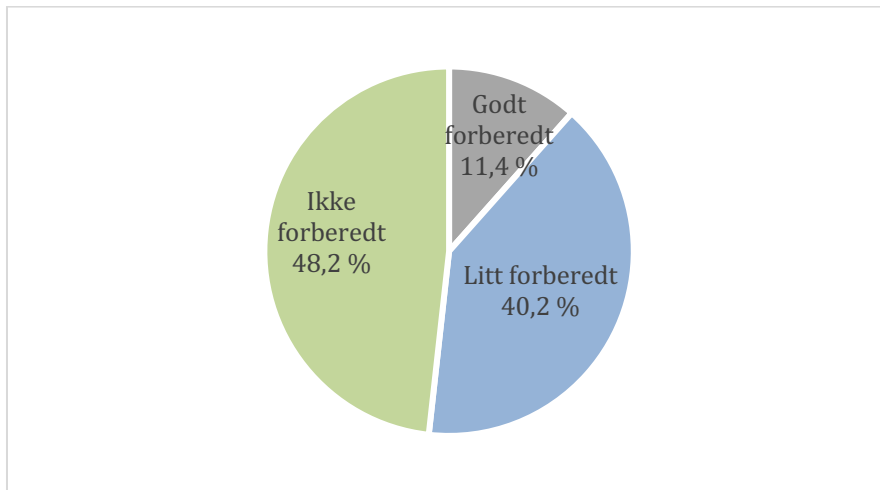
Når det gjelder informasjonsfilmen til Stavanger 72 som ble vist på kino i 2019, var det bare 10 respondenter oppga å huske å ha sett denne. Flesteparten av de få respondentene som faktisk sett filmen, vurderte egenberedskap som viktigere enn før, og 60 prosent opplevde at kunnskapen deres økte. Fem av de 10 respondentene laget en egen beredskapspakke i etterkant av å ha sett informasjonsfilmen om egenberedskap. Det var ingen som mente at de var blitt mer engstelig for kriser etter å ha sett filmen. Figur 11 illustrerer holdninger og handlinger som resultat av filmen som beskrevet ovenfor.



Figur 11: Holdninger og handlinger som resultat av å ha sett informasjonsfilmen (prosent)

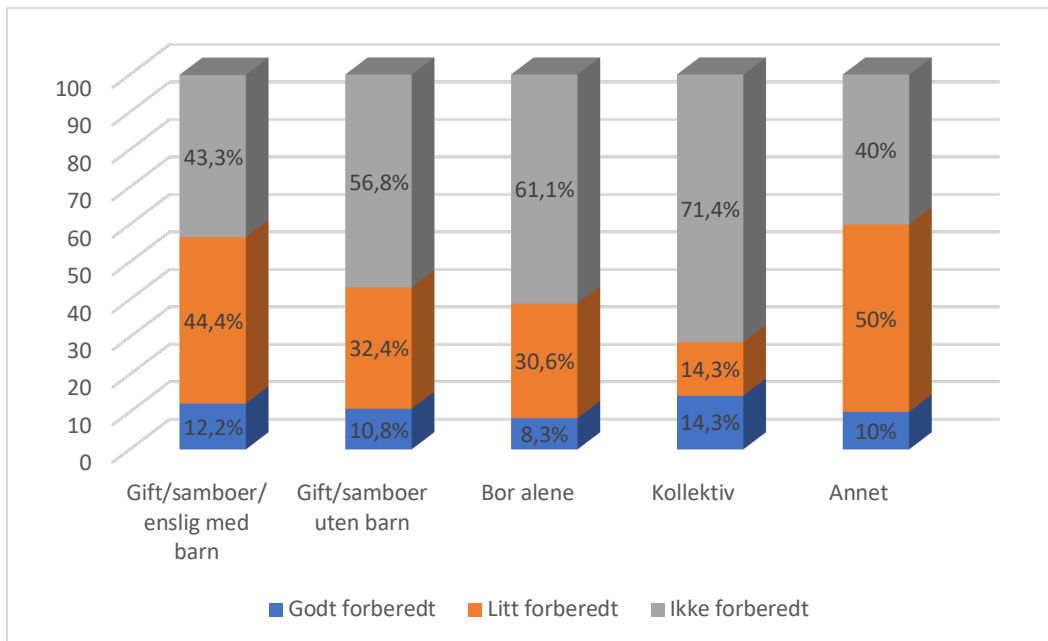
4.2.5 Forberedelser på å klare seg selv i 72 timer

I undersøkelsen ble det stilt spørsmål om i hvilken grad respondentene var forberedt på å klare seg selv i 72 døgn i en krisesituasjon. Resultatene viste at det var flest som rapporterte at de *ikke* var forberedt (48,2 %), mens 40,2 prosent mente de var *litt* forberedt. Bare 11,4 prosent av respondentene var *godt* forberedt på en situasjon der de må klare seg selv uten strøm, vann og mobilnett. Til sammen 88,4 prosent var litt forberedt eller ikke forberedt i det hele tatt.



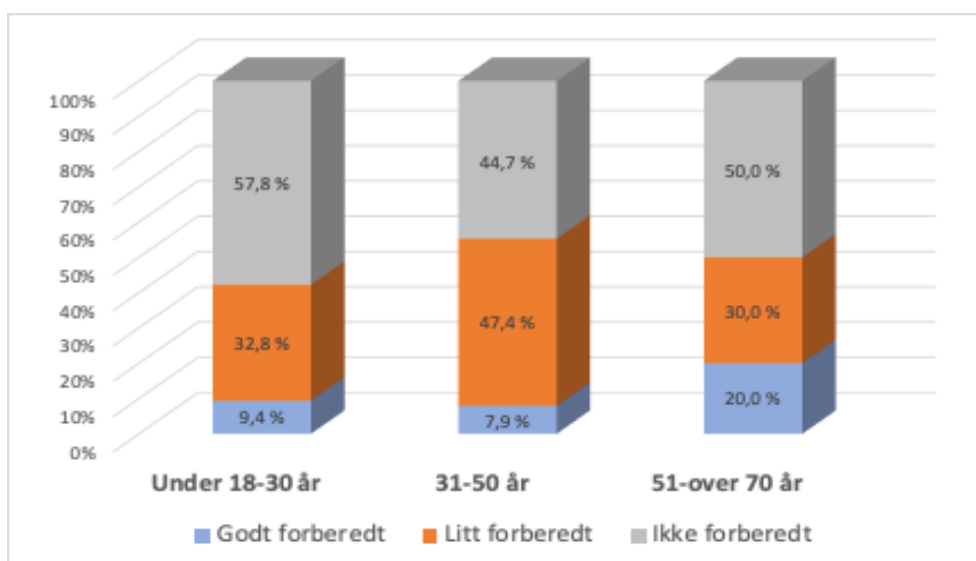
Figur 12: Grad av forberedelse på en krisesituasjon som varer i 72 timer (prosent)

Figur 13 gir oversikt over hvilken bosituasjon respondentene hadde, og hvor forberedt de var på en krise der strøm, vann og mobilnett blir borte i 3 døgn. I gruppen *gift/samboer/enslig med barn* oppga flest at de var *litt* forberedt, og disse var tett etterfulgt av de som *ikke* var forberedt. I gruppen *gift/samboer uten barn* var det flest som svarte at de *ikke* var forberedt (56,8 %). Videre utgjorde 32,4 prosent de som var *litt* forberedt i denne gruppen. Innad i gruppen som svarte at de bodde alene, var majoriteten (60,1 %) *ikke* forberedt, etterfulgt av de som var *litt* forberedt (30,6 %). Blant respondentene som bodde i kollektiv, svarte majoriteten (71,4 %) at de *ikke* var forberedt på en krise. 14,3 prosent innen denne gruppen oppga å være *godt* forberedt. Den siste bosituasjonen utgjorde svarkategorien «Annet». Det er uvisst hvilken bosituasjon disse hadde, men innen denne gruppen svarte halvparten at de var *litt* forberedt, etterfulgt av en noe lavere andel (40 %) som *ikke* hadde forberedt seg på kriser der kritisk infrastruktur faller bort i 3 døgn. Innen alle typer bosituasjoner, var det færrest andel respondenter som mente de var *godt forberedt* på en krise.



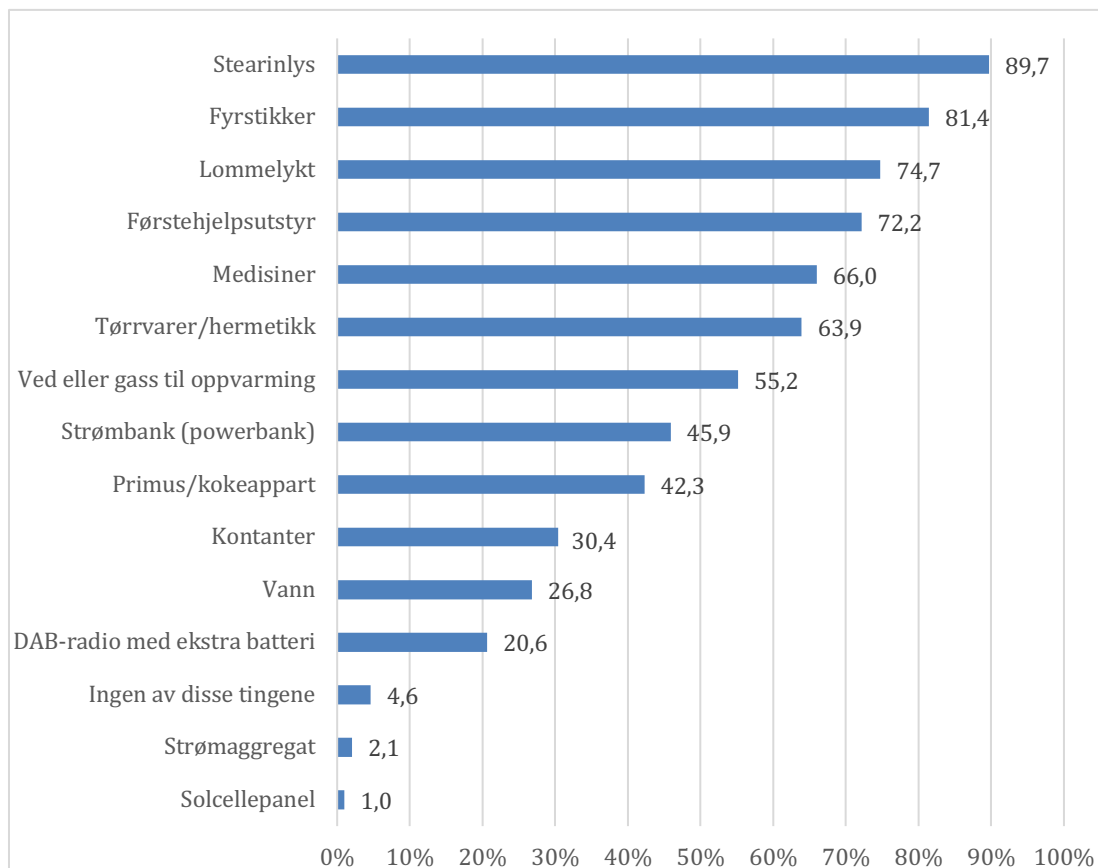
Figur 13: Hvor forberedt de ulike bosituasjonene var på en krise (prosent)

Figur 14 under gir oversikt over hvor godt forberedt de ulike aldersgruppene var. Innen aldersgruppen 18-30 år, var det en overvekt av respondentene som mente det *ikke* var forberedt på å klare seg selv i en krise med bortfall av kritisk infrastruktur. Cirka en tredjedel mente de var *litt* forberedt. Innen aldersgruppen 31-50 år var fordelingen slik at flest oppga å være *litt* forberedt, etterfulgt av de som svarte at de *ikke* var forberedt på en slik krise. I aldersgruppen 51 -over 70 oppga majoriteten at de ikke var forberedt, etterfulgt av de som var litt forberedt. Innen alle aldersgruppene var det færrest som oppga å være *godt* forberedt.



