

# Osmo Wiio:s lagar

- **Kommunikation misslyckas oftast - utom någon enstaka gång då det kan betraktas som en ren tillfällighet.**
- **Om kommunikationen kan misslyckas - så misslyckas den.**
- **Om kommunikationen inte kan misslyckas - så kommer den förmodligen att misslyckas i alla fall.**
- **Om kommunikationen verkar lyckas på önskat sätt - så måste den ha lyckats på ett sätt som inte var tänkt.**
- **Om du själv är belåten med ditt budskap - så misslyckas din kommunikation med säkerhet.**



# Osmo Wiio:s lagar forts.

- Om ett meddelande kan tolkas på olika sätt, kommer det att tolkas på det sätt som gör mest skada.
- Det finns alltid någon som vet bättre än du själv, vad du menade med ditt budskap.
- Ju mer kommunikation desto svårare för kommunikatören att lyckas.
- Ju mer kommunikation som uppstår desto fler missförstånd kommer att inträffa.



# Budskapskedjan

- **Varför-budskap**
- **Vad-budskap**
- **Konsekvensbudskap**
- **Hur-budskap**

**Forskning visar att när alla fyra delarna finns med så ökar genomslagskraften drastiskt**



# Några regler för budskapsformulering

- **Försök vara enkel, begriplig och konkret. Använd exempel som mottagarna kan förstå.**
- **Rensa bland budskapen. Ett eller två huvudbudskap.**
- **Se till att alla delbudskap hänger samman med huvudbudskapen och med varandra.**
- **Begär inte för mycket av mottagarna. Det skall kännas möjligt att följa budskapet.**
- **Tala om för mottagaren att han/hon kan göra det som begärs.**



# Involveringsnivå

## Hög involvering

Cykla alltid

Testa att cykla när det blåser och regnar en gång

Cykla när solen skiner och det är medvind

Testa att cykla en gång när det är sol och medvind

## Låg involvering



# Val av medier

Räckvidd

Selektivitet

Interaktivitet

Uppmärksamhet

Verkningsgrad

Återframkallningsmöjlighet

Kontaktkostnad



# Kommunikativa framgångsfaktorer

- Använd flera olika typer av medier
- Kombinera masskommunikation med interpersonell kommunikation
- Repetera enkla budskap
- Förespråka det positiva med en beteendeförändring snarare än det negativa med ett felaktigt beteende



# Framgångsfaktorer forts.

- Engagera s.k. Nyckelpersoner/grupper i arbetet
- Använd formativa utvärderingstekniker
- Ha mätbara mål som uttrycks i form av beteendeförändringar hos målgruppen





# Mer framgångsfaktorer

- Vänd dig till personer som har ett starkt interpersonellt inflytande på målgruppen
- Använd dig av nyhetsmedier för att öka synligheten
- Inse politikernas och andra makthavares roll i arbetet och engagera dem
- Poängtera på fördelar som målgruppen kan vinna på det önskvärda beteendet
- Fokusera på omedelbara och sannolika konsekvenser av ett nytt beteende

