

MEDIEANALYS LAVINPROGNOSE 2016

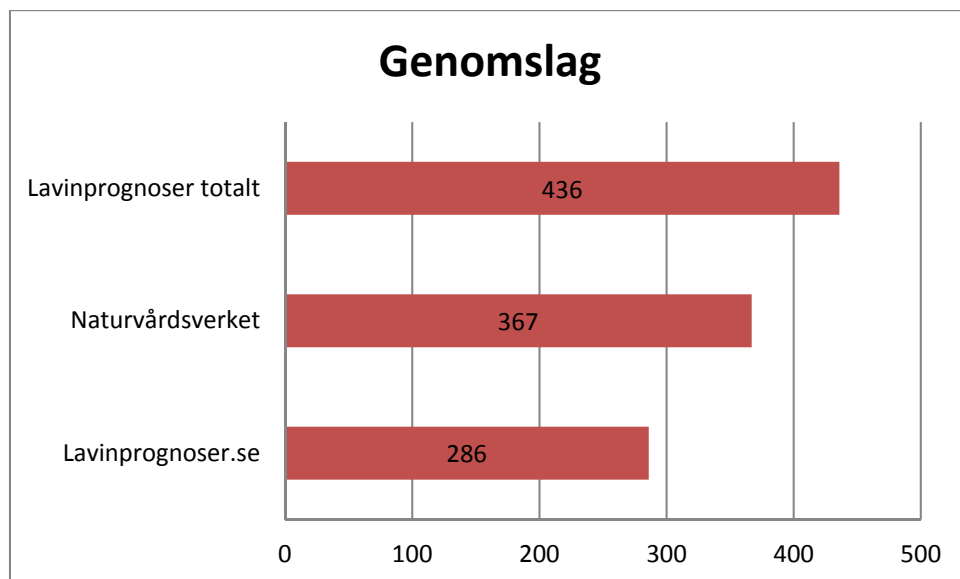
Denna medieanalys bygger på medieträffar efter sökningar på "lavinprognos", "lavinprognoser", "lavinprognoser.se", "Per-Olov Wikberg" och "Petter Palmgren".

Underlaget har hämtats ur Os och Rs mediedatabaser. I flera av träffarna förekommer flera av sökorden, dvs. lavinprognoser nämns tillsammans med Naturvårdsverket och/eller en eller flera talespersoner.

I några av fjällområdets regionalmedia, däribland Östersunds-Posten, finns en daglig kolumn som heter "Medan du sov". Där rapporteras den senaste lavinprognosen för området. Dessa klipp har inte tagits med i sammanställningen eftersom det är stående inslag. Tas de med ökar antalet träffar med ytterligare några hundra. Det bör dock påpekas att det är mycket positivt att lavinprognoser.se har fått denna plattform för kontinuerlig information via dessa kolumner.

Åtskilliga nyheter och aktuella lavininformation har även spridits genom sociala medier som Facebook och Twitter, genom ett stort antal vidareförmedlare. Dessa har inte heller räknats in i sammanställningen.

Under säsongen 2015/2016 har Naturvårdsverket skickat ut två pressmeddelanden och tre miljötips om lavinprognostjänsten. En webbplats på www.naturvardsverket.se har publicerats.



Figur 1: Genomsnitt i tre av sökorden.

Slutsatser

Det mediala intresset för lavinprognoserna har varit mycket stort. Under perioden november 2015 till mars 2016 har sammanlagt 436 medieklipp¹ (tryckta artiklar, webb-, radio- och TV-inslag) registrerats. I 367 av klippen nämns Naturvårdsverket. I 42 procent, eller 183 artiklar, förekommer Naturvårdsverket som huvudaktör. En mycket hög notering.

I 286 klipp refereras lavinprognoserna som en egen aktör, ett tecken på att lavinprognoserna snabbt har etablerat sig som en naturlig och trovärdig källa för lavininformation. I drygt hälften (66 procent) av klippen nämns hela namnet, dvs. "lavinprognoser.se" vilket får betecknas som en mycket hög andel.

Talespersoner och bilder

Företrädare för Naturvårdsverket förekommer i 158 artiklar. Per-Olov Wikberg, Naturvårdsverket, är den talesperson som oftast förekommer. I 149 klipp är han intervjuad, citerad eller nämnd. Uttalandena bidrar kraftigt till att öka Naturvårdsverkets synlighet och att sprida viktiga budskap. Per-Olov Wikberg är den flitigast förekommande talespersonen i all publicitet om lavinprognoser.

Bilder är vanligt förekommande i publiciteten. I 247 inslag eller 57 procent finns bilder. Bildförekomst ökar publicitetens läsvärde och läsarnas förmåga att ta till sig innehållet. I 21 inslag finns bild på företrädare från Naturvårdsverket. Bild på talesperson från Naturvårdsverket ökar kraftigt myndighetens synlighet.

Bara positiv eller neutral publicitet

35 procent av medieinslagen är positivt vinklade, en mycket hög notering. Ett inslag har bedömts som positivt när lavinprognostjänsten har beskrivits som något som länge saknats, och som kan öka säkerheten, nu är på plats. Resterande inslag, 65 procent, har bedömts som neutrala. Inget inslag har bedömts som negativt. Att bedömas som negativ skulle till exempel kunnat vara om lavinprognosen har ifrågasatts när det gäller tillförlitlighet eller nytta, att den skulle var svår att läsa eller förstå.

Publiciteten är i hög grad proaktiv

Medieinslagen har en mycket hög grad av proaktivitet. Sammanlagt är det 316 artiklar, 72 procent av inslagen, som direkt kan härledas till personliga kontakter, pressmeddelanden och medietips från Naturvårdsverket. Därutöver finns det många som kan antas göra det. Den proaktiva publiciteten när det gäller pressmeddelandena har i mångt och mycket ett identiskt innehåll, inklusive citat. En effekt av detta är dels att publiciteten innehåller en hög grad av talespersoner och dels att budskapen i Naturvårdsverkets kommunikation har slagit igenom i hög grad.

