



# Risicoperceptie en -communicatie

Tjabe Smid

KLM arbo services

VU medisch centrum



# Inhoud



- I Belang van risicocommunicatie
- II Risicoperceptie
- III Rollen en context
- IV Risicocommunicatie



# I. Belang van risicocommunicatie

- Productiviteitseisen hoger -> conflict met veiligheid
- Meer persoonlijke verantwoordelijkheid
- Minder blootstelling (?)
  - - > relatief meer stress en zorg



## II. Risicoperceptie

- Experts en publiek verschillen in hun beleving van risico's
- Experts evalueren kwantitatief
- Leken (=werknemers) evalueren meer intuïtief
- Maar niet at random!



# Intuïtie 'overschat' risico als

1. Gevolgen groter zijn (vooral catastrofaal)
2. Gevolgen onherstelbaar zijn
3. Gevolgen later optreden
4. Gevolgen onbekend zijn
5. Eerdere calamiteiten zijn gebeurd
6. Sensorische waarneembaarheid slecht is
7. Het risico 'man made' is
8. De intentie schadelijk is
9. Er minder voordelen zijn
10. Risico en baten ongelijk verdeeld zijn
11. Blootstelling onvrijwillig is
12. Er minder persoonlijke controle is
13. Experts elkaar tegenspreken
14. Er minder vertrouwen is in verantwoordelijken
15. Er meer maatschappelijke/media aandacht is



## 1,2 Gevolgen groter en onherstelbaar

- Bus vs auto-ongeluk
- Vinger vs gebroken been
- Grote gevolgen hebben ook meer psychische impact



## 3. Verlate gevolgen

- Meer angst voor lange termijn effecten (kanker!)
- Alleen in ons westen?
  - Cultuur
  - Of behoeftenhiërarchie



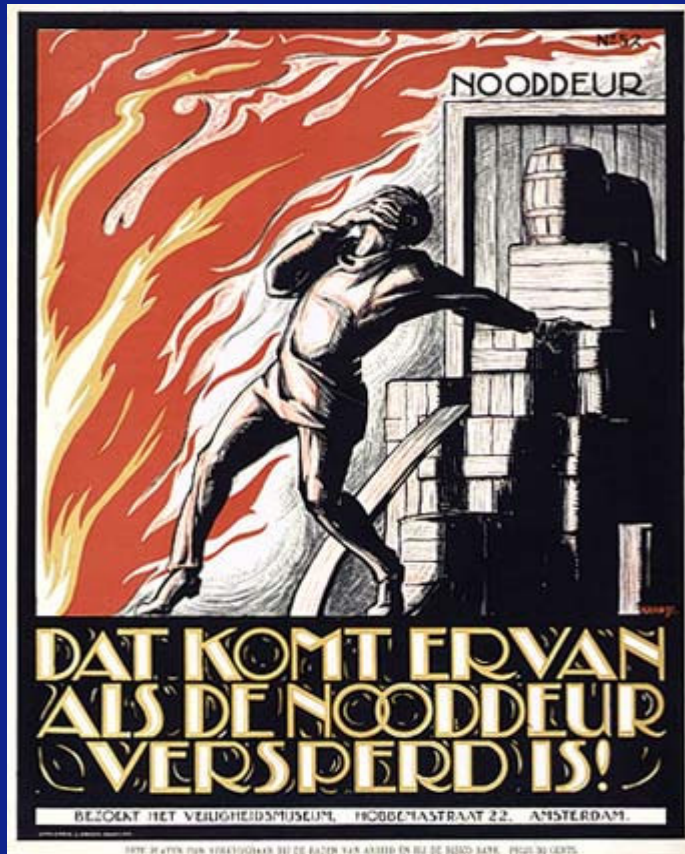
## 4 Onbekende gevolgen

- Onbekend maakt gevreesd
- Voorbeeld: anthrax





## 5 Eerdere calamiteiten



- Risico wordt groter ingeschat als het eerder mis is gegaan
- Vooral als men slachtoffers kent
- En dat kan ook via de media zijn