Figur 14: Grad av forberedelse til en krise innen de ulike aldersgruppene

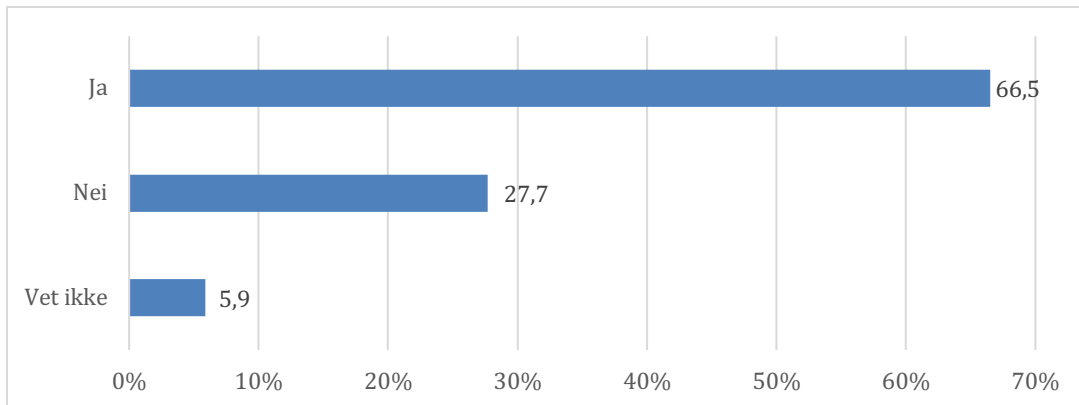
I undersøkelsen ble respondentene også bedt om å svare på hvilke husholdningsartikler de hadde i hus i tilfelle strøm, vann og mobilnett skulle forsvinner i tre døgn. Til sammen svarte 195 respondenter på dette spørsmålet, og det var mulig å krysse av for alle alternativene. De artiklene som flest krysset av for at de hadde i hus var *stearinlys*, *fyrstikker*, *lommelykt* og *førstehjelpsutstyr*. Færrest hadde *strømaggregat* og *solcellepanel*. Figur 15 gir viser den prosentvise fordelingen av artikler som respondentene hadde mest og minst av i sitt eget hjem.



Figur 15: Artikler respondentene hadde i hus i tilfelle en krise (prosent)

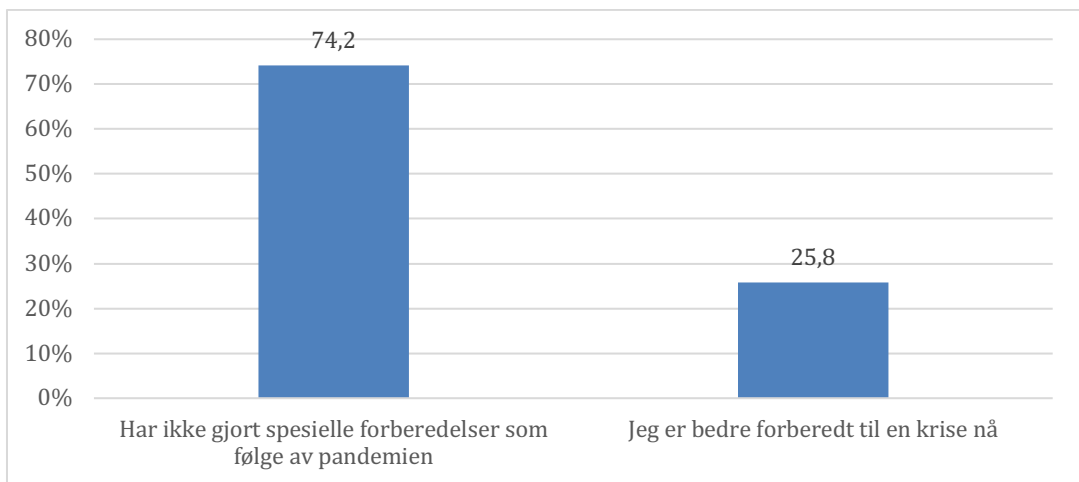
4.2.6 Erfaringer med koronakrisen

Det var et mål å finne ut om respondentenes erfaringer med koronakrisen hadde ført til at de anså egenberedskap som viktigere enn før. Resultatene viste at en høy andel, nesten 70 prosent, av de som svarte mente at koronakrisen hadde ført til at egenberedskap var viktigere enn før. For en tredjedel var dette ikke tilfellet.



Figur 16: Om koronapandemien har medført at egenberedskap er viktigere enn tidligere (prosent)

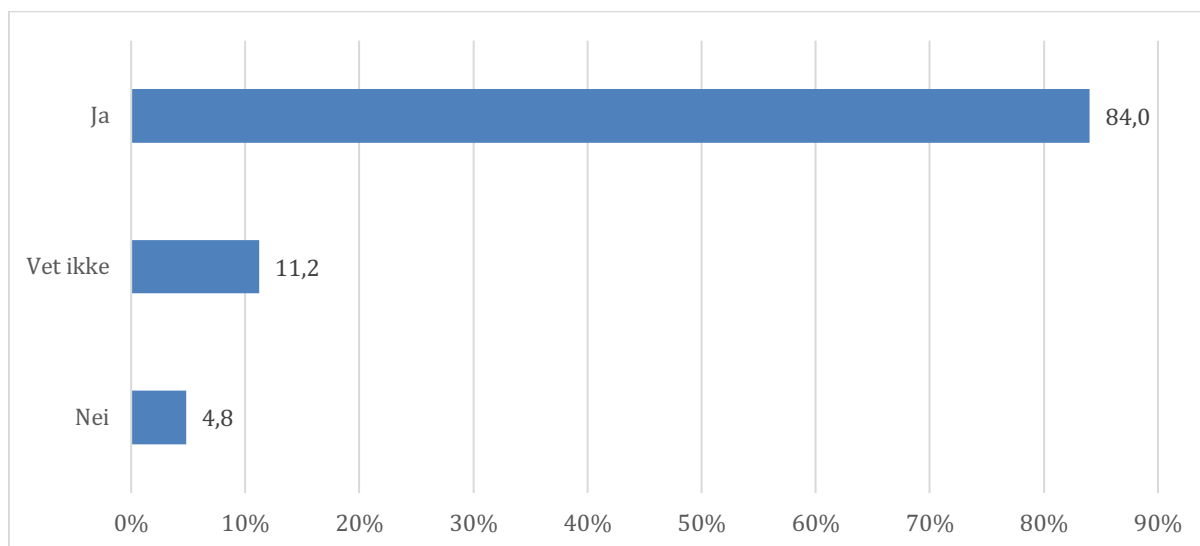
Under neste spørsmål i undersøkelsen skulle respondentene svare på om deres erfaring med koronakrisen hadde ført til at de hadde gjort forberedelser i tilfelle en ny krisesituasjon skulle oppstå. En fjerdedel (25,8 %) svarte at de nå var bedre forberedt. Flestparten hadde ikke gjort noen spesielle forberedelser som en følge av pandemien.



Figur 17: Hvordan koronapandemien har innvirket på forberedelser til nye kriser (prosent)

4.2.7 Tillit til institusjoner med ansvar for å håndtere risiko

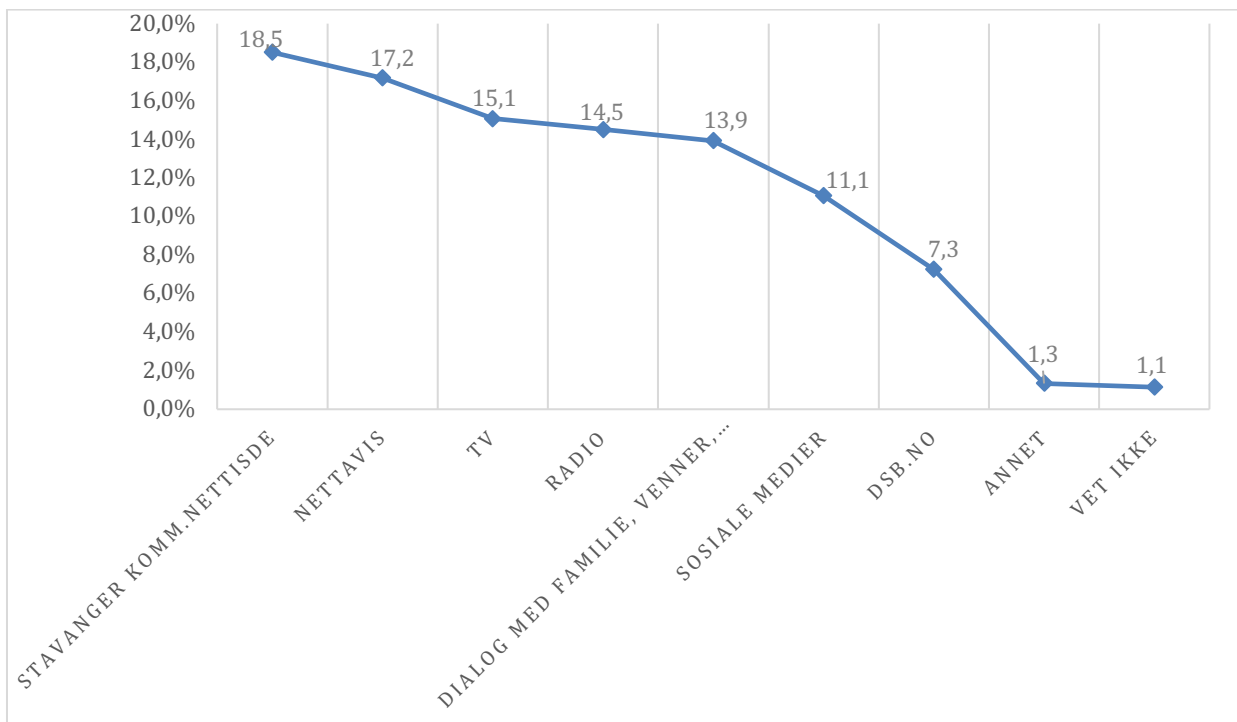
På spørsmålet om Stavanger kommune anses om en troverdig og nøytral kilde til informasjon om egenberedskap, svarte over 80 prosent av respondentene bekreftende på dette spørsmålet. En svært liten andel (4,8 %) svarte at de *ikke* hadde tillit til kommunen, mens 11,2 prosent av respondentene var *usikre* på om de hadde tillit til kommunen.