¹ Se Excel-bilaga med samtliga klipp.

Medietyp

Tre fjärdedelar av publiciteten förekommer i lokalpress. Sett till genomslag räknat på räckvidd, summan av alla presumtiva läsare/tittare/lyssnare, är förhållandet mellan lokal- och rikspress emellertid nästan utjämnat.

Publiciteten i Norrlandslänens press dominerar men den geografiska spridningen på publiciteten får ändå ses som god.

Lavinprognosernas första vinter måste betecknas som en stor framgång medialt och de uppfattas som en trovärdig och viktig källa. Media började också skriva om lavinprognosprogrammet redan under hösten 2015 trots att lavinprognoserna inte lanserades förrän 15 januari 2016.

Publicitet över tid

Publiciteten över tid följer naturligt högsäsongen i fjällen. Den 15 januari lanserades lavinprognostjänsten och denna händelse tillsammans med ett pressmeddelande bidrog till en pik i publicitet i januari. Att publiciteten varit fortsatt hög efter det kan ses som ett resultat av ytterligare kommunikationsinsatser från Naturvårdsverket och att kännedomen om prognostjänsten snabbt blivit hög. Det går också att utläsa av medieinslagen att tjänsten fått en hög acceptens och trovärdighet hos olika fjällaktörer. I diverse inslag om till exempel fjällsäkerhet och lavinhändelser hänvisar olika aktörer till lavinprognoserna². Inslag av det lite mer kuriosa slaget är när jobbet som lavinprognosskribent beskrivs i artiklar i Metro som handlar om ”jobb du inte visste fanns”³.

Media skrev också om lavinprognostjänsten redan innan lanseringen. Dessa inslag är ett resultat av personliga mediakontakter från Naturvårdsverket⁴.

² Några exempel:

<http://www.nsd.se/nyheter/kiruna/lavinprognoserna-gar-att-lita-pa-9863716.aspx>

<http://www.ltz.se/allmant/jamtland/kronika-det-tar-tid-att-bli-fjallvan>

<http://www.dalademokraten.se/dalarna/malung-salen/pojke-meddragen-i-snoskred-i-tandadalen>

<http://www.op.se/jamtland/are/sa-kor-du-sakert-pa-fjallet-barnen-ska-sitta-bakom-dig-pa-skotern>

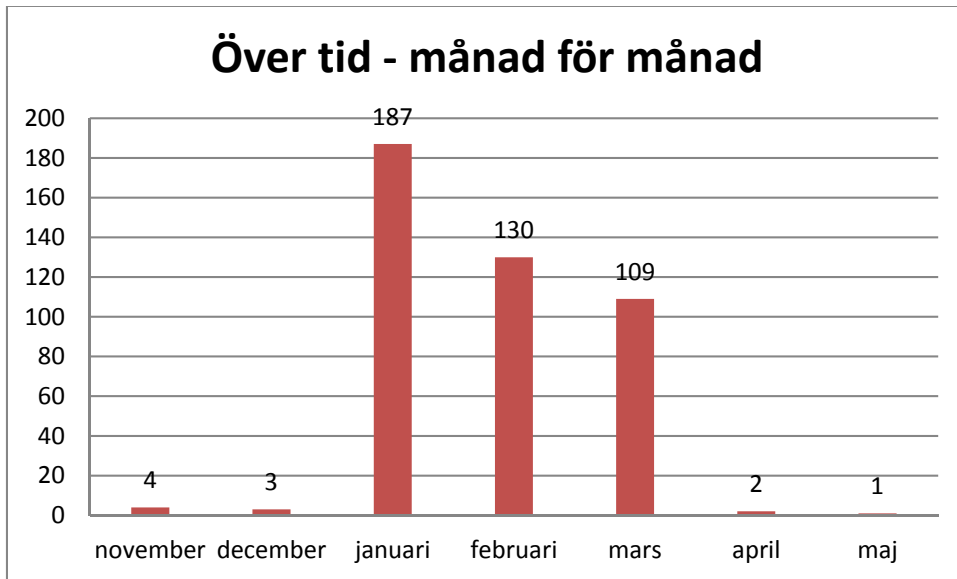
³ Metro, Göteborg, 2016-02-04, Metro, Skåne, 2016-02-04, Metro, Stockholm, 2016-02-04 och Metrojobb.se, 2016-02-05,

⁴ Tre exempel:

”Så ska prognoserna över laviner i Jämtland göras”, Länstidningen i Östersund, 2015-11-16

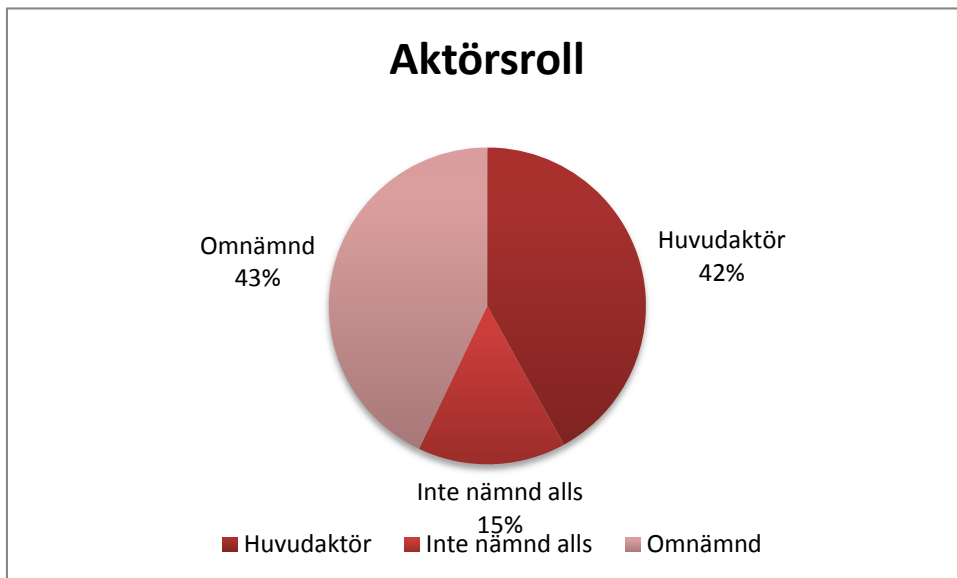
”Lavinprognoser från Östersund snart igång”, Sveriges Radio Jämtland, 2015-12-09

”Nu införs dagliga lavinprognoser”, Sveriges Radio, 2016-01-01,



Figur 2: Publicitet över tid.