## 6 Sensorische waarneembaarheid slecht

- Bijvoorbeeld chemische stoffen zonder geur
- Maar vooral allerlei straling
- En infectierisico



## 7 Man made risico

- Er is meer angst voor technische calamiteiten dan voor natuurinvloeden, bijvoorbeeld blikseminslag of storm



## 8 Schadelijke intentie

- Bijvoorbeeld agressieve klanten,
- maar ook terreur



## 9, 10 Minder en ongelijke voordelen

- Gevarengeld



# 11, 12 blootstelling onvrijwillig en minder controle



- 'pretpark effect'
- Roken vs chemische blootstelling
- Liever zelf aan het stuur
- Dus PBM verplichten?



# 13 experts spreken elkaar tegen

- ze hebben geen idee waar het over gaat!



# 14 vertrouwen in verantwoordelijken







# 15 Maatschappelijke aandacht

- Vooral media, maar ook hypes op de werkplek



## 2 voorbeelden uit KLM

- KLM vervoerde een pakje radio-actief materiaal, dat een beetje lekte. Blootstelling voor crew was  $< 1\%$  van de jaardosis. Melding kwam twee maanden later, onmiddellijk in kranten en NOS journaal.
- In de Technische Dienst wordt door veiligheidskundigen als grootste veiligheidsrisico gezien het werken op steigers/dokken rond vliegtuigen. Regelmatig gebeuren hier ongevallen.



# Pakje radio-actief materiaal

- |   |      |
|---|------|
| 1. Gevolgen groter zijn (vooral catastrofaal)     | ++/- |
| 2. Gevolgen onherstelbaar zijn                    | ++   |
| 3. Gevolgen later optreden                        | +++  |
| 4. Gevolgen onbekend zijn                         | 0    |
| 5. Eerdere calamiteiten zijn gebeurd              | +    |
| 6. Sensorische waarneembaarheid slecht is         | +++  |
| 7. Het risico 'man made' is                       | ++   |
| 8. De intentie schadelijk is                      | - -  |
| 9. Er minder voordelen zijn                       | ++   |
| 10. Risico en baten ongelijk verdeeld zijn        | ++   |
| 11. Blootstelling onvrijwillig is                 | ++   |
| 12. Er minder persoonlijke controle is            | ++   |
| 13. Experts elkaar tegenspreken                   | 0    |
| 14. Er minder vertrouwen is in verantwoordelijken | +++  |
| 15. Er meer maatschappelijke/media aandacht is    | +++  |



# Vallen tijdens vliegtuigonderhoud

- |   |       |
|---|-------|
| 1. Gevolgen groter zijn (vooral catastrofaal)     | +     |
| 2. Gevolgen onherstelbaar zijn                    | ++    |
| 3. Gevolgen later optreden                        | - - - |
| 4. Gevolgen onbekend zijn                         | - -   |
| 5. Eerdere calamiteiten zijn gebeurd              | +     |
| 6. Sensorische waarneembaarheid slecht is         | - -   |
| 7. Het risico 'man made' is                       | 0     |
| 8. De intentie schadelijk is                      | - -   |
| 9. Er minder voordelen zijn                       | - -   |
| 10. Risico en baten ongelijk verdeeld zijn        | 0     |
| 11. Blootstelling onvrijwillig is                 | - -   |
| 12. Er minder persoonlijke controle is            | -     |
| 13. Experts elkaar tegenspreken                   | + +   |
| 14. Er minder vertrouwen is in verantwoordelijken | 0     |
| 15. Er meer maatschappelijke/media aandacht is    | - -   |