Figur 18: Tillit til Stavanger kommune (prosent)

4.2.8 Informasjonskilder i en krisesituasjon

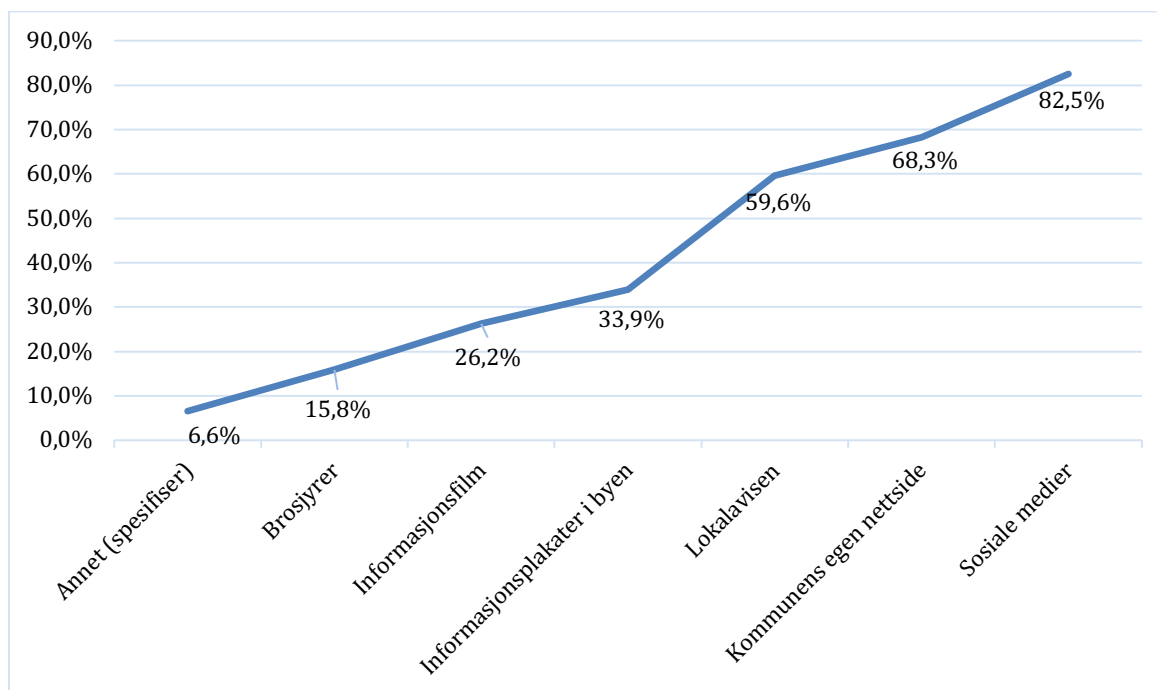
På spørsmålet om hvor respondentene først ville søke informasjon i en krise, hadde de mulighet for å velge 3 alternativer. Tabellen under viser fordelingen over hvilke informasjonskilder som hyppigst forekom. Flest krysset av for Stavanger kommune sin nettside, etterfulgt av avis/nettavis. Nært opp mot disse fulgte Tv, radio og dialog med familie, venner og naboer, samt sosiale medier. Færrest svarte at de ville søke informasjon på nettsiden til Direktoratet for Samfunnssikkerhet (DSB).



Figur 19: Foretrukne informasjonskilder i en krisesituasjon (prosent)

4.2.9 Foretrukne kanaler til å spre informasjon

I spørreundersøkelsen ble respondentene også bedt om å svare på hvilke medier de mente var mest hensiktsmessig at kommunen brukte for å spre informasjon om egenberedskap. Her kunne respondentene krysse av for så mange alternativer de ønsket. Det var en overvekt av respondenter som mente at *sosiale medier* var den mest velegnede måten. Deretter fulgte *kommunens egen nettside* og innlegg i *lokalavisen*. Færrest oppga at de syntes spredning av budskapet om egenberedskap gjennom brosjyrer i posten var hensiktsmessig. Dette illustreres i figuren under.



Figur 20: Foretrukne kanaler som kilde til informasjon om egenberedskap (prosent)

5. Diskusjon

Målet med denne studien har vært å belyse hvilket forhold innbyggerne i Stavanger kommune har til egenberedskap, og hvordan budskapet om egenberedskap på en god måte kan kommuniseres til befolkningen. Følgende funn fra studien vil bli diskutert videre i dette kapitlet:

- Innbyggerne er lite bekymret og lite forberedt
- Koronapandemiens innvirkning på egenberedskap
- Egenberedskapskampanjen Stavanger 72
- Behov for videre forskning

5.1 Innbyggerne er lite bekymret og lite forberedt

Resultatene fra spørreundersøkelsen viste at over 80 prosent av respondentene mente det var lite sannsynlig at det vil inntre en krisesituasjon knyttet til at infrastruktur som vann, strøm og mobilnett skal forsvinne over flere dager. Dette gir inntrykk av at innbyggerne i liten grad bekymrer seg, og at dette er hendelser som veldig mange ikke opplever angår dem. Trolig henger dette sammen med at det er snakk om farer som sjeldent inntreffer. Som en naturlig konsekvens av dette kommer det også tydelig frem i undersøkelsen at svært få av respondentene er godt forberedt på å klare seg selv under en krise. Dette funnet bekreftes også av Paton et al. (2000), som påpeker at dersom faren anses som lite sannsynlig å inntreffe, så vil ikke folk gjøre forberedende handlinger.

Å bruke informasjonskampanjer for å skape bevissthet om farer, fører ikke nødvendigvis til at innbyggere blir motivert til å gjøre forebyggende handlinger. Paton (2007) påpeker at det er viktig å huske på at det ikke er informasjon i seg selv som avgjør handling, men at informasjonen tolkes i samspill med opplevelser, holdninger og forventninger som finnes i samfunnet de bor i. Forskning som tar i bruk *The social amplification of risk-rammeverket* (SARF) har vært mest opptatt av å studere prosesser og effekter knyttet til forsterkning av risiko, samtidig som demping av risiko har fått mindre oppmerksomhet (Fjaeran & Aven, 2019). Begrepet forsterkning viser til prosessen som skjer når «volumet» eller styrken av visse risikosignaler- eller symboler blir intensivert. Dette kan igjen føre til økt risikopersepsjon, noe som har en tendens til å kunne føre til risikoreduserende handlinger. Begrepet demping refererer til motsatt tendenser enn de som er forbundet med forsterkning.

Denne prosessen innebærer at betydningen eller styring av visse risikosignaler og symboler blir svekket eller redusert. At respondentene i spørreundersøkelsen opplever sannsynligheten for bortfall av kritisk infrastruktur som svært lav, indikerer at styrken av denne type risiko i stor grad «dempes» av befolkningen. Det er ikke uvanlig at mekanismer, prosesser og effekter knyttet til demping ofte bidrar til lavere oppfatning av risiko (Fjaeran & Aven, 2019). Dette kan være årsaken til at så få respondenter anser det som viktig å forberede seg på framtidige kriser der de må klare seg selv i flere døgn.

Bare en svært liten andel av respondentene i spørreundersøkelsen oppga at de er godt forberedt. Dette gjenspeiles også i de type artikler som ble lagret hjemme. De vanligste artiklene som respondentene hadde var stearinlys, fyrstikker og lommelykt. Under en tredjedel oppgir at de har vann i beholdere. For å overleve isolert hjemme i flere dager, er vann en nødvendighet. For å kommunisere med omverdenen er det også sentralt å ha DAB-radio med ekstra batterier. Dersom en krise fører til at strøm- og mobilnettet er nede, vil få av respondentene kunne holde seg oppdatert på viktige nyheter fra myndighetene. 64 prosent oppga å ha boksmat eller hermetikk, men langt færre har primus eller kokeapparat for å varme opp slik mat. Flesteparten av respondentene oppga å bo sammen med partner og/eller barn. Dette innebærer at det er flere personer i husholdningen som har behov for mat, vann og varmekilder under en krise. Samlet ser det ut til at de artiklene som innbyggerne oppga å ha i hus, er ting som er i bruk i hverdagslivet. Det er derfor rimelig å anta at dette ikke er planlagte beredskapshandlinger, men heller et resultat av tilfeldigheter.

Svarene fra spørreundersøkelsen indikerer at mange innbyggere vil kunne møte utfordringer i en situasjon hvor de må klare seg selv i tre døgn uten strøm, vann og/eller mobilnett. Eiser et al. (2012) skriver at dersom folk ikke har erfaring med en krise eller katastrofe, så kan dette føre til at man undervurderer risikoen og at man har høyere tillit til at samfunnets sikkerhetsrutiner og infrastruktur fungerer. Dette kan være en årsak til at så få av respondentene er bekymret for at en krise skal inntreffe, og heller ikke tar ansvar for å forberede seg på dette. Som Boin og McConnell (2001) påpeker, er det relativt få eksempler på sammenbrudd i kritisk infrastruktur i den vestlige verden, og et samfunns erfaringer med farer, har mye å si for hvordan innbyggerne forbereder seg (Horan et al., 2010). Manglende erfaring med større kriser, og den erfaringen med at Norge er et trygt land der myndighetene alltid ordner opp, kan være medvirkende årsaker til at volumet eller betydningen av risiko knyttet til bortfall av infrastruktur har karakteristikk som «dempes» av innbyggerne. Dette i neste omgang kan påvirke motivasjonen til å gjøre beredskapshandlinger.

Fjaeran og Aven (2019) framholder at når man når det stadiet der risiko og risikohendelser er blitt forsterket, er vanligvis risikoen godt definert. På dette stadiet er problemene knyttet til risikoen ofte forverret, og det er blitt en polarisert debatt blant ulike aktører i samfunnet. Derimot kan risiko utvikle og endre seg over tid, og er mindre merkbar og vanskelig å definere når den er på et tidlig stadie. Direktoratet for samfunnssikkerhet (2021) hevder at klimaendringer, terrortrusler, ny teknologi og globalisering har bidratt til å endre det norske samfunnet, og at det har gjort oss mer sårbare enn tidligere. Et viktig budskap er derfor at befolkningen må være forberedt til å klare seg selv, og at dette er en nødvendig del av arbeidet og utviklingen av det moderne totalforsvaret. Resultatene fra spørreundersøkelsen indikerer at det er et gap mellom hvordan offentlige myndigheter og innbyggerne vurderer og opplever risiko knyttet til bortfall av kritisk infrastruktur. Dette viser at en viktig oppgave framover er å få befolkningen til å forstå alvoret i de selv må ta et ansvar for å være forberedt på scenarioer der infrastruktur blir borte over en lengre tidsperiode.