Aktörsroll



Figur 3: Aktörsroll.

Naturvårdsverket är omnämnd i 85 procent av artiklarna och förekommer som huvudaktör i 42 procent. Jämfört med Naturvårdsverket som helhet, som under 2015 hade en andel på 31 procent, ger insatsen en hög exponering. Som huvudaktör dominerar Naturvårdsverket innehållet helt eller till största delen i 183 artiklar. I publiciteten som Naturvårdsverket är omnämnd i är det i huvudsak lavinprognostjänsten och vad prognosen visar som har största fokus och Naturvårdsverket nämns som den som står bakom lavinprognoserna. I den publicitet som Naturvårdsverket inte nämns i är det lavinprognoser och/eller lavinprognoser.se som beskrivs.

Varning för lavinfara i fjällen

■ **FJÄLLEN** Det råder betydande lavinfara i Åre, Storulvån, Bydalen, Hemavan och Tärnaby. Viss risk föreligger även i Abisko, Björkliden och Riksgränsen, enligt Naturvårdsverkets sajt lavinprognoser.se. Lavinfaran ökar då det samlas drevsnö vid sluttningar som ligger i lä. Alla som ska bege sig ut på skidor, med skoter eller på annat sätt för att njuta av fjällvärlden bör vara försiktiga och helt undvika den brantaste terrängen, enligt sajten. Bedöm snötäcket och terrängen noggrant. TT

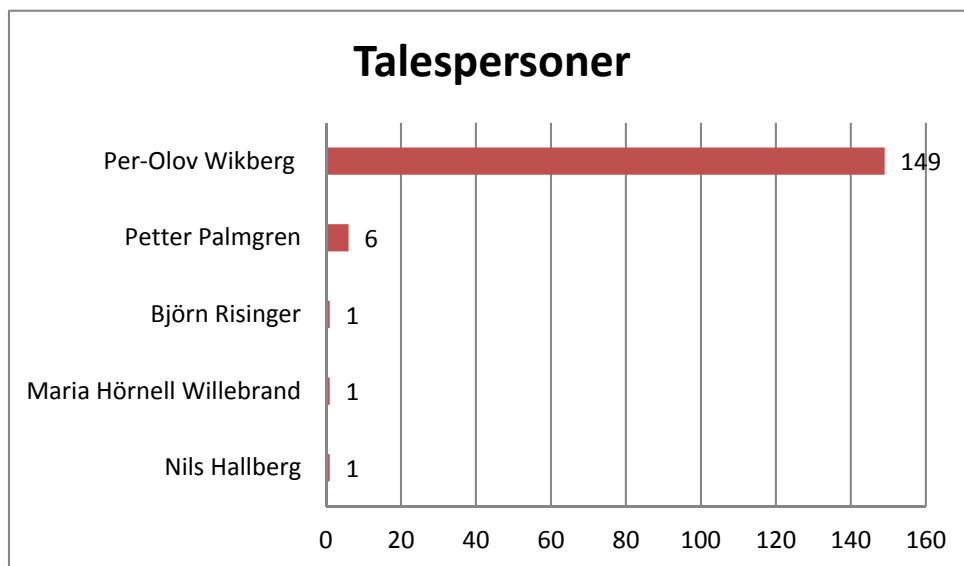


FOTO: NISSE SCHMIDT/ TT

Bild 1: Exempel på ett typiskt inslag i vilken Naturvårdsverket är omnämnd.

Talespersoner, Naturvårdsverket

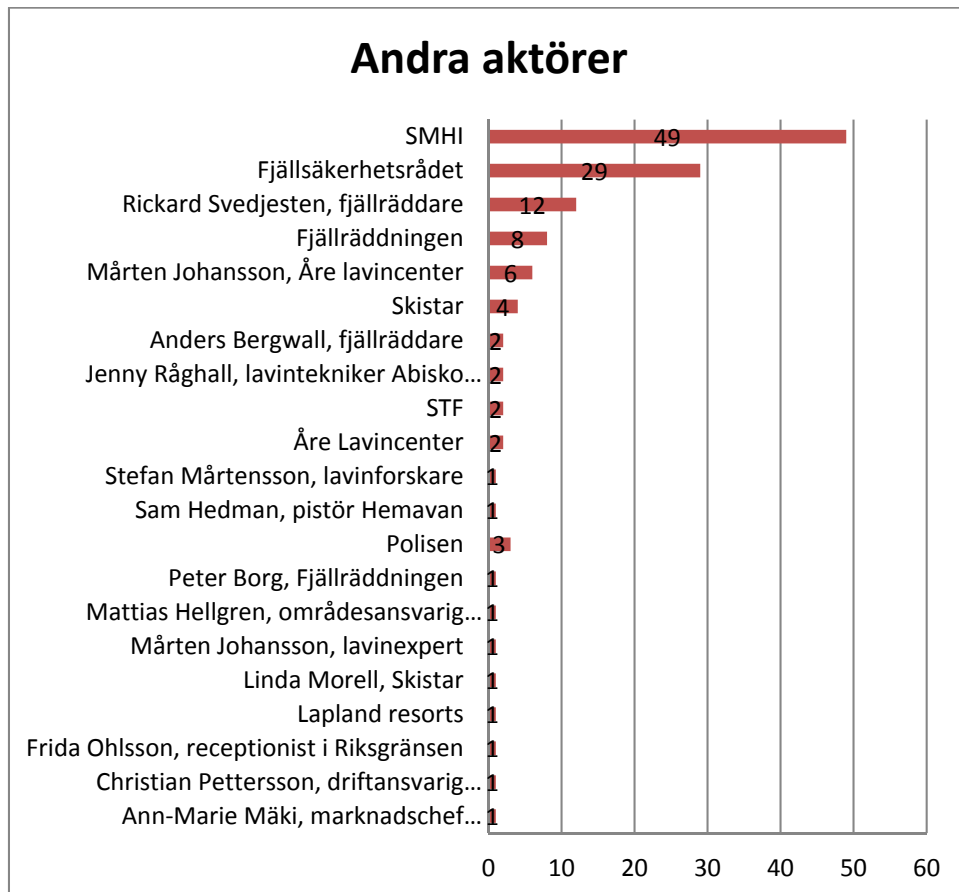
Företrädare för Naturvårdsverket förekommer i 158 artiklar. Detta innebär att företrädare för myndigheten antingen är intervjuad eller citerad i 86 procent av den publicitet som Naturvårdsverket är huvudaktör i. Citaten är i stor utsträckning hämtade från Naturvårdsverkets pressmeddelanden eller miljötips. Uttalandena bidrar kraftigt till att öka Naturvårdsverkets synlighet och att sprida viktiga budskap. Per-Olov Wikberg är den flitigast förekommande talespersonen från Naturvårdsverket.