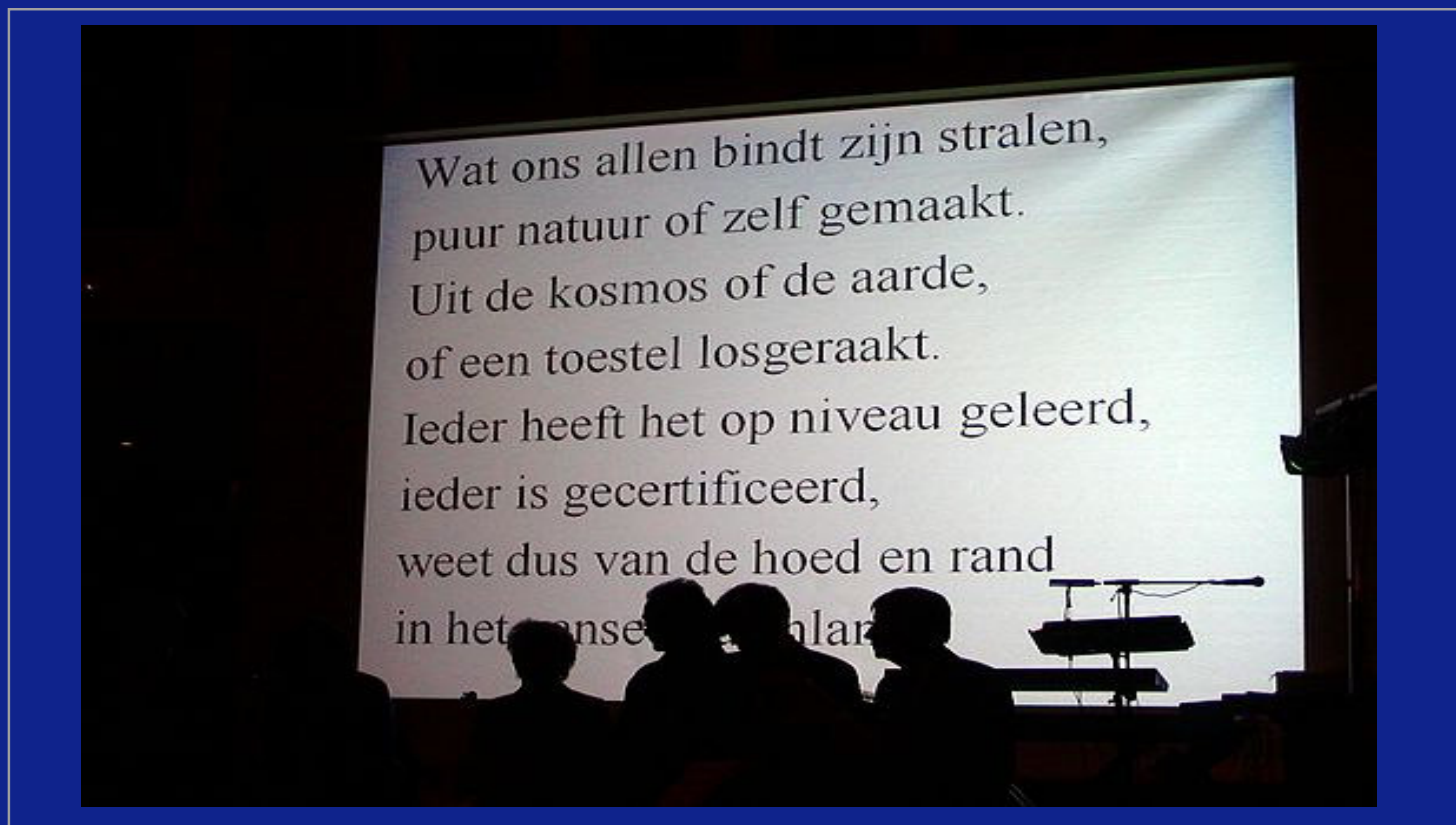


## III. Beheersing van risico's: rollen

- Werknemer: is het veilig?
- Werkgever: moet/kan ik iets doen?
- Arbeidshygiënist: is het een risico?



