



Krisekommunikasjon: Klarer vi å bryte myter?

Prof. Nina Veflen



Hvem er jeg og hva skal jeg snakke om?

- Professor i markedsføring på BI
- Leder et Europeisk forskningsprosjekt på risikokommunikasjon (Safeconsume)
 - Vi har samlet inn mange myter om mat, og forsker nå på hvordan vi kan korrigere disse mytene.
- Dette er hva jeg skal snakke om i dag: Myter og mytebryting

Hva er en myte?



- 1.a traditional story **explaining a natural or social phenomenon**, and typically involving supernatural beings or events.
- 2. a **widely held but false belief**.

Mattrygghetsmyter: Hva tror folk på?



*Mat som faller på gulvet og blir plukket opp innen
5 sekunder er trygg å spise.*

Ja eller Nei?

Mat som lukter og smaker godt er OK å spise.

Ja eller Nei?

Litt alkohol er bra for å unngå matforgiftning.

Ja eller Nei?

Hvor mange tror på dette?

- Mat som faller på gulvet og blir plukket opp innen 5 sekunder er trygg å spise
- Mat som lukter og smaker godt er OK å spise.
- Litt alkohol er bra for å unngå matforgiftning

UK	DE	Norge	Total
35 %	30 %	30 %	32 %
52 %	55 %	74 %	60 %
25 %	16 %	29 %	23 %



Shopping



Storing



Hygiene



Preparation/cooking



Serving



Storing



Utgjør disse mytene en trussel?

- Bør vi informere om hva som er sant?
- Hvordan?
- Vil dette endre deres adferd



Ja! Mytene utgjør en trussel.

*Det er en sammenheng mellom hva folk tror på og
hva de gjør!*

Mattrygghetssituasjonen i Europa

- 23 millioner tilfeller av måtbåren sykdom og 5000 døde rapporteres vært år i Europa (WHO 2017)
- 30-40% av disse skyldes dårlig mathåndtering hjemme.

Hjelper det å informere?