Demping av risiko kan hjelpe individer til å håndtere de mange risikoene og risikohendelsene de møter daglig, samtidig som det kan bidra til å bagatellisere risikosignaler og gi inntrykk av effektiv risikostyring. Sistnevnte effekt kan gi alvorlige konsekvenser for sikkerhet og krisehåndtering (Fjaeran & Aven, 2019). En av årsakene til at myndighetene ønsker at flere skal være forberedt, er at det frigjør kapasitet til å hjelpe de mest sårbare i samfunnet. Boin og McConnell (2007) påpeker at på grunn av de enorme konsekvensene svikt i kritisk infrastruktur kan få, så er det viktig å forberede samfunnet på kriser der for eksempel vann eller strømmettet forsvinner. Utfallet av slike store katastrofer er i stor grad avhengig av innbyggernes resiliens. Resiliens kan i denne sammenheng forklares som et lokalsamfunns evne til å ta i bruk egne ressurser for å komme tilbake til en normaltilstand (2007). At innbyggere i liten grad er opptatt av temaet egenberedskap, vil kunne ha store konsekvenser for krisehåndtering dersom en større hendelse skulle skje i Stavanger.

Respondentenes grad av tillit til norske myndigheter kan også være en faktor som bidrar til å forklare hvorfor så få ser nødvendigheten av å være godt forberedt på en krise. Wachinger et al. (2012) hevder at tillit ser ut til å ha en direkte sammenheng med beredskapshandlinger. I en artikkel om egenberedskap publisert på NRK sin nettside (2018) uttalte daværende Justis- og beredskapsminister, Tor Mikkell Wara, at innbyggerne i Norge tar for gitt å ha tilgang til vann, strøm og mat. Han understreket også at folk har skyhøye forventninger til myndighetene. Også Kleven (2016) framholder at nordiske borgere generelt har stor tillit til ulike politiske institusjoner sammenliknet med andre europeere, og at nordmenn er på

«tillitstoppen» i Europa. I spørreundersøkelsen til innbyggerne i Stavanger kommune oppga en svært høy andel (cirka 80 prosent) at de anser Stavanger kommune som en troverdig kommunikasjonskilde til egenberedskap. Også i spørsmålet om hvor respondentene først vil oppsøke informasjon om en krise, var Stavanger kommune sine nettsider ett av de alternativene med høyest svarprosent. Dette indikerer at respondentene har høy tillit til kommunen i en eventuell krise. Samtidig er trolig mange av respondentene i denne studien aktive på kommunens sosiale medier, noe som kan indikere at de allerede har høy tillit til kommunen. Likevel er det sannsynlig å tro at den norske befolkningens grad av tillit til myndigheter og politiske institusjoner, kan være en medvirkende årsak til at det er så få av respondentene som opplever det nødvendig å være forberedt på en krise. En konsekvens av at et samfunn har høy tillit til myndighetene kan resultere i at befolkningen får svakere motivasjon for å ta ansvar for egen sikkerhet (Maidl & Buchecker, 2015; Wachinger et al., 2012). Også Becker et al. (2012) fant i sin studie at dersom folk hadde for høy tillit til en institusjon, så trodde de at institusjonen ville ta vare på dem i en krise. Dette gjorde at de ikke følte de trengte å forberede seg. Forfatterne påpeker at det er viktig at folk har tillit til informasjonskilden, men at for mye tillit til en institusjon eller aktør kan hindre folk fra å ta ansvar for egen sikkerhet. Et annet viktig poeng er at dersom en institusjon har gjort et godt arbeid i en krisesituasjon, kan dette bidra til at folk får mer tillit denne aktøren (Becker et al., 2012). Dette kan være tilfellet når det gjelder befolkningens erfaring med både sentrale og lokale myndigheters håndtering av koronapandemien. For støtte opp under dette viste for eksempel Ipsos' årlige tiltro-undersøkelse at folks tillit til norske myndigheter økte markant i koronaåret 2020 (Berge, 2021). Også dette viser at tillit til myndighetene kan være en medvirkende faktor til at respondentene ikke ser det som nødvendig å forberede seg på en krisesituasjon.

Innbyggerne i Stavanger kommune er altså lite bekymret og lite forberedt på en eventuell krise. Flere studier peker på at når mennesker mangler erfaring med en krise eller katastrofe, så undervurderes risikoen. Det siste halvannet året har riktignok Norges befolkning fått fersk erfaring med en stor krise – en verdensomspennende pandemi. Hvordan denne erfaringen har påvirket respondentenes forhold til egenberedskap, vil diskuteres nærmere punkt 5.2.

5.2 Koronapandemiens innvirkning på egenberedskap

Norge er et trygt og stabilt land som i liten grad har vært rammet av store krisesituasjoner. Imidlertid har koronapandemien det siste halvannet året rammet Norge og resten av verden. Slik har også det norske samfunnet fått erfaring med en alvorlig krise. DSB sin befolkningsundersøkelse i 2020, viste at kjennskap til temaet egenberedskap økte fra året før. Dette tyder på at folk har blitt mer opptatt av egenberedskap i løpet av det siste året. Det er sannsynlig å tro at disse resultatene skyldes befolkningens erfaring med koronakrisen som har ført til at egenberedskap har blitt viktigere enn før fordi samfunnet plutselig fikk erfaring med at alvorlige kriser også kan ramme «trygge» Norge.

For å kartlegge innbyggerne i Stavanger kommune sin risikopersepsjon, ble det stilt spørsmål om hvilke hendelser de er mest og minst redd for at skal skje. Her var *pandemi* ett av flere alternativ. Det viste seg at nettopp pandemi var den hendelsen som flest av respondentene var redde for at skulle skje. Også i DSB sin befolkningsundersøkelse fra 2021, var pandemi den hendelsen flest var bekymret for i fremtiden. Andelen som var bekymret for dette økte fra 16 prosent i 2019, til 46 prosent i 2020. I løpet av det siste året har det vært daglige medieoppslag om koronapandemien. Det har vært hyppige og omfattende saker med dramatiske overskrifter om blant annet smittetall, dødsfall, smittevern og behandlingsskapasitet på sykehusene. I tillegg til at korona har vært fremtredende i den offentlige debatten, har også pandemien på ulike måter grepet inn i folk sine hverdagsliv både hjemme og på jobb. Eksempelvis har hele befolkningen måttet forholde seg til smittevernregler når det gjelder besøk i hjemmet, reiseforbud, anbefalinger om hjemmekontor, karantene, digital undervisning på skoler og så videre. Mange har også erfart å miste jobben og næringsgrunnlaget. Det at respondentene er mest bekymret for en pandemi, støttes av psykometrisk forskning som framholder at mennesker anser risikoer som mer sannsynlig å inntreffe dersom informasjonen er tilgjengelig og lett å huske (Lupton, 2013). Også det at man lett kan forestille seg at krisen kan skje en selv, bidrar til økt bekymring. Covid-19 har for noen gitt et alvorlig sykdomsbilde med død som ytterste konsekvens. Studier har også vist at mennesker særlig bekymrer seg for risikoer som assosieres med «skrekk», er ukontrollerbare og har høy dødelighet (Siegrist & Arvai, 2020). Samlet ser det ut til at det er både psykologiske, sosiale og kulturelle prosesser i samfunnet som kan ha bidratt til å forsterke oppfatningen av denne risikoen. SARF-rammeverket kan derfor bidra til å forklare hvorfor nettopp pandemi er den type hendelse som respondentene er mest redde for (Kasperson et al., 1988). I tillegg til pandemi, er respondentene også redd for at hendelser

som ekstremvær/naturhendelser, strømbrudd og terrorangrep skal skje. Også disse type hendelser omtales ofte i media, og inntreffer i noen grad.

Færrest respondenter var redd for at det skulle skje en atomulykke som medfører radioaktivt nedfall i Norge. Historiens verste kjernekraftulykke, Tsjernobyl-ulykken, skjedde i 1986. Ulykken førte til at radioaktivt nedfall som spredte seg til store deler av Europa. I noen deler av Norge fikk dette hovedsakelig konsekvenser for reindrift og saueneiering (Thobroe, 2020). Det har også vært andre ulykker i atomkraftverk som har gitt radioaktivt nedfall i Norge, uten at dette har gitt helse- eller miljømessige konsekvenser (Salbu, 2021). Disse ulykkene fikk ikke store konsekvenser for nordmenn flest sin helse og hverdagsliv. I tillegg var heller ikke Rogaland fylke rammet av konsekvensene. For mange er kanskje ikke dette noe som lett kan gjenkalles. Selv om konsekvenser fra en atomulykke er en erfaring er noe som nordmenn har fått erfare, kan det at konsekvensene ikke var alvorlige for folk flest, samtidig som det er langt tilbake i tid, kunne forklare hvorfor respondentene i denne undersøkelsen er mindre redd for dette enn koronapandemien.

Koronapandemien har altså medført at respondentene ser egenberedskap som viktigere enn før. Nesten sytti prosent av respondentene oppga at egen erfaring med koronakrisen hadde ført til at de anså egenberedskap som mer aktuelt. Til tross for dette, var det bare en fjerdedel som oppga at denne erfaringen medførte at de er bedre *forberedt* på en ny krise.

Undersøkelsen viste at selv om risikopersepsjonen økte, så uteble altså forebyggende og risikoreduserende handlinger. Når mennesker skal vurdere risiko skjer dette oftest på to fundamentale måter; enten ved å bruke logikk og analyse, eller ved å bruke følelser (Slovic & Peters, 2006). Følelser og affekt kan bidra til å forenkle menneskers vurdering av risiko for fremtidige hendelser (Eiser et al., 2012) Over 80 prosent av respondentene mente det var lite sannsynlig at det vil inntre en krisesituasjon knyttet til at infrastruktur som vann, strøm og mobilnett skal forsvinne over flere dager, til tross for at myndighetene mener at dette er reell risiko som de bør være forberedt på. En forklaring på dette kan være at bruk av heuristikker påvirker deres forståelse og vurdering av risikohendelser. Risiko som analyse viser til hvordan mennesker bruker logikk, fornuft og vitenskap i sine risikovurderinger. En forklaring på at respondentene ikke har gjort konkrete forberedelser til en eventuell ny krise som følge av koronapandemien, kan være at situasjonen ikke har påvirket kritisk infrastruktur. Da pandemien startet var situasjonen skremmende og dramatisk, og mange begynte å hamstre varer i butikkene. En undersøkelse viste at hele 84 prosent av nordmenn oppga å ha kjøpt inn tørrvarer i forbindelse med koronakrisen. Frysevarer, toalettpapir og hermetikk var

også artikler som folk hamstret i så stor grad at butikkhyllene mange steder var tomme (Bakken & Wernersen, 2020). På denne måten så vi at befolkningen faktisk gjorde de nødvendige grep når det gjaldt å sikre seg et egenberedskapslager når de følte at situasjonen var preget av høy risiko. Myndighetene kom riktignok raskt på banen for å informere om at hamstring var helt unødvendig, og at det til tross for den alvorlige situasjonen ville være nok mat til alle framover. Tilstanden roet seg etter hvert. Som resultatene fra spørreundersøkelsen blant innbyggerne i Stavanger kommune viste, har trolig erfaringen med koronapandemien gjort innbyggerne mer bevisste, ettersom de ser på egenberedskap som viktigere enn før.