Figur 4: Företrädare från Naturvårdsverket i publiciteten.

Andra aktörer

SMHI och Fjällsäkerhetsrådet är de aktörer som efter Naturvårdsverket nämns eller citeras i publiciteten. Andra aktörer och personer är ofta personer från organisationer vilka ingår i Fjällsäkerhetsrådet eller som representerar företag som Naturvårdsverket använt som konsulter för att arbeta med bl.a. observationer inom lavinprognosprogrammet.

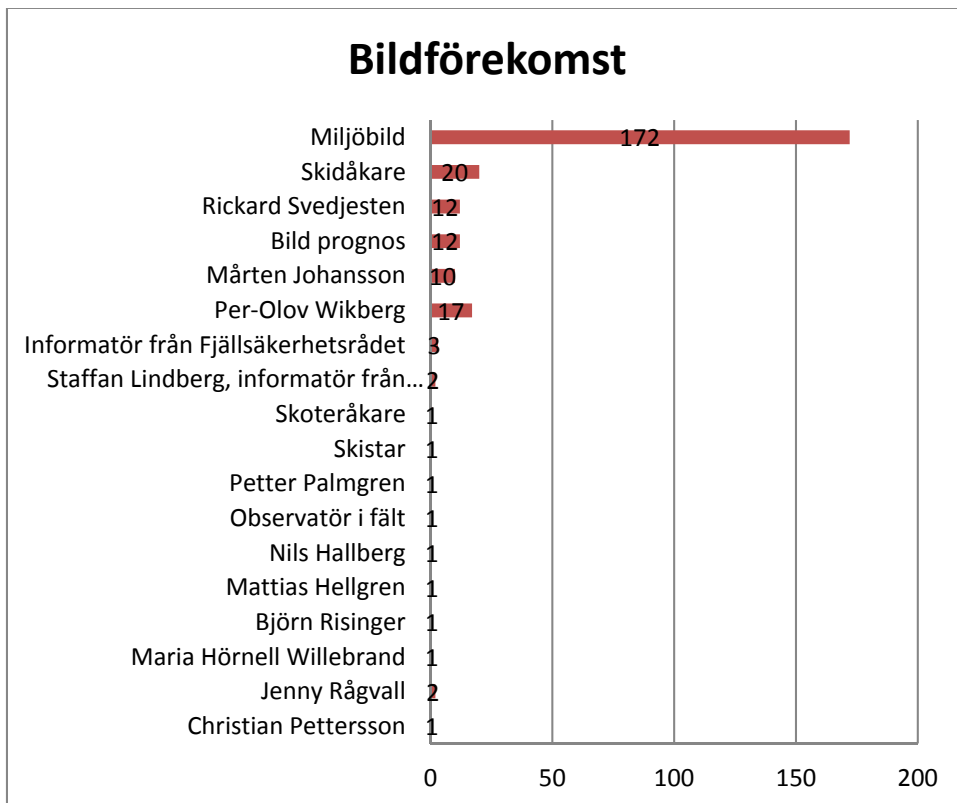


Figur 5: Andra företrädare i publiciteten.

Bildförekomst

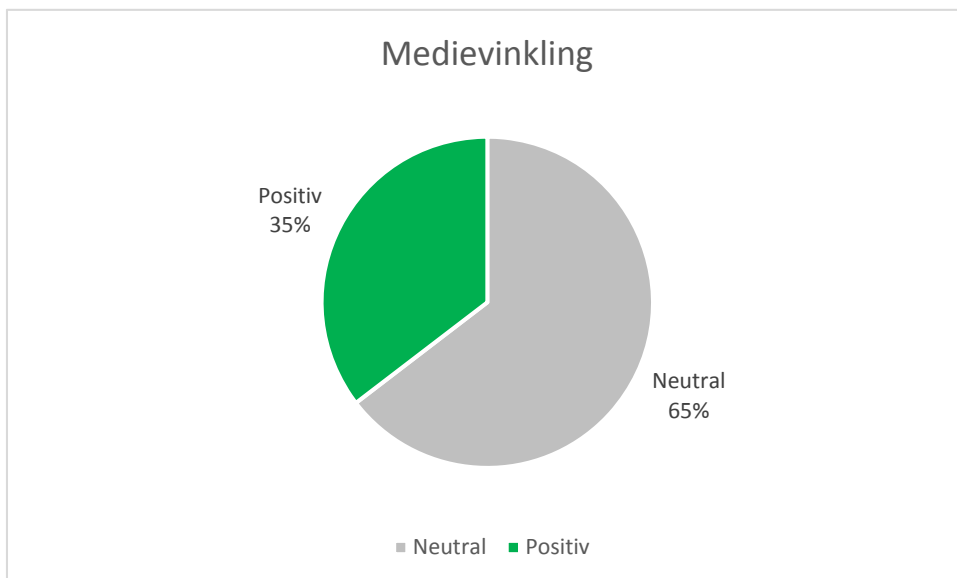
Bilder är vanligt förekommande i publiciteten. I 247 inslag eller 57 procent finns bilder. Ett resultat som visar på att redaktionerna visat starkt intresse för att ge nyheterna stort utrymme.