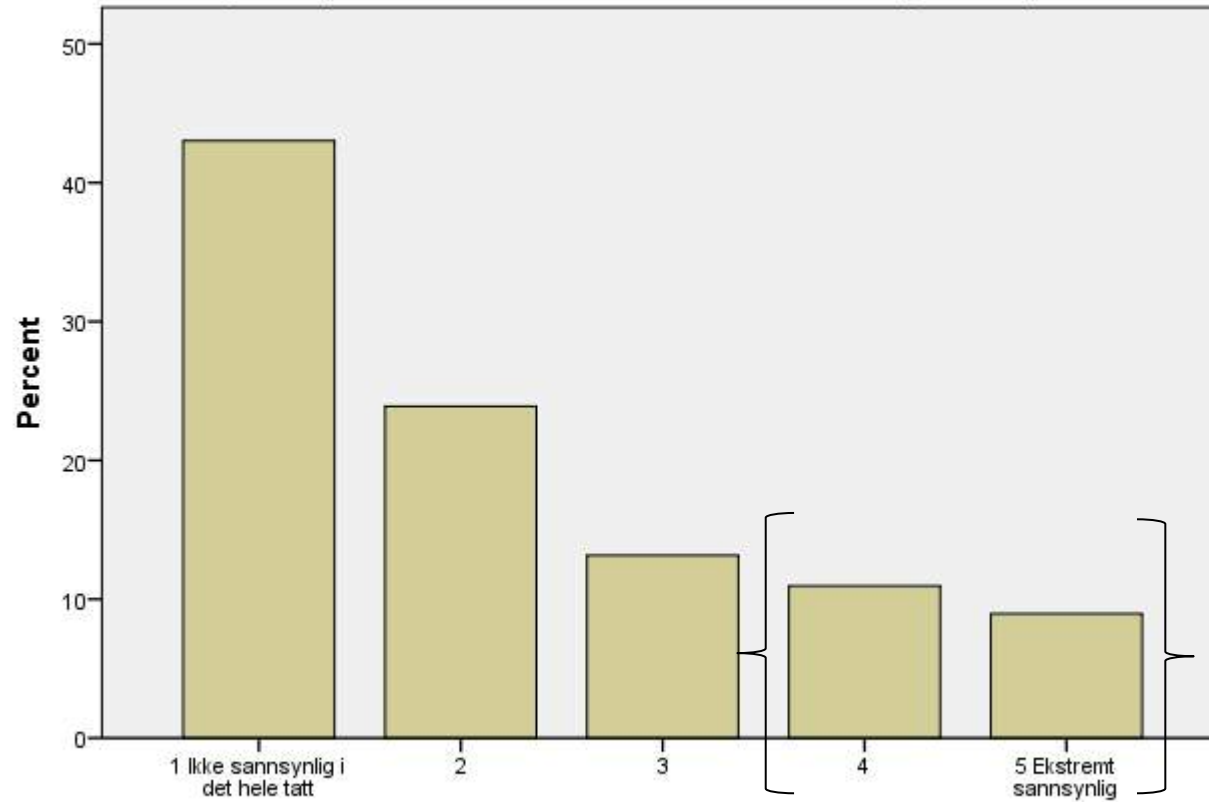
TJA



Vil du spise en hamburger som er rosa i midten?

Rosa hamburger

Rosa, ikke gjennomstekt hamburger (Hvor sannsynlig er det at du vil spise følgende produkter dersom du får dem servert hjemme?)



Rosa, ikke gjennomstekt hamburger (Hvor sannsynlig er det at du vil spise følgende produkter dersom du får dem servert hjemme?)

20% vil svært sannsynlig spise



Alex Donley
Chicago, IL
1987 - 1993



Katie O'Connell
Kearney, NJ
1990 - 1992



Scott Hinkley
Saranac, MI
1990 - 1993



Lauren Rudolph
Carlsbad, CA
1986 - 1992

*E. coli 0157:H7
kills more than one
victim each day.*

WHO IS NEXT?



???? ???????
???????, ??
19__ - 19__

Hjemmelaget smoothie

Jeg forveller frosne/ rå bær kjøpt i butikken før bruk i kalde retter (som smoothie og kakepynt)



- 42% aldri
- 27% sjelden

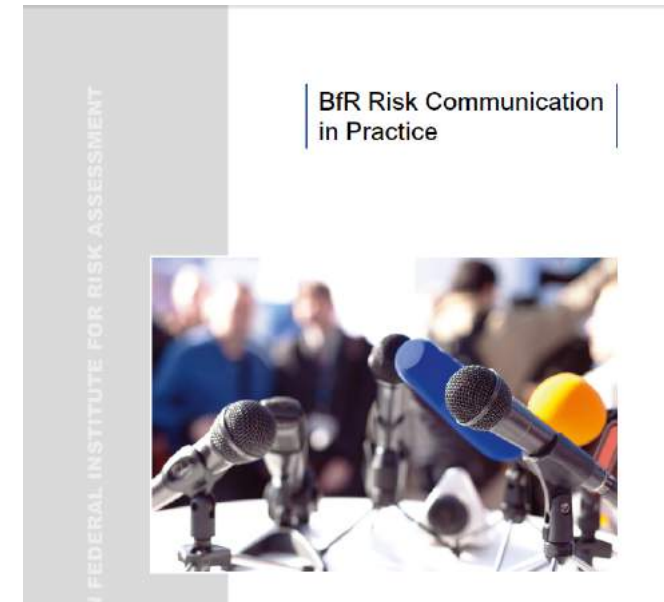
Resultat fra en metaanalyse om korrigering av feilinformasjon.