Norge har til tross for en alvorlig situasjon det siste halvannet året, klart seg godt sammenliknet med andre land. Likevel har denne erfaringen for mange trolig vært assosiert med følelser som skrekk og redsel. Å bli smittet, syk og eventuelt dø, er en situasjon de fleste har kunnet relatere til seg selv. Derimot er det nok for mange vanskelig å skulle forberede seg på kriser knyttet til bortfall av infrastruktur, fordi dette innebærer å planlegge langt fram i tid for hendelser man er usikker på om faktisk vil skje. Dette er sannsynligvis utslagsgivende for hvorfor folk ikke er motivert til å planlegge et egenberedskapslager. Det kan se ut til at innbyggerne gjør nødvendige grep når det gjelder egenberedskap dersom de bare ser faren som reell nok, og kan relatere denne til konsekvenser for seg selv og sine nære omgivelser. Dette kan forklares med at innbyggerne trolig i stor grad bruker følelser og intuitive og instinktive reaksjoner når de vurderer farer og risikoer. Dette kan føre til at man tolker sannsynligheter og konsekvenser på en måte som er feilaktig (Slovic & Peters, 2006), og kan være med på å forklare hvorfor innbyggerne i så liten grad ser det som nødvendig å ta egenberedskap på alvor. Med dette i minne handler utfordringene framover i stor grad om hvordan myndighetene kan påvirke folk til å forberede seg på kriser som har lav hyppighet og liten sannsynlighet for å skje.

5.3 Egenberedskapskampanjen Stavanger 72

Et annet mål i denne studien har vært å se nærmere på hvordan Stavanger kommune kan kommunisere budskapet om at innbyggerne selv må kunne klare seg selv i noen dager dersom viktig infrastruktur faller bort. For å få svar på dette, har det vært sentralt å se på kommunens tidligere arbeid med egenberedskap, den lokale egenberedskapskampanjen kalt Stavanger 72. I tillegg er det gjennomført en spørreundersøkelse rettet mot innbyggerne.

En del av egenberedskapskampanjen bestod av en egen nettside kalt Stavanger72.no. I undersøkelsen framkom det at flesteparten av respondentene (87 prosent) oppga å *ikke* kjenne

til denne nettsiden. Dette til tross for at nettsiden burde være enkel å finne fram til. Ved å gjøre et søk på Google med søkeordene «*egenberedskap* eller *beredskap* + *Stavanger kommune*» resulterer dette i et direkte treff på www.Stavanger72.no. Det at så få kjenner til denne nettsiden kan tyde på at egenberedskap i liten grad er et tema som folk på eget initiativ oppsøker informasjon om. Direktoratet for samfunnssikkerhet er også en svært sentral aktør som gir oppdatert informasjon om egenberedskap, men heller ikke denne kilden kjenner respondentene i særlig grad til. Dette kan som nevnt tyde på at respondentene ikke anser egenberedskap som er relevant og aktuelt tema. Igjen kan dette ha sammenheng med at risiko knyttet til bortfall av kritisk infrastruktur blir dempet av befolkningen, noe som gjør at de heller ikke søker informasjon om teamet.

Av de respondentene som faktisk kjente til nettsiden [Stavanger72.no](http://www.Stavanger72.no), svarte en stor overvekt av disse at innholdet på nettsiden førte til at de ser på egenberedskap som viktigere enn før. Nesten to tredjedeler oppga at de også hadde fått økt kunnskap om egenberedskap som tema. Til tross for dette, hadde ikke alle disse laget en egen beredskapspakke. Den samme tendensen finner vi igjen hos de respondentene som svarte at de hadde sett *Stavanger 72* sin informasjonsfilm om egenberedskap på kino. Dette bekrefter at selv om folk får økt sin bevissthet og kunnskap om farer, ikke nødvendigvis fører til endring av atferd (Abuneyewah et al., 2018). Det var som beskrevet svært få av respondentene som kjente til nettsiden og informasjonsfilmen, men det er likevel et interessant funn at når de først har funnet fram til nettsiden og sett informasjonsfilmen, så når budskapet fram. I utformingen av nettsiden [Stavanger72.no](http://www.Stavanger72.no) fortalte informantene i kommunen at de var svært opptatt av å gjøre noe litt annerledes ved å bruke symboler, sterke farger og kontraster for å fange lesernes oppmerksomhet. Dette er i tråd med Kasperson et al. (1988) som hevder at symboler spiller en viktig rolle for å trigge oppmerksomheten til mottakere og kan være effektivt for å øke eller dempe oppfatningen av en risiko. Det ble også brukt mye tid på å utarbeide korte og direkte tekster med et enkelt språk. Höppner et al. (2010) understreker at stil og innhold i et budskap kan ha stor effekt på mottakers respons. Forfatterne anbefaler å bruke attraktive symboler, signaler og god blanding av det verbale og det visuelle. I tillegg framheves det som viktig å bruke et klart og forståelig språk (Renn, 2008). Stavanger kommune har i utarbeidelsen derfor benyttet seg av flere av de anbefalingene som er fremhevet innen forskning på effektiv risikokommunikasjon.

Informasjonsfilmen om egenberedskap tar i bruk sterke visuelle og auditive virkemidler gjennom en fortelling som skisserer et reelt scenario hvor infrastruktur forsvinner i Stavanger på grunn av et kraftig uvær. Informantene i kommunen fortalte at de gjennom filmen ønsket å skremme folk litt. Ifølge Keller, Siegrist & Gutscher (2006) er affekt viktig for å få til en vellykket risikokommunikasjon, og måten man presenterer risiko på kan enten minske eller øke nivået av hvordan risiko oppfattes. Becker et al. (2012) fant i sin studie at personer med høyt nivå av angst eller bekymring hadde høyere sannsynlighet for å bli motivert til egenberedskap, enn de som kun var lett bekymret eller urolig. Selv om antall respondenter som hadde sett informasjonsfilmen var svært få, var likevel et noe overraskende funn at ingen av de som hadde sett den oppga å ha kjent på følelser som uro, redsel eller frykt. Derimot oppga enkelte respondenter at besøket på nettsiden skapte slike følelser. Det at nettsiden skapte mer følelser enn informasjonsfilmen, kan indikere at Stavanger kommunes bruk av informasjonstekster, farger og symboler var mer effektivt for å skape følelser og affekt, enn filmen. På den andre siden var det en litt høyere prosent av de som hadde sett informasjonsfilmen som oppga de å få økt kunnskap, anså egenberedskap som viktigere enn før og som hadde laget en beredskapspakke. Dette kan indikere at informasjonsfilmen har større potensiale enn nettsiden for å påvirke folks holdninger og atferd. Det er mulig at selv om respondentene ikke bevisst husket å kjenne på følelser som uro, redsel eller frykt, så har filmen likevel hatt en underbevisst påvirkning. Litteraturen påpeker at bruk av visuelle virkemidler som regel fungerer bedre enn bare ren tekst (Höppner et al., 2010).

Tradisjonelle opplysningskampanjer som gir informasjon om farer og hvordan man skal forberede seg på disse, har en tendens til å gi informasjon på en passiv måte (Becker et al., 2012). Visschers et al. (2012) peker på at risikokommunikasjon bør være en toveis prosess. Også Wachinger et al. (2012) uttaler at den mest effektive måten å skape bevissthet om framtidige farer, er å få publikum til å selv delta og være aktive i prosessen. Selv om dette er noe mange forskere anbefaler, er dette noe som er vanskelig å iverksette i praksis og derfor noe som sjeldent forekommer (Kasperson & Kasperson 2005; Renn, 2008). Informantene i kommunen fortalte at de var opptatt av å legge inn et interaktivt element i kampanjen ved at folk kan lage sin egen beredskapsliste på nettsiden Stavanger72. I tillegg ble kampanjen først lansert på en øvelse med sivilforsvaret, der over hundre skoleelever var invitert til å delta. Dette er tiltak som er mer interaktive og eksperimentelle enn enveis informasjonsoverføring. Ettersom så få kjenner til nettsiden, er det vanskelig å si noe om effekten av beredskapslisten som interaktivt element. Selv om den samlede egenberedskapskampanjen til Stavanger

kommune består av mange og varierte tiltak, baserer den seg hovedsakelig på enveis kommunikasjon. Dette innebærer at det er opp til mottakerne hvordan de tolker og gjør budskapet om egenberedskap relevant for seg selv. Becker et al. argumenterer for at effekten av kunnskapsprogrammer kan bedres ved å gi informasjon på en interaktiv og eksperimentell måte. Eksempler på dette kan være å gi skoleelever interaktive hjemmelekser og oppgaver som handler om egenberedskap og hvordan husstanden kan forberede seg. Dette gir opplæring om beredskap en mer aktiv form enn den passive kunnskapsoverføringen som ofte anvendes i risikokommunikasjon (2012). Å involvere offentligheten i øvelser kan også øke bevisstheten og realitetsorientere befolkningen om hva myndighetene er i stand til å gjøre i en krisesituasjon, og hva de selv må gjøre for å øke sin sikkerhet. Dette kan forhindre en falsk følelse av sikkerhet og en tro på at myndighetene vil ta vare på dem i en krise (Wachinger et al., 2012). Også DSB (2021) gir anbefalinger og tips på sin nettside om øvelser som kan brukes i eksempelvis klasserom og i eget hjem som utgangspunkt for refleksjon og diskusjon. For å legge til rette for enda mer interaktiv læring og skape dialog med innbyggerne i Stavanger kommune, kan det være en mulighet å få inn egenberedskap som opplæring i grunnskolen. Renn (2008) påpeker at for å få til effektiv risikokommunikasjon er det viktig at informasjon om risiko gjøres relevant for individers hverdagsliv. Å gi barn hjemmelekser og oppgaver som kan gjøres sammen med familien, kan bidra til at egenberedskap når hjem til flere. Videre kan det øke sjansen for at folk opplever dette som et relevant tema for deres hverdagsliv, og slik bidra til at egenberedskap i større grad blir et tema som folk diskuterer i sine sosiale nettverk. I arbeid mer risikokommunikasjon er det altså viktig å legge til rette for enda mer interaktiv læring med vekt på oppgaveløsning, dialog og diskusjon. Wachinger et al. (2012) hevder at en viktig måte å påvirke befolkningen som helhet er å legge inn innsats på å lære opp barn i skolen, fordi det har vist seg at barn kan opplyse sine foreldre om egenberedskap.