Vanligast är en miljöbild från fjällen eller pisten. Förutom den bild som heter "Skidåkare" i figuren så är i stort sett samtliga av de andra bilderna initiativ från media i samband med intervju. Bildförekomst ökar publicitetens läsvärde och läsarnas förmåga att ta till sig innehållet. Bild på person ökar myndighetens eller aktörens synlighet kraftigt.



Figur 6: Bildförekomst i publiciteten.

Medievinkling – hur bemöts lavinprognostjänsten?



Figur 7: Medievinkling.

35 procent av medieinslagen är positivt vinklade, en mycket hög notering. Ett inslag har bedömts som positivt när lavinprognostjänsten har beskrivits som något som länge saknats och som kan öka säkerheten, nu är på plats. Exempel på bedömningsgrunder är formuleringar och ord som dessa:

”Ny lavinprognos välkomnas bland skidanläggningar”

”Ny lavinprognos ska rädda liv”

”Efterlängtad...”

”Julklapp i efterskott...”

”Var 4:e olycka är möjlig att förebygga med hjälp av lavinprognoser...”

”Lavinprognoserna går att lita på”

”Lavinprognos ger säkrare sportlov”

”Lavinprognoser ska öka fjällsäkerheten”

”I dag lanserar Naturvårdsverket en tjänst som kommer att vara till stor nytta för de skoteråkare som rör sig i den svenska fjällvärlden.”

Resterande inslag, 65 procent, har bedömts som neutrala. Inget inslag har bedömts som negativt. Att bedömas som negativt skulle till exempel kunna vara om lavinprognosen har ifrågasatts när det gäller tillförlitlighet eller nytta eller att den skulle vara svår att läsa eller förstå.

Efterlängtad premiär för lavinprognosen

ÖSTERSUND I fredags kom en julklapp i efterskott till fjällfolket. Naturvårdsverket levererade nämligen sin första lavinprognos, som förhoppningsvis innebär att tusentals människor i landet får en tryggare fjällvistelse.

Det var regeringen som gav Naturvårdsverket i uppdrag att leverera dagliga lavinprognoser, eftersom det varit en bristvara i stora delar av den svenska fjällkedjan.

I fredags tryckte projektledaren Per-Olov Wikberg och det övriga teamet på Naturvårdsverket i Östersund på den gröna knappen, vilket innebar att den första prognosen fanns att tillgå vid klockan 17 på eftermiddagen.

Först ut i satsningen är Åre, Storulvån och Bydalen i Jämtland, området norr och söder om Hemavan i

Västerbotten, samt Abisko, Björkliden och Riksgränsen i Norrbotten. Inom några år kommer troligtvis fler områden omfattas i rapporterna, till exempel södra Jämtland och Härjedalsfjällen.

Allt sker med hjälp av expertis ute på fältet, som rapporterar in sina observationer till Naturvårdsverket. Tanken är också att allmänheten ska kunna hjälpa till att maximera bedömningsunderlaget.

- Vi har inget färdigt rapportssystem ännu, men i väntan på det kan folk ringa och mejla till oss om observationer, och så småningom kommer vi att starta en facebook-sida. Självklart vill vi engagera allmänheten i det här arbetet, säger Per-Olov Wikberg.

Prognosen ger en bedömning av lavinfaran tre dagar framåt, med eventuell uppdatering morgonen efter om

väderförhållandena skulle ha ändrats dramatiskt under natten. Lavinprognoserna vänder sig i första hand till människor som rör sig utanför de pistade områdena, till exempel turåkare och skoteråkare. Beslötaren erbjuds också en närmare beskrivning av den aktuella lavinfaran, och inte vara en siffra. Nu kommer prognosen att presentera vad som är orsaken till lavinfaran, var den finns och även ge tips till hur den enklast kan undvikas.

Hur många tror ni ska beställa lavinprognosen?

- Det har varit många nyfikna, och 10 000 besökare är väl rimligt en bra dag inför exempelvis sportlovet, säger Per-Olov Wikberg.

TVå till tre svenskar dör i lavinolyckor varje år, i Sverige och utomlands.

Anders Lundin

032 45 66 41
andres.lundin@nrm.se



Projektledaren Per-Olov Wikberg och det övriga teamet på Naturvårdsverket lanserade den dagliga lavinprognosen på fredagen. FOTO: ANDERS LUNDIN

LAVINPROGNOSE

Lavinprognoserna gäller för ett större område och berättar om hur lavinfaran kommer att utvecklas de närmaste dagarna. Förutom att ge en siffra på lavinfaran bedömer de även var i terrängen de farligaste platserna finns och vilken typ av lavin som är det stora problemet för tillfället. De ger också råd om hur man kan vistas

i bergen utan att utsätta sig för onödiga risker.

Syftet med prognoserna är att hjälpa människor att ta välgrundade och vettiga beslut och undvika onödiga faror. Lavinerna beskrivs ofta som oberäknliga och snickfulla. Det är samt till en viss del, för det är svårt att säkert säga exakt var och när det

kommer att gå laviner. Däremot kommer laviner nästan aldrig som en total överraskning för dem som följer snötäckets och arbetar yrkesmässigt. Det är oftast möjligt peka ut var och när faran är som störst.