- Moderat, men positiv effekt på endring av holdninger.
- Vanskligere å endre feilinformasjon om politikk og markedsføring, enn om helse.
- Det har betydning hvordan vi korrigerer feilinformasjon
- Ikke lett å endre folks adferd

ABSTRACT

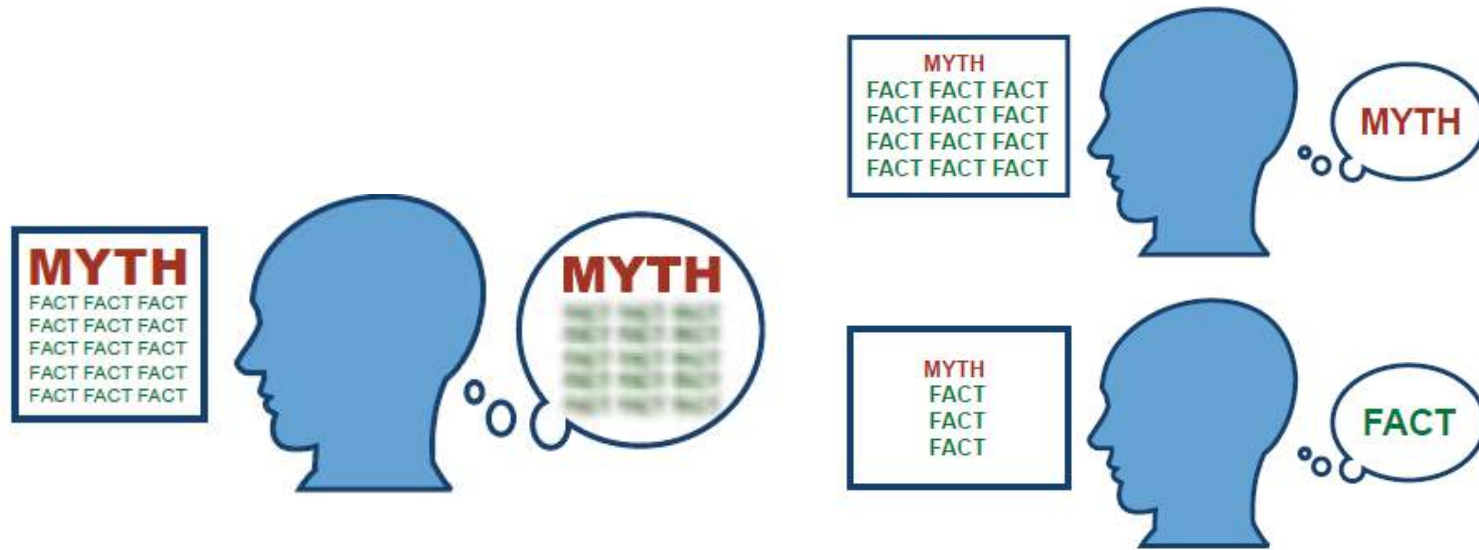
The study reports on a meta-analysis of attempts to correct misinformation ($k=65$). Results indicate that corrective messages have a moderate influence on belief in misinformation ($r=.35$); however, it is more difficult to correct for misinformation in the context of politics ($r=.15$) and marketing ($r=.18$) than health ($r=.27$). Correction of real-world misinformation is more challenging ($r=.14$), as opposed to constructed misinformation ($r=.48$). Rebuttals ($r=.38$) are more effective than forewarnings ($r=.16$), and appeals to coherence ($r=.55$) outperform fact-checking ($r=.25$), and appeals to credibility ($r=.14$).

Råd om risikokommunikasjon



Utfordringer med kommunikasjon for å bryte myter

“Debunking myths is **problematic**. Unless great care is taken, any effort to debunk misinformation can inadvertently **reinforce** the very myths one seeks to correct (Cook & Lewandowsky, 2011)”



For those who are strongly fixed in their views, encountering counter-arguments can cause them to strengthen their views.