Som vi har sett, bruker Stavanger kommune i sin kampanje et bredt spekter av tiltak, kanaler og virkemidler for å kommunisere betydningen av egenberedskap til innbyggerne. Til tross for dette, ser det ut til at kampanjen Stavanger 72 i liten grad har nådd frem til befolkningen, og at egenberedskap ikke er et tema som innbyggerne oppsøker eller er interessert i. Det er velkjent at det er svært utfordrende å kommunisere om risikoer som har lav sannsynlighet for å inntreffe (Keller et al., 2006), og at opplysningskampanjer er en kompleks og vanskelig prosess fordi det er vanskelig å få informasjonen til å oppleves relevant og betydningsfull for mottakerne (Paton et al., 2000). Likevel er risikokommunikasjon viktig for å erstatte

manglende erfaring når innbyggere ikke erfaringer med risikoer som sjelden blir en realitet. For å få oppmerksomheten til folk som ikke har erfaring med denne type risiko, har særlig «bekymring» blitt identifisert som en sentral faktor for å motivere dem til å søke informasjon og forberede seg på en hendelse (Maidl & Buchecker, 2015). Balog-Way et al. (2020) argumenterer for at effektiv risikokommunikasjon krever en mangesidig tilnærming, og det ikke eksisterer en enkel formel på hvordan dette kan gjøres. Det vil trolig være viktig at Stavanger kommune fortsetter å bruke ulike kanaler og går ut med et bredt spekter av virkemidler. Videre vil det også være hensiktsmessig å fortsatt ta i bruk virkemidler som trigger følelser og affekt hos publikum. Personlig erfaring med en fare spiller en viktig rolle for å påvirke risikopersepsjon, men for de som ikke har slike erfaringer kan risikokommunikasjon brukes for å fremkalle negative emosjonelle konsekvenser av farer og katastrofer (Wachinger et al., 2012). Dersom kommunikasjonen bidrar til å skape følelser som bekymring og angst, kan dette muligens være effektivt for å øke mottakeres risikopersepsjon. Bruk av visuelle virkemidler kan slik bidra til å «forsterke» volumet av risiko ved bortfall av infrastruktur, noe som kan føre til at folk ser verdien av å ta ansvar for å gjøre risikoreducerende handlinger. Dette er likevel en balansegang, ettersom informasjonen ikke må være så skremmende at mottakerne blir «paralysert».

Balog-Way et al. (2020) hevder at risikokommunikasjon må være en langsiktig og pågående prosess, og at langsiktig forpliktelse og utholdenhet er avgjørende for å skape varige og positive resultater. For å skape langsiktige og varige endringer og handlinger hos en befolkning, kreves det at informasjonen repeteres kontinuerlig (2008). Dette betyr at selv om det kan se ut til at kommunikasjonen til kommunen ikke har nådd frem, eller at dette er et tema som innbyggerne i utgangspunktet ikke er interessert i, så er det viktig å fortsette arbeidet med informasjon om egenberedskap. Det kan framover derfor være viktig å vurdere å bruke en tilnærming hvor man sikrer seg at ulike sosiale grupper i samfunnet forstår risiko budskapet, og gjør proaktive handlinger for å forberede seg mot farer og ulykker (Abuneywah et al., 2018). I spørreundersøkelsen til innbyggerne i kommunen, var de som valgte å svare hovedsakelig personer med høy utdanning. Det er mulig at kommunen gjennom sine sosiale medier når en spesiell gruppe i samfunnet, og at det kan være hensiktsmessig å målrette innlegg eksempelvis mot grupper med ulik alder og sosioøkonomisk bakgrunn. Dette var informantene i Stavanger kommune også selv inne på.

5.4 Videre forskning

Det er forsket lite på egenberedskap i Norge, og det er behov for flere studier fra norske forhold. Dette ikke minst fordi farer og katastrofer sjeldent inntreffer her, og fordi innbyggerne generelt har høy tillit til myndighetene. I denne oppgaven er det belyst at det er utfordrende å få mennesker til å forberede seg på sjeldne hendelser med lav sannsynlighet for å inntreffe. I spørreundersøkelsen til innbyggere i Stavanger kommune ser det ut til at risikohendelser knyttet til bortfall av infrastruktur blir «dempet». Det vil derfor være viktig å forske videre på om det finnes måter som kan bidra til at informasjon om egenberedskap oppleves som mer relevant og meningsfull for mottakerne. Affekt og følelser ser også ut til å ha stor betydning for hvordan mennesker vurderer sannsynligheter knyttet til risiko. Det bør derfor forskes videre på om manipulering av affekt i risikokommunikasjon kan forsterke folks risikooppfatning, og om dette kan bidra til å øke motivasjon for egenberedskap. Særlig gjelder dette effekten av å bruke visuelle virkemidler som skaper negative følelser som bekymring og angst.

Det synes også å være behov for flere studier som tester ut hvordan man kan gjennomføre flerveis risikokommunikasjon gjennom dialog og interaktiv læring når man skal nå ut til en hel befolkning. Mange anbefaler å ha egenberedskap som tema i grunnskolen. Forskning bør derfor rette oppmerksomhet mot hvordan man konkret kan få egenberedskap inn i opplæringen, og å studere effekten av dette.

6. Konklusjon

Denne studien har vist at det er få innbyggere som mener det er sannsynlig at det vil inntreffe en krise som fører til bortfall av kritisk infrastruktur. De fleste er heller ikke forberedt på å klare seg selv i en slik situasjon. Personlig erfaring er en viktig faktor som kan påvirke risikopersepsjon og motivasjon til å gjøre beskyttende og risikoreduserende handlinger. Manglende erfaring med kriser knyttet til langvarig bortfall av infrastruktur, i tillegg til at slike hendelser ikke kan gjenkalles eller relateres til egne omgivelser, bidrar trolig til at risikoen dempes. Innbyggernes grad av tillit til Stavanger kommune og offentlige myndigheter generelt, kan muligens også skape en falsk følelse av trygghet, som igjen fører til ansvaret for egen sikkerhet delegeres bort. Sammenlagt ser det ut til at personlige, sosiale og kulturelle prosesser bidrar til å dempe risiko knyttet til bortfall av infrastruktur som vann, strøm og mobilnett.

Studien synliggjør et «gap» mellom hvordan offentlige myndigheter og innbyggere vurderer og opplever risiko. Når det gjelder egenberedskapskampanjen Stavanger 72, viste resultatene at selv om Stavanger kommune har brukt et variert spekter av tiltak, så ser det ikke ut til at kampanjen har nådd frem til innbyggerne. For de som rapporterer at de har kjennskap til nettsiden eller informasjonsfilmen om egenberedskap, ser kommunikasjonen av budskapet ut til å ha potensiale til å endre både holdninger og handlinger. En viktig oppgave framover blir å få befolkningen til å forstå alvoret i at de selv må ta et ansvar for å være forberedt på scenarioer der infrastruktur blir borte over flere døgn. Den mest effektive måten for å øke publikums oppmerksomhet og motivasjon til å forberede seg på en hendelse, ser ut til å være å aktivt involvere dem i beredskapsøvelser og aktiviteter der temaet gjøres relevant for eget liv. Også å satse på bruk av visuelle virkemidler som skaper sterk affekt og følelser, gjerne bekymring, kan være viktig for å øke oppfatningen av risikoer, og for å motivere folk til å se verdien av å ta ansvar for egenberedskap.

Litteraturliste

Abuneyewah, M., Gajendran, T. & Maund, K. (2018). Conceptual Framework for Motivating Actions towards Disaster Preparedness Through Risk Communication. *Procedia Engineering* 212, 246–253.

Bakken, B.V. & Wernersen, C. (2020, 24. mars). Dette hamstret vi da korona kom til Norge. *NRK*. Hentet fra <https://www.nrk.no/norge/dette-hamstret-vi-da-koronapandemien-kom-til-norge-1.14957404>

Balog-Way, D., McComas, K., & Belsey, J. (2020). The Evolving Field of Risk Communication. *Risk Analysis*, 40, s. 2240-2262
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/risa.13615>

Becker, J. S., Paton, D., Johnston, M. D & Ronan, K. R. (2012). A model of household preparedness for earthquakes: how individuals make meaning of earthquake information and how this influences preparedness. *Natural hazards*, 64 (1), 107-137.

Berge, J. (2021, 5. januar). Topp tiltro til myndighetene under koronapandemien. *Aftenposten*. Hentet fra <https://www.aftenposten.no/norge/politikk/i/PR5eJR/topp-tiltro-til-myndighetene-under-koronapandemien>

Blaikie, N. (2010). *Designing social research*. Cambridge: Polity Press.

Boin, A. & McConnell, A. (2007). Preparing for Critical Infrastructure Breakdowns: The Limits of Crisis Management and the Need for Resilience. *Journal of Contingencies and Crisis Management*. 15 (1), 50- 59.

Breakwell, G. M. (2000). Risk communication: factors affecting impact. *British medical bulletin*, 56(1), 110-120.

Covello, V. T. (1998). *Risk Perception and Communication: Risk Perception, Risk Communication, Pesticides, and Pesticide Drift: Tools and Techniques for Communicating*. Risk Information Center for risk communication. New York. Hentet fra <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.129.6862&rep=rep1&type=pdf#page=161>

Covello, V.T & Slovic, P. & Winterfeldt, D.V. (1986) Risk communication. A review of the literature. *Risk abstracts*, 3, 171-182. Hentet fra https://www.researchgate.net/profile/Paul_Slovic/publication/285817518_Risk_communication_A_review_of_the_literature/links/5d3cd952a6fdcc370a6609e3/Risk-communication-A-review-of-the-literature.pdf

Direktoratet for samfunnssikkerhet. (2019). Analyse av framtidsscenarioer. Hentet fra <https://www.dsb.no/rapporter-og-evalueringer/analyser-av-krisescenarioer-2019/>

Direktoratet for Samfunnssikkerhet (2020). Befolkningens kjennskap og forhold til egenberedskap. Hentet fra https://www.dsb.no/globalassets/dokumenter/rapporter/befolkningsundersokelse_egenberedskap_nov2020.pdf.

Direktoratet for samfunnssikkerhet. Du er en del av Norges beredskap. (2021). Hentet fra <https://www.DSB.no/rapportarsjarkiv/egenberedskap/>

Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap (2021). Befolkningsundersøkelse om norske husholdningers bevissthet og atferd knyttet til egenberedskap. Hentet fra <https://www.dsb.no/contentassets/54dfd3c302ea4d6fa1704e201be3e74a/rapport---befolkningsundersokelse-om-husholdningers-egenberedskap-2020.pdf>

Eiser, R., Bostrom, A., Burton, I., Johnston, D., McClure, J., Paton, D., White, M. (2012). Risk interpretation and action: A conceptual framework for responses to natural hazards. *International Journal of Risk Reduction*, 1, 5-6.