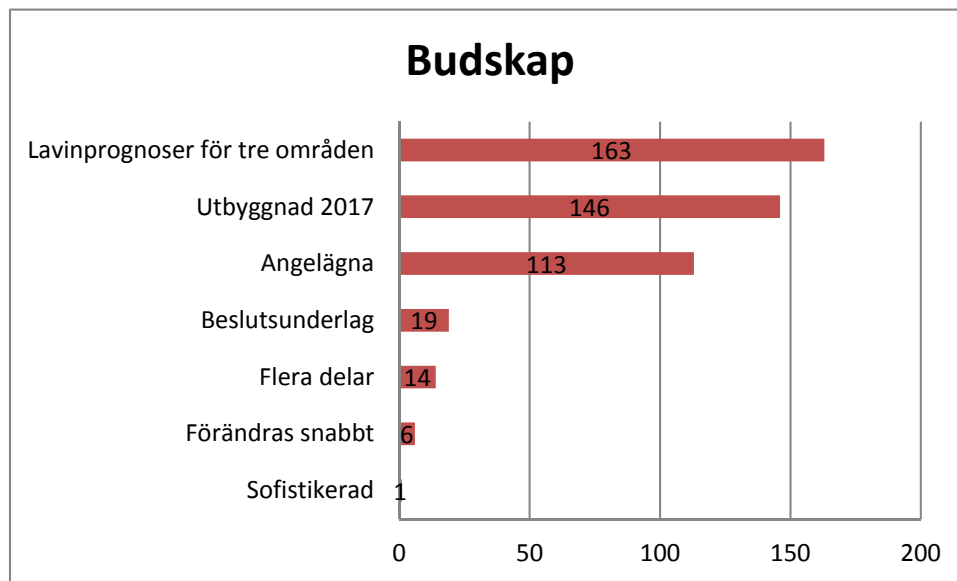
På regeringens uppdrag kommer Naturvårdsverket att etablera lavinprognoser för svenska fjällen under vintern 2015/2016. I

vinter kommer man att kunna läsa utförliga lavinprognoser för Riksgränsfjällen/Abisko/Kebnekaise, Hemavan samt Åre/Snasahögarna/Bydalsfjällen. Lavinprognoserna kommer att kunna nås på lavinprognoser.se

Källa: Naturvårdsverket

Bild 2: Exempel på artikel som har bedömts som positiv.

Budskap



Figur 9: Budskap.

Fem huvudbudskap finns i kommunikationsplanen för den nya lavinprognostjänsten, för säsongen 2015/2016. Att "Lavinprognoser är angelägna" är det budskap som återfinns i flest medieinslag. Det är också detta budskap som framförallt finns i de pressmeddelanden från Naturvårdsverket som utgjort basen för kommunikationen.

1. **Lavinprognoser är angelägna** – två till tre svenskar omkommer varje år i lavinolyckor, utomlands och i Sverige. Målsättningen är att prognoserna ska bidra till att minska olyckstalen.
2. **Viktiga beslutsunderlag** – lavinprognoser ska ses som ett beslutsunderlag för säkrare vägval. Prognoserna förhindrar inte laviner, men de kan bidra till klokare beslut.
3. **Sofistikerad information** – lavinprognoserna bygger på vetenskaplig grund, internationell vedertagen metodik samt lång praktisk erfarenhet från många bergsländer.
4. **Information i flera delar** – lavinprognoser berättar om hur den generella lavinfaran kommer att utvecklas i ett geografiskt område de kommande dagarna. Därefter beskrivs vad lavinfaran beror på (vilken typ av terräng, vilka väderstreck, sannolikhet och förväntad storlek på laviner) samt särskilt viktiga råd för säker färd.
5. **Lavinfara förändras snabbt** – en sluttning som ena dagen kan vara stabil och säker kan nästa dag utgöra en livsfara på grund av nederbörd, vind och temperaturförändringar. En aktuell lavinprognos utgör ett viktigt kunskapsunderlag för säkra vägval.

De budskap som fått störst genomslag är dock inte något av de fem huvudbudskapen från kommunikationsplanen, utan två andra budskap. Budskapen är emellertid planerade, ett resultat av Naturvårdsverkets kommunikation. De är återigen ett resultat av hög proaktivitet:

- **För vilka områden som lavinprognoserna görs**, nämligen Jämtland (Åre, Storulvån och Bydalen), Västerbotten (norr och söder om Hemavan) samt Norrbotten (Abisko, Björkliden och Riksgränsen). Detta är områden där många människor bedriver ett aktivt friluftsliv i brant terräng, på skidor och snöskoter.
- **Att lavinprognostjänsten stegvis ska byggas ut** och täcka fler områden är också ett ofta återkommande budskap.

Att endast ett av huvudbudskapen från kommunikationsplanen fått genomslag beror förmodligen dels på att dessa inte lyfts fram i så stor utsträckning i Naturvårdsverkets kommunikation och dels på budskapens grad av angelägenhet för media. I de fall de har lyfts fram har det framförallt varit i långa TV-inslag i fält, av utbildande karaktär. Flera inslag av det slaget finns, i vilka man mer ingående visar och berättar om hur det går till att göra en lavinprognos.

Proaktivt

Under säsongen 2015/2016 har Naturvårdsverket skickat ut två pressmeddelanden och tre miljötips om lavinprognostjänsten. En webbnöhet på www.naturvardsverket.se har publicerats.

Medieinslagen har en mycket hög grad av proaktivitet. Sammanlagt är det 316 artiklar, 72 procent av inslagen som direkt kan härledas till dessa insatser. Därutöver finns det många som kan antas göra det. Den proaktiva publicitetens närhet till pressmeddelandena har ett stort likalydande innehåll, inklusive citat (se ovan under talespersoner).