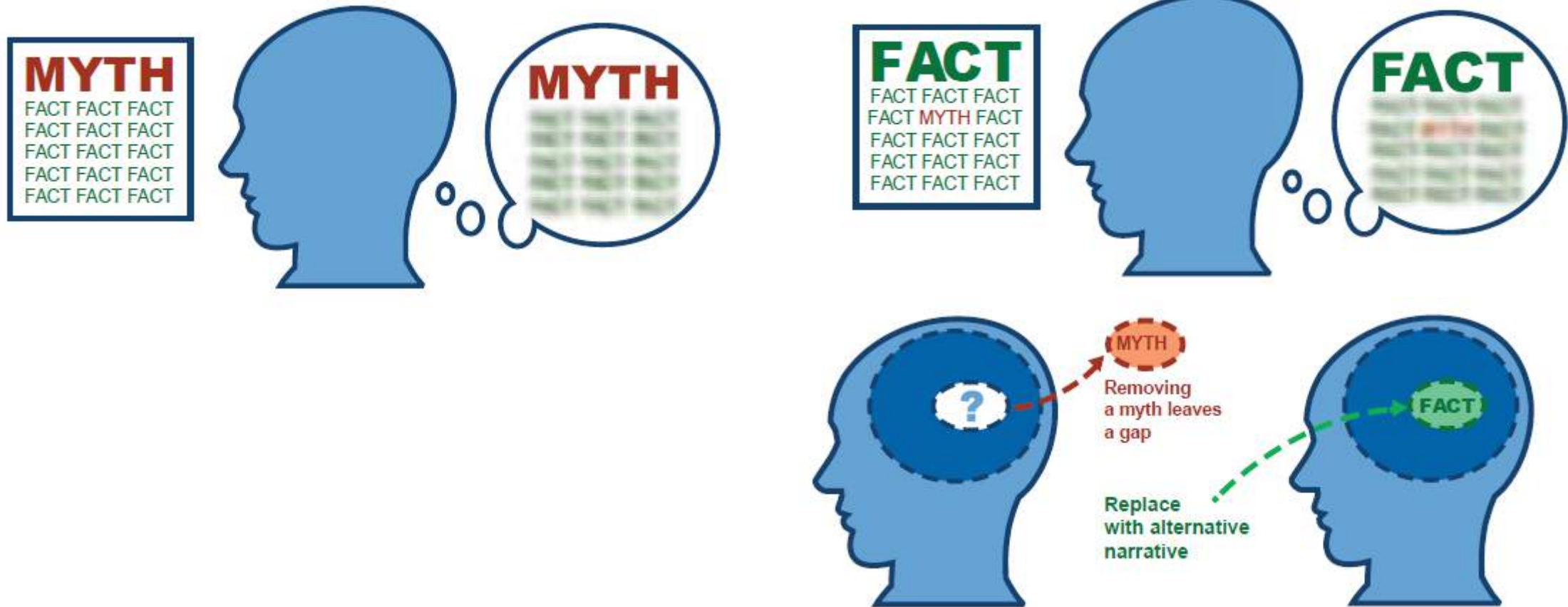
BI

Familiarity Backfire Effect

Overkill Backfire Effect

Worldview Backfire Effect

Hva skal vi gjøre?