Fekjær, S. B. *Statistikk i praksis*. (2016). 5.utg. Oslo: Gyldendal

Fink, A. (2003). *The Survey Handbook*. 2. utg. London: Sage publications

Fjaeran, L & Aven, T. (2019). Making visible the less visible- how the use of an uncertainty-based risk perspective affects risk attenuation and risk amplification. 1-19. *Journal of Risk Research*. DOI: 10.1080/13669877.2019.1687579

Halvorsen, K. (2008). *Å forske på samfunnet. En innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. 5. utg. Oslo: Cappelen Akademisk.

Haraldsen, G. (1999). *Spørreskjemametodikk etter kokebokmetoden*. Oslo: Gyldendal

Horan, J., Ritchie, L.A., Meinhold, S., Gill, D.A., Houghton, B. F., Gregg, C. E, Matheson, T., Paton, D. Jonston, D. (2010). Evaluating disaster education: The National Oceanic and Atmospheric Administration's TsunamiReady community program and risk awareness education efforts in New Hanover County, North Carolina. I L.A Ritichie & W. MacDonald (Eds.), *Enhancing disaster and emergency preparedness, response, and recovery through evaluation*. New Directions for Evaluation, 126, 79-93.

Höppner, C., Bründl, M. & Buchecker, M. (2010) Risk Communication and Natural Hazards. CapHaz-Net WP5 Report, Swiss Federal Research Institute WSL. Hentet fra https://www.wsl.ch/fileadmin/user_upload/WSL/Projekte/CAPHAZ/CapHaz-Net_WP5_Report_final.pdf

Kasperson, J. X & Kasperson, R. E. (2005). *The Social Contours of Risk. Volume 1: Publics, Risk Communications & The Social Amplification of Risk*. Earthscan: London

Kasperson, R. E., Renn, O., Slovic, P., Brown, H. S., Emel, J., Goble, R. & Ratick, S. (1988). The social amplification of risk: A conceptual framework. *Risk analysis*, 8(2), 177-187.

Keller, C., Siegrist, M., & Gutscher, H. (2006). The role of the affect and availability heuristics in risk communication. *Risk Analysis*, 26(3), 631-639.

Kirkevold, Ø. (2013). Praktiske tips ved spørreskjemaundersøkelser *Sykepleien Forskning*, 8(4), 380-382. DOI: [10.4220/sykepleienf.2013.0170](https://doi.org/10.4220/sykepleienf.2013.0170)

Kleven, Ø. Tillit til politiske institusjoner. (2016). Norge på tillitstoppen i Europa. *Samfunnsspeilet. Tidsskrift for levekår og livsstil*, 2, s. 13-19.

Lupton, D. *RISK*. (2013). Routledge

Maidl, E. & Buchecker, M. (2015). Raising risk preparedness by flood risk communication. *Natural Hazards and Earth System Sciences*, 15(7), 1577-1595.
<https://doi.org/10.5194/nhess15-1577-2015>

Paton, D. (2007). Preparing for natural hazards: the role of community trust. *Disaster Prevention and Management*, 16 (3), 370-379. <https://www-emerald-com.ezproxy.uis.no/insight/content/doi/10.1108/09653560710758323/full/pdf?title=preparing-for-natural-hazards-the-role-of-community-trust>

Paton, D., Smith, L., Johnston, D. M. 2000. Volcanic hazard. Risk perception and preparedness. *New Zealand Journal of Psychology*, 29 (2), 86-91.
<https://www.psychology.org.nz/journal-archive/NZJP-Vol292-2000-6-Paton.pdf>

Perry, R. W & Lindell, M. K. (2003). Preparedness for Emergency Response: Guide-lines for the Emergency Planning Process. *Disasters*, 27 (4), 336–350.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.0361-3666.2003.00237.x>

Ramboll. (2021). *SurveyXact: General Data Protection Regulation (GDPR)*. Hentet fra <https://www.surveyxact.no/gdpr/>

Fornyings- og administrasjonsdepartementet. (2009, 16 oktober). *Statens kommunikasjonspolitikk*. Hentet fra https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/fad/vedlegg/informasjonspolitikk/statens_komm_pol_web.pdf

Renn, O. (2008). *Risk Governance. Coping with Uncertainty in a Complex World*. Earthscan

Salbu, B. (2021, 9. april). *Radioaktivt nedfall*. Store norske leksikon.
https://snl.no/radioaktivt_nedfall

Siegrist, M., & Árvai, J. (2020). Risk perception: Reflections on 40 years of research. *Risk Analysis*, 40(S1), 2191-2206.

Slovic, P., & Peters, E. (2006). Risk perception and affect. *Current directions in psychological science*, 15(6), 322-325.

Stavanger kommune. Stavanger 72. Informasjonsfilm om egenberedskap. Hentet fra <https://www.youtube.com/watch?v=NKLqtiW1T7c>

Sovacool, B. K., Axsen, J., & Sorrell, S. (2018). Promoting novelty, rigor, and style in energy social science: Towards codes of practice for appropriate methods and research design. *Energy Research & Social Science*, ss. 12-42.

Thobroe, G. (2020, 29. juni) Sauebønder ble hardt rammet av Tsjernobyl – nå kartlegges radioaktiviteten på nytt. *NRK*. Hentet fra <https://www.nrk.no/trondelag/kartlegger-stralingen-i-norge--radioaktiviteten-etter-tsjernobyl-merkes-fortsatt-1.15071443>

Visschers, V. H. M., Wiedemann, P. M., Gutscher, H., Kurzenhäuser, S., Seidl, R., Jardine, C. G., & Timmermans, D. R. M. (2012). Affect-inducing risk communication: current

knowledge and future directions. *Journal of Risk Research*, 15(3), 257-271. Hentet fra https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13669877.2011.634521?casa_token=A-ffn3_hMV4AAAAA%3ADghRG9zIiLO4aZIwsRAuWWuyHmG_JWdN3GA0nbUBKyTsqK30_8MbN7fdfeTZ03WS2krhb8hsAMiJ

Wachinger, G., Renn, O., Begg, C., & Kuhlicke, C. (2012). The risk perception paradox - Implications for governance and communication of natural hazards. *Risk Analysis*. Hentet fra <https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.2012.01942.x>

Vedlegg

- 1: Intervjuguide
- 2: Spørreskjema til innbyggere om egenberedskap
- 3: Instagram- og Facebook Story med lenke til spørreundersøkelse
- 4: Frekvenstabeller

Intervjuguide

Innledende spørsmål

- Hva var deres rolle i kampanjen?

Hovedspørsmål

- Hva var bakgrunnen for at Stavanger kommune valgte å gjennomføre en lokal egenberedskapskampanje?
- Hva var formålet med egenberedskapskampanjen?
- Hvilke valg tok dere i forbindelse med hvilke kanaler dere skulle bruke?
- hvordan jobbet dere med å utarbeide det faglige innholdet i kampanjen?
- Hvilke valg tok dere når det gjaldt den visuelle profilen (design/ utforming) av kampanjen?
- Innhentet dere erfaringer fra andre med tanke på gjennomføring av kampanjen, og hva har eventuelt vært inspirasjonskilder?
- Læringspunkter/ har dere gjort noen erfaringer omkring om dere vil gjøre noe annerledes neste gang dere kjører kampanjen?

Informasjonsfilm som kinoreklame

- I hvilket tidsrom ble reklamefilmen spilt?
- Tenkte dere på noe spesielt i forhold til utforming og design av nettsiden?
- Hvilke vurderinger ble gjort med tanke på utformingen av det visuelle?
- Ønsket dere bevisst å appellere til følelser? F. Eks kan filmen skape følelser som redsel
- Tenkte dere på om reklamefilmen kunne bli ”for skummel”?

Stavanger72.no

- Hvordan har dere tenkt når det kommer til utforming, design og stil av nettsiden; både det visuelle, men også kunnskapsinnhold/selve informasjonen?
- Har dere utformet den med tanke på at det skal være lett forståelig? Har dere gjort noe spesielt for å sørge for at den er forståelig for folk flest?
- Hvilke vurderinger har dere gjort når det kommer til det visuelle? (Farger, bilder, osv.)

Spørreskjema til innbyggere om egenberedskap

Formålet med denne spørreundersøkelsen er å undersøke hvilket forhold innbyggerne i Stavanger kommune har til egenberedskap.

Egenberedskap handler om at vi som innbyggere er forberedt på å ta vare på oss selv og andre i en krise der for eksempel vann, internett og strøm forsvinner i flere døgn.

Undersøkelsen er helt anonym, og tar ca. 5 minutter å gjennomføre.

Merk at undersøkelsen kun er aktuell for innbyggere som bor i Stavanger kommune.

Tusen takk for ditt bidrag!

Med vennlig hilsen
Oda Kiær Grøsfjeld

Har du spørsmål om spørreundersøkelsen?
Kontakt: ok.grosfjeld@stud.uis.no

BAKGRUNNSINFORMASJON

Er du bosatt i Stavanger kommune?

- Ja
- Nei

Hvilken kommunedel i Stavanger bor du i?

- Eiganes og Våland
- Storhaug
- Hundvåg
- Hillevåg
- Madla og Kvernevik
- Hinna
- Tasta
- Rennesøy
- Finnøy

Hva er din alder?

- Under 18
- 18- 30
- 31- 40
- 41 -50
- 51- 60
- Over 60

Hvilket kjønn er du?

- Mann
- Kvinne

Hva er din bosituasjon?

- Bor alene
- Gift/samboer/enslig med barn
Gift/samboer uten barn
- Kollektiv
- Annet

Hva er din høyeste fullførte utdanning?

Grunnskole

- Videregående skole
- Universitet/ høyskole
- Ønsker ikke å oppgi

HOVEDSPØRSMÅL**Hvor sannsynlig tror du det er at det vil inntreffe en krisesituasjon i Stavanger der vann, strøm, internett og/eller mobilnett faller bort i inntil 3 døgn?**

- Veldig sannsynlig
- Ganske sannsynlig
- Lite sannsynlig
- Usikker

Hvilke hendelser er du redd for at kan skje? (flere kryss mulig)

- Terrorangrep
- Ekstremvær og naturhendelser
- Pandemi
- Forsyningskrise (mangel på mat, drivstoff eller liknende)
- Langvarig strømbrudd over 24 timer
- Cyberangrep
- Atomulykke (som medfører radioaktivt nedfall i Norge)
- Ingen av de nevnte

I hvilken grad er du/din husholdning forberedt på å klare dere selv hjemme i 3 døgn, dersom strøm, vann og/eller mobilnett faller bort?

- Godt forberedt
- Litt forberedt
- Ikke forberedt

Hvilke av disse tingene har du/dere i hus i tilfelle strøm, vann og/eller mobilnett forsvinner? (flere kryss mulig)

- Tørrvarer/hermetikk
- Vann
- Lommelykt
- Fyrstikker
- Stearinlys
- Førstehjelpsutstyr
- Strømbank (powerbank)
- DAB-radio med batteri
- Ved eller gass til oppvarming
- Strømaggregat
- Solcellepanel
- Medisiner
- Primus/kokeapparat
- Kontanter
- Ingen av disse tingene

Hvor ville du primært søke informasjon dersom det skulle oppstå en krisesituasjon? (kun tre kryss mulig)

- Stavanger kommune sin nettside
- Nettavis
- Radio
- Tv
- Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap (dsb.no)
- www.sikkerhverdag.no
- www.krise.no
- Sosiale medier
- Dialog med familie, venner, naboer m.m.
- Annet (spesifiser)
- Vet ikke

Har du kjennskap til nettsiden til Stavanger kommune - www.Stavanger72.no - som gir informasjon om egenberedskap? Legg inn bilde

- Ja
- Nei
- Vet ikke / husker ikke

HVIS JA:

Førte innholdet på nettsiden om egenberedskap til at du (flere kryss mulig):

- Har blitt mer engstelig for at kriser eller hendelser kan inntreffe
- Fikk økt kunnskap om egenberedskap
- Vurderte/vurderer egenberedskap som viktigere enn før
- Har forberedt deg bedre til en krise ved å lage en "beredskapspakke" (vann, hermetikk, lommelykt osv.)?
- Ingenting av det overnevnte
- Annet (spesifiser)

Har du sett Stavanger kommune/Stavanger72 sin reklamefilm om egenberedskap?

Legg inn bilde

- Ja
- Nei
- Vet ikke/ husker ikke

HVIS JA:

Førte kinoreklamen til at du (flere kryss mulig):

- Har blitt mer engstelig for at kriser eller hendelser kan inntreffe
- Fikk økt kunnskap om egenberedskap
- Vurderte/vurderer egenberedskap som viktigere enn før
- Har forberedt deg bedre til en krise ved å lage en egen ”beredskapspakke” (vann, hermetikk, lommelykt osv.)
- Ingen av de overnevnte
- Annet (spesifiser)

Har du hørt/lest om egenberedskap gjennom andre kanaler? (flere kryss mulig)

- www.sikkerhverdag.no
- www.krise.no
- Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap (DSB)
- Radio
- Tv
- Avis / Nettavis
- Podcast
- Sosiale medier (Facebook, Instagram, Youtube, Twitter etc.)
- Samtale med venner, familie eller kolleger
- Annet (spesifiser)

Anser du Stavanger kommune som en nøytral og troverdig kilde til informasjon om egenberedskap?

- Ja
- Nei
- Vet ikke

Har koronapandemien medført at du ser på egenberedskap som viktigere enn tidligere?

- Ja
- Nei
- Vet ikke

Har koronapandemien medført at du har gjort noen forberedelser i tilfelle en ny krise skulle oppstå?

- Jeg er bedre forberedt til en krise nå
- Jeg har ikke gjort spesielle forberedelser som følge av pandemien

Hvilke medier anser du som mest hensiktsmessig at kommunen bruker for å spre budskapet om egenberedskap best mulig? (flere kryss mulig)

- Informasjonsplakater
- Informasjonsfilm
- Brosjyrer i posten
- Sosiale medier
- Kommunens egen nettside
- Lokalavisen
- Annet (spesifiser)

Tusen takk for ditt bidrag!

Skjermbilde av Instagram- og Facebook Story med lenke til spørreundersøkelse



Er du forberedt
på «hytteliv»
hjemme i 72 timer...

...uten strøm, vann
og mobilnett?

JA

NEI

Sveip opp og svar på spørre-
undersøkelse om egenberedskap!

Frekvenstabeller fra spørreundersøkelse

Hvor sannsynlig tror du det er at det vil inntreffe en krise i Stavanger der vann, strøm og mobilnett forsvinner i 3 døgn?

	Respondenter	Prosent
Veldig sannsynlig	7	3,4%
Ganske sannsynlig	11	5,4%
Litt sannsynlig	76	37,1%
Ikke sannsynlig	100	48,8%
Usikker	11	5,4%
I alt	205	100,0%

Hvilke hendelser er du redd for at kan skje?
(flere kryss mulig)

	Respondenter	Prosent
Terrorangrep	80	40,0%
Ekstremvær og naturhendelser	103	51,5%
Pandemi	105	52,5%
Forsyningskrise (mangel på mat, drivstoff eller liknende)	57	28,5%
Langvarig strømbrudd over 24 timer	81	40,5%
Cyberangrep	77	38,5%
Atomulykke (som medfører radioaktivt nedfall i Norge)	51	25,5%
Ingen av de nevnte	20	10,0%
I alt	200	100,0%

Hvor forberedt er du/din husholdning på å klare dere selv hjemme i 3 døgn dersom strøm, vann og mobilnett forsvinner?

	Respondenter	Prosent
Godt forberedt	23	11,6%
Litt forberedt	80	40,2%
Ikke forberedt	96	48,2%
I alt	199	100,0%

Hvilke av disse tingene har du/dere i hus i tilfelle strøm, vann og mobilnett forsvinner?
(flere kryss mulig)

	Respondenter	Prosent
Tørrvarer/hermetikk	124	63,6%
Vann	52	26,7%
Lommelykt	145	74,4%
Fyrstikker	158	81,0%
Stearinlys	174	89,2%
Førstehjelpsutstyr	140	71,8%
Strømbank (powerbank)	89	45,6%
DAB-radio med ekstra batteri	40	20,5%
Ved eller gass til oppvarming	107	54,9%
Strømaggregat	4	2,1%
Solcellepanel	2	1,0%
Medisiner	128	65,6%
Primus/kokeappart	82	42,1%
Kontanter	59	30,3%
Ingen av disse tingene	9	4,6%
I alt	195	100,0%

Hvor ville du primært søke informasjon dersom det skulle oppstå en krisesituasjon?
(kun tre kryss mulig)

	Respondenter	Prosent
Stavanger kommune sin nettside	97	50,0%
Nettavis	90	46,4%
Radio	76	39,2%
Tv	79	40,7%
Sosiale medier	58	29,9%
Dialog med familie, venner, naboer m.m.	73	37,6%
Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap (dsb.no)	38	19,6%
Vet ikke	6	3,1%
Annet	7	3,6%
I alt	194	100,0%

Har du kjennskap til nettsiden til Stavanger kommune - www.Stavanger72.no - som gir informasjon om egenberedskap?

	Respondenter	Prosent
Ja	14	7,3%
Nei	167	86,5%
Vet ikke/husker ikke	12	6,2%
I alt	193	100,0%

Førte innholdet på nettsiden om egenberedskap til at du:
(flere kryss mulig)

	Respondenter	Prosent
Har blitt mer engstelig for at kriser eller hendelser kan inntreffe	2	14,3%
Fikk økt kunnskap om egenberedskap	8	57,1%
Vurderte/vurderer egenberedskap som viktigere enn før	11	78,6%
Har forberedt deg bedre til en krise ved å lage en egen "beredskapspakke" (vann, hermetikk, lommelykt osv.)?	7	50,0%
Ingenting av det overnevnte	0	0,0%
Annet (spesifiser)	1	7,1%
I alt	14	100,0%

Har du sett Stavanger kommune/Stavanger72 sin reklamefilm om egenberedskap?

	Respondenter	Prosent
Ja	11	5,7%
Nei	171	89,1%
Vet ikke/husker ikke	10	5,2%
I alt	192	100,0%

Førte reklamefilmen til at du
(flere kryss mulig)

	Respondenter	Prosent
Har blitt mer engstelig for at kriser eller hendelser kan inntreffe	0	0,0%
Fikk økt kunnskap om egenberedskap	6	60,0%
Vurderte/vurderer egenberedskap som viktigere enn før	8	80,0%
Har forberedt deg bedre til en krise ved å lage en egen "beredskapspakke" (vann, hermetikk, lommelykt osv.)	5	50,0%
Ingen av de overnevnte	0	0,0%
Annet (spesifiser)	1	10,0%
I alt	10	100,0%

Har du hørt/lest om egenberedskap gjennom andre kanaler?
(flere kryss mulig)

	Respondenter	Prosent
www.sikkerhverdag.no	13	6,9%
Direktoratet for samfunnsikkerhet og beredskap (DSB)	36	19,0%
Radio	14	7,4%
Tv	43	22,8%
Avis/Nettavis	44	23,3%
Podcast	9	4,8%
Sosiale medier (Facebook, Instagram, Youtube, Twitter etc.)	48	25,4%
Samtale med venner, familie eller kolleger	55	29,1%
Ikke hørt om egenberedskap	61	32,3%
Annet	12	6,3%
I alt	189	100,0%

Anser du Stavanger kommune som en nøytral og troverdig kilde til informasjon om egenberedskap?

	Respondenter	Prosent
Ja	158	84,0%
Nei	9	4,8%
Vet ikke	21	11,2%
I alt	188	100,0%

Har koronapandemien medført at du ser på egenberedskap som viktigere enn tidligere?

	Respondenter	Prosent
Ja	125	66,5%
Nei	52	27,7%
Vet ikke	11	5,9%
I alt	188	100,0%

Har koronapandemien medført at du har gjort noen forberedelser i tilfelle en ny krise skulle oppstå?

	Respondenter	Prosent
Jeg er bedre forberedt til en krise nå	48	25,8%
Har ikke gjort spesielle forberedelser som følge av pandemien	138	74,2%
I alt	186	100,0%

Hvilke medier anser du som mest hensiktsmessig at kommunen bruker for å spre budskapet om egenberedskap best mulig?
(flere kryss mulig)

	Respondenter	Prosent
Informasjonsplakater i byen	62	33,9%
Informasjonsfilm	48	26,2%
Brosjyrer	29	15,8%
Sosiale medier	151	82,5%
Kommunens egen nettside	125	68,3%
Lokalavisen	109	59,6%
Annet (spesifiser)	12	6,6%
I alt	183	100,0%

Hvilken kommunedel i Stavanger bor du i?

	Respondenter	Prosent
Eiganes og Våland	38	20,9%
Storhaug	17	9,3%
Hundvåg	12	6,6%
Hillevåg	29	15,9%
Madla og Kvernevik	25	13,7%
Hinna	26	14,3%
Tasta	16	8,8%
Rennesøy	2	1,1%
Finnøy	2	1,1%
Ingen av disse	15	8,2%
I alt	182	100,0%

Hva er din alder?

	Respondenter	Prosent
Under 18	3	1,7%
18-30	61	33,9%
31-40	50	27,8%
41-50	26	14,4%
51-60	26	14,4%
61-70	9	5,0%
70 +	5	2,8%
I alt	180	100,0%

Hvilket kjønn er du?

	Respondenter	Prosent
Mann	53	29,4%
Kvinne	127	70,6%
I alt	180	100,0%

Hva er din bosituasjon?

	Respondenter	Prosent
Bor alene	36	20,0%
Gift/samboer/enslig med barn	90	50,0%
Gift/samboer uten barn	37	20,6%
Kollektiv	7	3,9%
Annet	10	5,6%
I alt	180	100,0%

Hva er din utdanning?

	Respondenter	Prosent
Grunnskole	7	3,9%
Videregående skole	26	14,4%
Universitet/høgskole	145	80,6%
Ønsker ikke å oppgi	2	1,1%
I alt	180	100,0%