De tre miljötips som skickats ut har uteslutande handlat om att uppmärksamma fara för lavin. Miljötipset har resulterat i direkt citering av miljötipset eller citering av den prognos som gått att läsa på lavinprognoser.se.

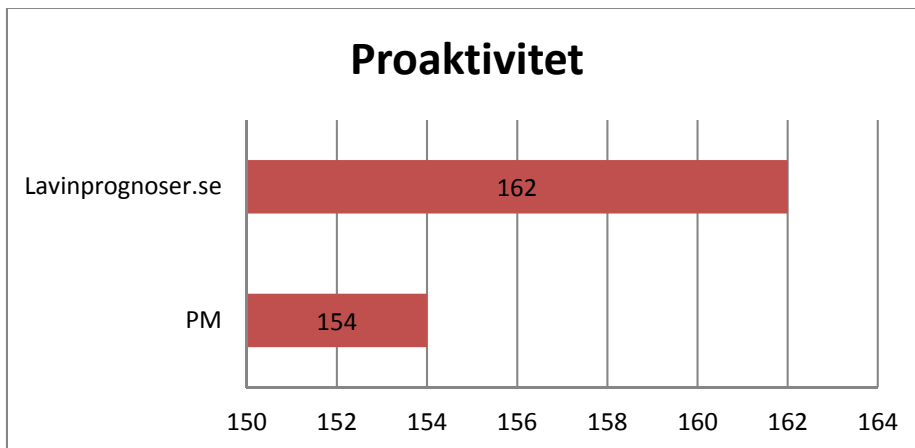
Personliga kontakter med media har också tagits och dessa har framförallt resulterat i flera TV-inslag. Bland annat långt inslag i Gomorron Sverige i SVT i vilket Per-Olov Wikberg medverkade⁵.

⁵ Tre exempel:

<http://www.svtplay.se/klipp/6905143/laviner>

<http://www.svtplay.se/klipp/6011265/muohtamahttu-lea-deatalas-riddovaruhus-dieduide>

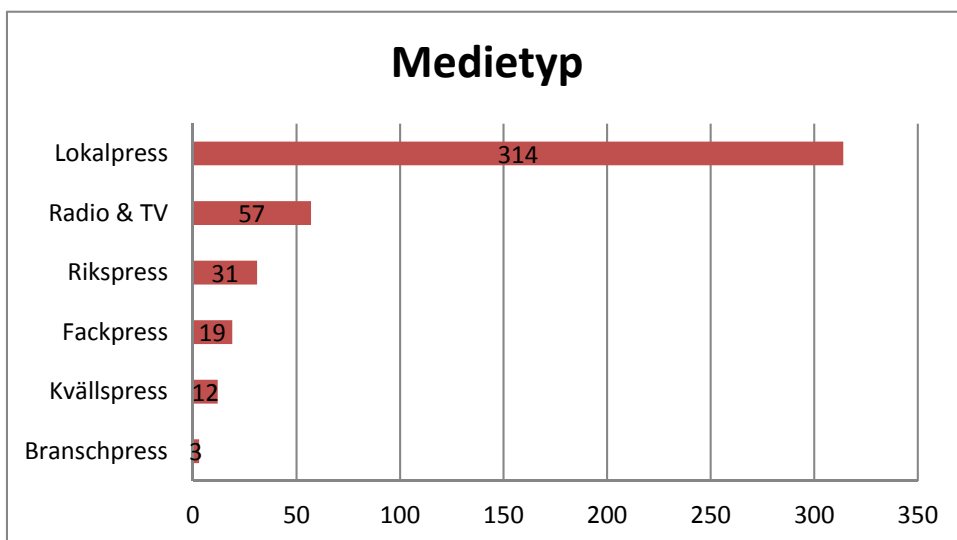
<http://www.svtplay.se/klipp/6697731/har-lar-de-sig-om-laviner-och-skidsakerhet>



Figur 10: Proaktivitet.