# Nederlandse Vereniging voor Stralingshygiëne

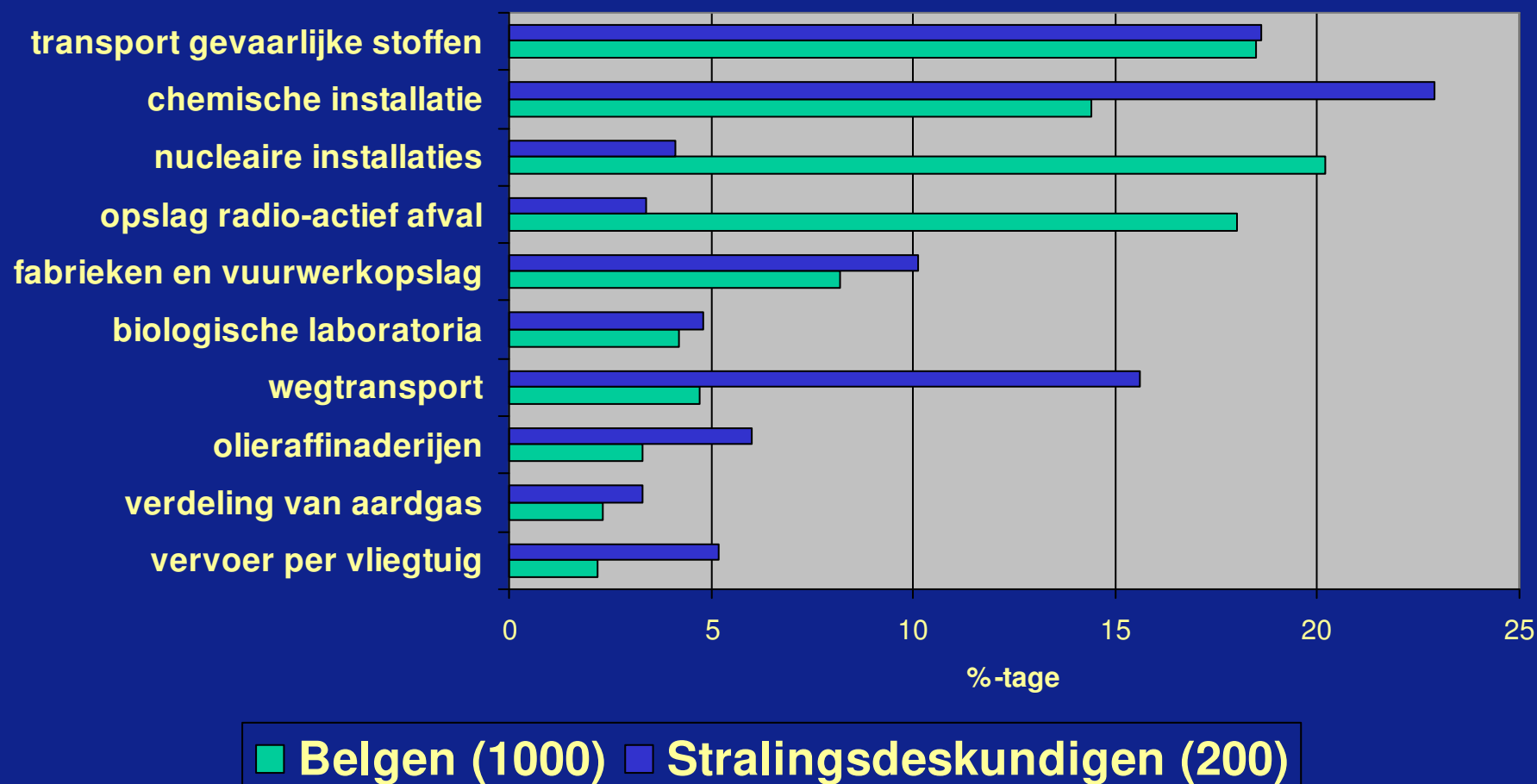


28 april 2005

NVvA symposium

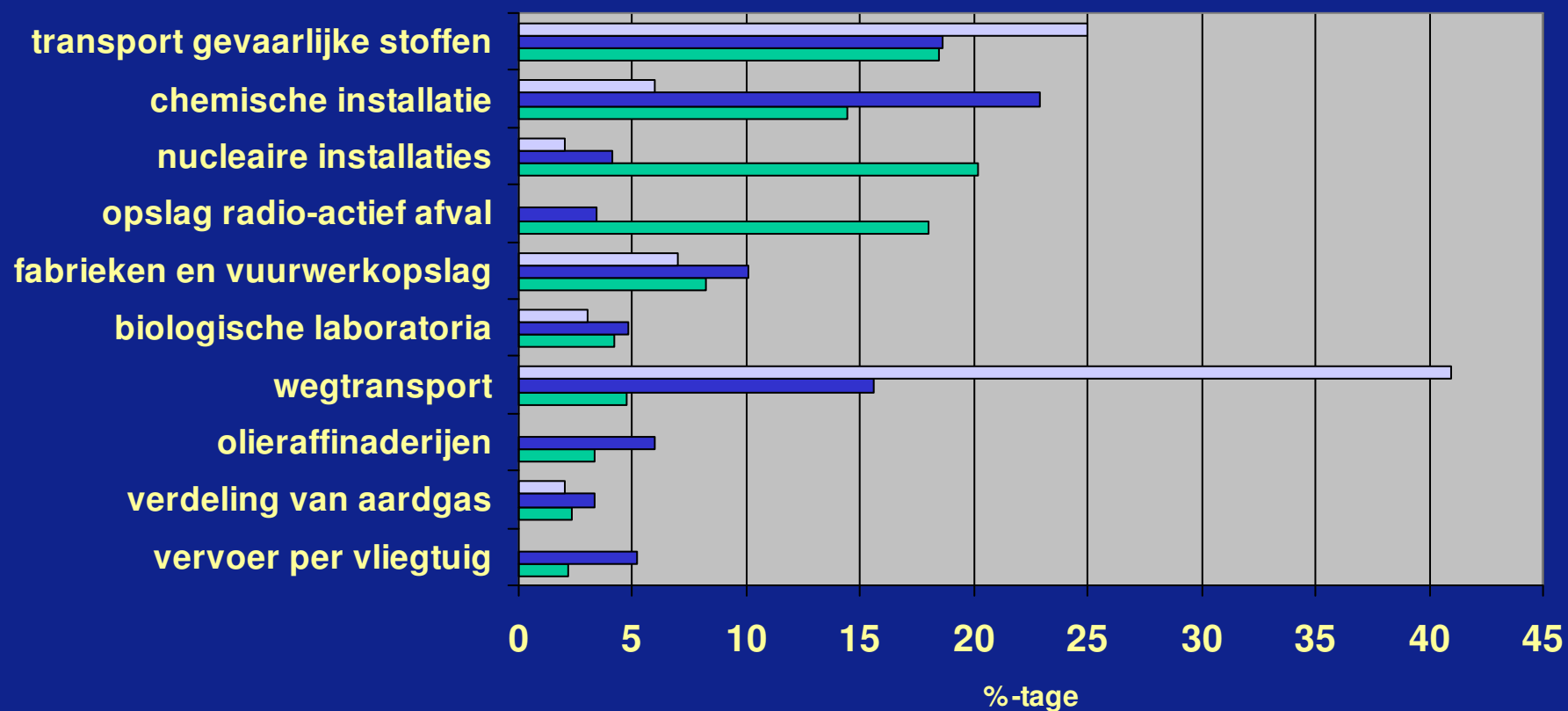


# Grootste kans op een ramp





# Grootste kans op een ramp



■ Belgen (1000) ■ Stralingsdeskundigen (200) ■ Arbeidshygiënisten (98)