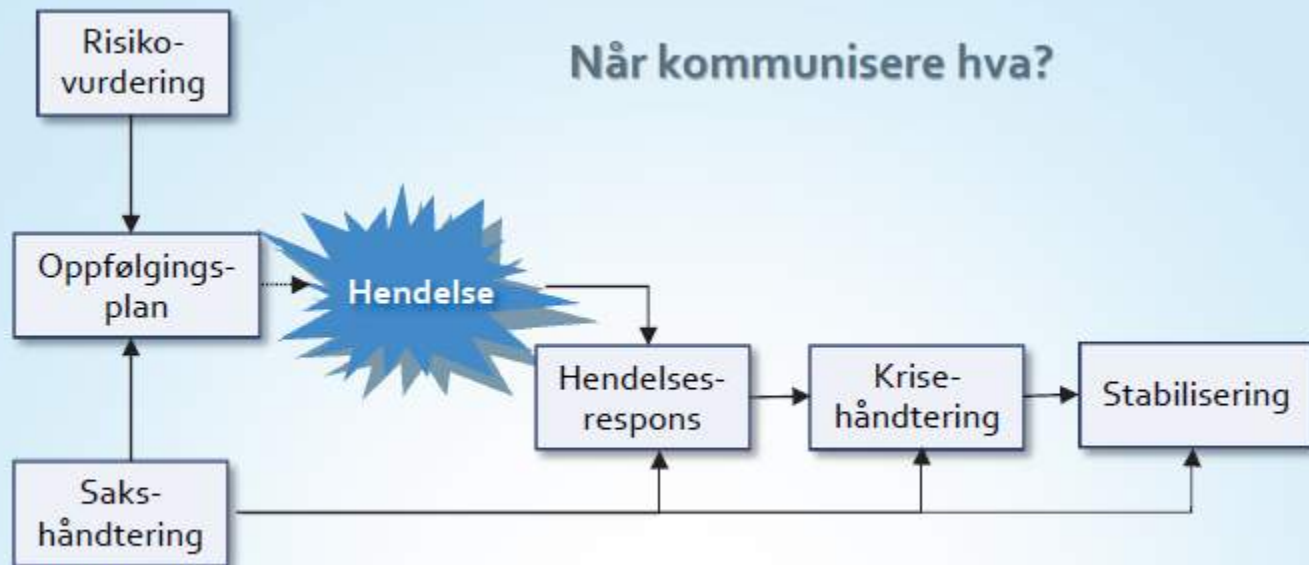


Cook, J., Lewandowsky, S. (2011), The Debunking Handbook.

St. Lucia, Australia: University of Queensland. November 5. ISBN 978-0-646-56812-6.
[<http://sks.to/debunk>]

Spørsmål og kommentarer?

Når kommunisere hva?



Hendelsesrespons (før utbruddet er sporet gjennom hele verdikjeden):

- Gi forbrukerne enkle regler for hvordan de kan eliminere fare og eksponering (f.eks. unngå matvarer som er typiske for utbrudd av patogene bakterier eller gjennomsteke)

Krisehåndtering (når utbruddet er sporet gjennom det meste av verdikjeden, men det fortsatt er mulighet for kontaminert materiale i omløp):

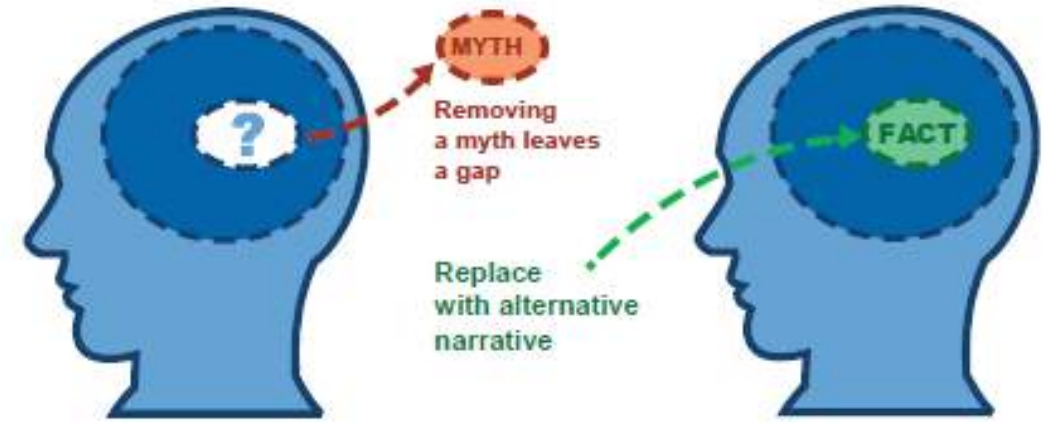
- Kommuniser klart at risikoen er redusert nå. Fortell eksplisitt hvilke produkter forbrukerne skal være ekstra forsiktige med. Indiker så klart som mulig hvilke produkter/merker, med hvilke varepartinummer, hvilke produksjons- og salgsdato, og fra hvilke dagligvare- eller serviceoperatører som må destrueres eller returneres

Stabilisering (når utbruddet har blitt sporet til kilden og alle kontaminerte varepartier er ute av sirkulasjon):

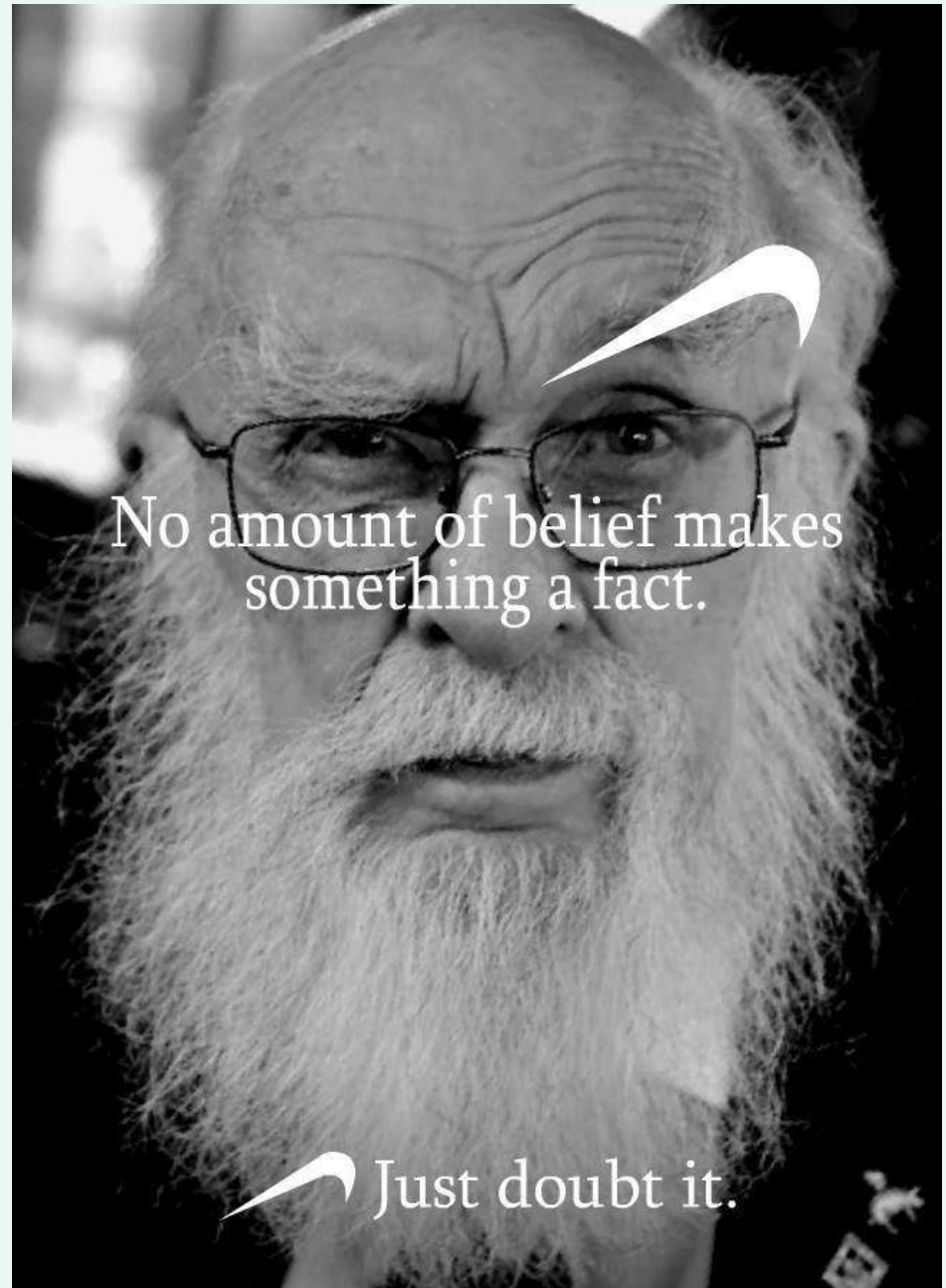
- Slå av alarmen. Si at utbruddet har blitt fullstendig sporet, at alle kontaminerte varepartier er eliminert, og at alt er "tilbake til det normale". Vær ærlig på kilden og spredningsveien. Presiser at problemet er håndtert

Kommunikasjonstips

- Spre budskapet
 - Når du dem du vil påvirke?
- Engasjer
 - Motiver
- Informer
 - Rett opp feilinformasjon



Takk for oppmerksomheten!



BI

BI