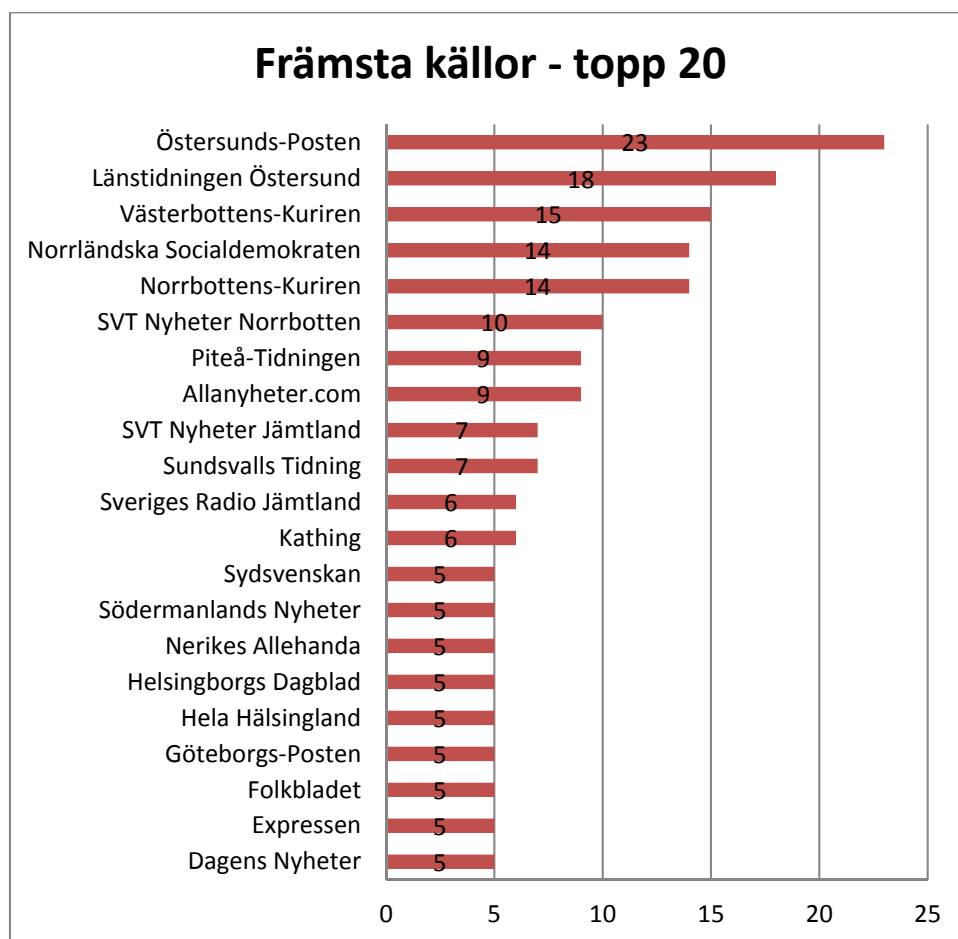
Medietyp

Tre fjärdedelar av publiciteten förekommer i lokalpress. Trots betydligt lägre andel får ändå genomslaget riksmidier ses relativt högt. Sett till genomslag räknat på räckvidd, summan av alla presumtiva läsare/tittare/lyssnare, är förhållandet mellan lokal- och rikspress nästan utjämnat.



Figur 11: Medietyp.

Främsta källorna och geografisk spridning



Figur 12: Främsta källorna – 20 i topp.

Främsta källorna

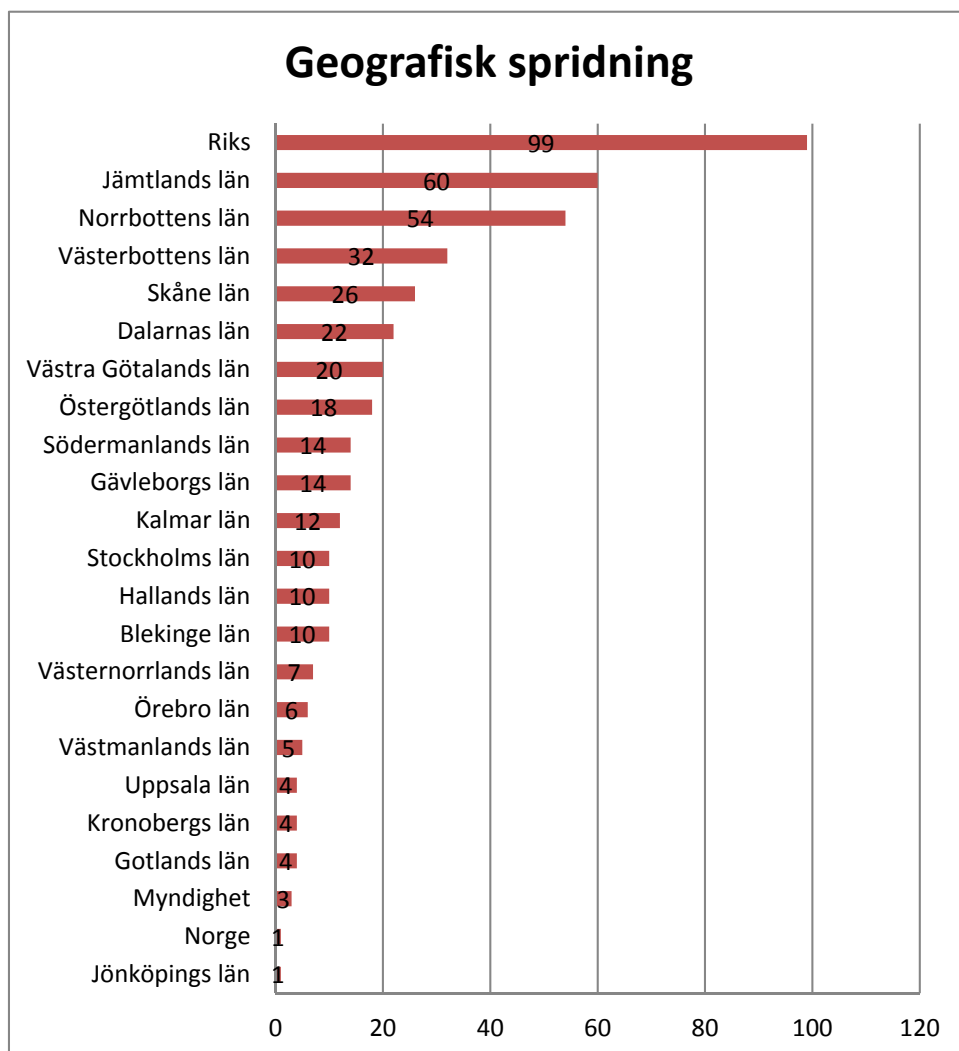
De främsta källorna återfinns i fyra norrlandslän (figur 12 och 13):

- Östersunds-Posten, Länstidningen Östersund, SVT Nyheter Jämtland och Sveriges Radio Jämtland (Jämtland),
- Norrbottens-Kuriren, Norrländska Socialdemokraten, Piteå-Tidningen och SVT Nyheter Norrbotten (Norrbotten),
- Västerbottens-Kuriren (Västerbotten) samt
- Sundsvalls Tidning (Västernorrland).

Den höga publiciteten i dessa län är naturlig. Lavinprognoserna har för säsongen 2016 gjorts för områden i tre av länen: Jämtland (Åre, Storulvån och Bydalen), Västerbotten (norr och söder om Hemavan) samt Norrbotten (Abisko, Björkliden och Riksgränsen). Dessutom produceras lavinprognoserna i Östersund.

Sydsvenskan tillsammans med Helsingborgs Dagblad ger tidningstäta Skånemedier en relativt hög notering, högre än Dalarna som annars är ett stort och frekvent skid-län.

Jönköping län får som vanligt en låt notering på grund av relativt få papperstidningar och låg digital medieutveckling, dvs. få tidningar som förekommer online.



Figur 13: Geografisk spridning länsvis.