# Context

## Expert

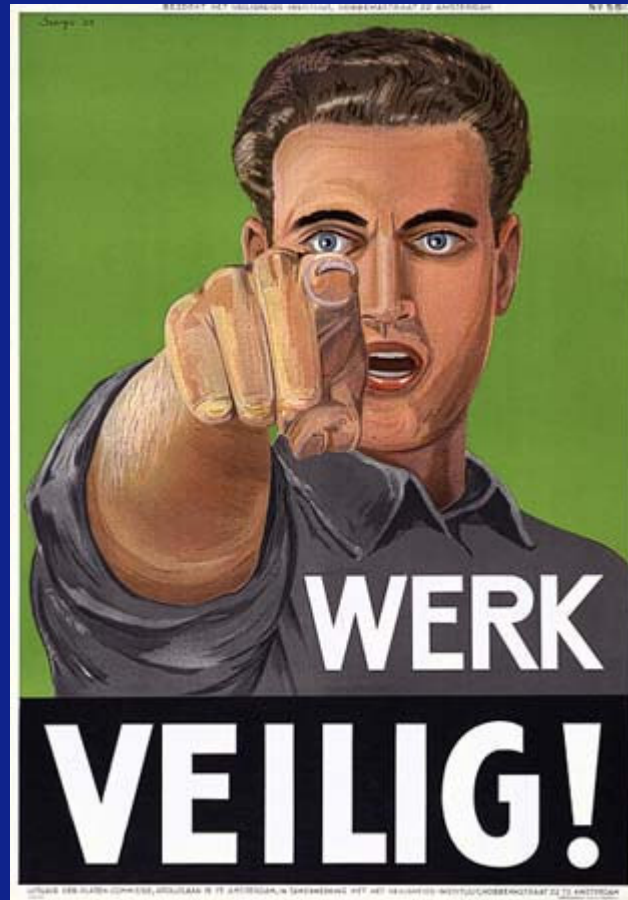
- Abstract
- Technocratisch
- Rekenkundig
- Relatief
- Drempel
- Risicomanagement

## Leek

- Persoonlijk
- Democratisch
- Contextueel
- Absoluut
- Continu
- Risicominimalisatie



## IV. Risicocommunicatie



28 april 2005

NVvA symposium



# Risicocommunicatie

Er is geen standaard risicocommunicatie!



# Risicocommunicatie

- Ken de doelgroep(en)
- Ken uw doel
- Ken hun verwachting
- Zorg voor vertrouwen
- Zorg voor eenduidigheid
- Zorg voor (relatieve) openheid
- Houdt het initiatief



## Ken uw doelgroepen

- Bijvoorbeeld:
  - betrokken werknemers:
    - slachtoffers
    - anderen
  - niet betrokken werknemers
  - hun vertegenwoordigers intern/extern
  - hun leidinggevenden
  - derden (w.o. media)



[maak **werk** van **werkoverleg**]



## Ken uw doel

- Kan verschillen per doelgroep
- Informatieoverdracht is geen doel
- maar middel voor bijvoorbeeld:
  - veilig gedrag
  - geen stress: geruststelling
  - voldoen aan wet
  - beperken van aansprakelijkheid



## Ken uw doel (2)

- Kennis
- Vaardigheden
- Attitude
- Gedrag
- (Barrieres)



## Ken de verwachtingen

- Weet wat, hoe, en wanneer de doelgroep iets wil weten;
- Houdt rekening met beleving, cultuur;
- Ken uw rol vanuit de perceptie van de doelgroep





# Zorg voor vertrouwen

- Leken horen alles wat ze weten van anderen
- Hun toetsingscriterium is eerder vertrouwen dan ratio
- Behalve uzelf bepalen vertrouwen uw:
  - positie
  - leeftijd
  - geslacht





## Zorg voor eenduidigheid

- Niet *te* veel nuances
- Nadruk op wat bekend is
- Afstemming van verschillende woordvoerders
- Bedenk dat uw beeld van deskundigheid anders kan zijn dan dat van uw doelgroep ('de Amerikaanse professor')



# Openheid

- Volledige openheid
- Is een middel maar geen doel
- Houdt nooit iets onder de pet wat er onder uit kan komen



## Houdt het initiatief

- Door openheid en tijdigheid kan de agenda worden bepaald
- Een rel ontstaat niet vanzelf, maar een sluimerende rel kan wel worden opgepikt



# Samengevat:

