



Meteorologisk
institutt

METinfo

Nr. [18]/2025
ISSN 1894-759X
METEOROLOGI
Bergen, 10.01.2025

PLASKORAMA

En værkampanje fra Meteorologisk institutt - *i Været*

Av Anders Sivle, Mai-Linn Finstad Svehagen, Kristian Gislefoss, Julie Solsvik Vågane

Godkjent av avdelingsleder Solfrid Agersten



Foto: Kartinkin77/Shutterstock

Sammendrag

I 2024 gjennomførte Meteorologisk institutt (MET) en værkampanje rettet mot barn og unge. Målet med kampanjen var både å lære mer om hvordan regn påvirker hverdagen deres, slik at MET kan utvikle tilbudet til målgruppen, og at barna selv skulle bli mer bevisst rundt vær, værmeldinger og for eksempel påkledning.

Planleggingen av kampanjen startet om våren, mens den ble gjennomført sent om høsten, i uke 46. Selve kampanjeuken var det dessverre lite regn i store deler av Norge, noe som nok bidro sterkt til at det kom veldig få registreringer. Til sammen, inkludert pilotundersøkelsene og noen egne registreringer fra prosjektgruppa, endte det på 49 bidrag.

Likevel har ikke kampanjen vært bortkastet. Planleggingen har ført til et tettere samarbeid mellom MET og NRK Super, med gjensidig læring om barn og vær. Det har blitt produsert innslag på Newton, filmer om vær er samlet av NRK Skole og Supernytt har hatt intervju med barn. Vi ser allerede at samarbeidet har god effekt på lengre sikt enn kampanjen. MET sin satsning på barn og unge har kommet et skritt videre med utviklingen av *sølepyttskalaen*. Vi har også et godt grunnlag for undervisningsopplegg som kan brukes av skoleklasser og andre.

Innhold

Sammendrag	2
Bakgrunn	4
Styrker og krefter i været	4
Inspirasjon	4
Konsekvenser av regn	4
Planlegging	5
I samarbeid med NRK	5
Andre samarbeidspartnere	6
Pilotundersøkelser	7
Gjennomføring	8
Promo og markedsføring	8
Svarskjemaet	9
Uke 46 og 47	9
Oppsummering og læring	11
Hva fant vi ut?	11
Når det nesten ikke regner	11
Når regn begynner å bli litt plagsomt	12
Når det regner svært mye	13
Når det varsles ekstremvær	14
Sølepyttskalaen	15
Læring og oppsummering	16
Hvordan nå ut til målgruppen?	16
Oppsummering av begreper og farlig vær	17
Veien videre	17

Bakgrunn

Et ønske om å forstå barn og unges behov bedre, for å kunne tilby bedre tjenester.

Styrker og krefter i været

Vær er alltid aktuelt, men med et klima i endring, så trengs det mer kunnskap om styrker og krefter i været. Det er ikke sikkert at værkunnskapen som overleveres fra generasjon til generasjon tar innover seg dagens klima i stor nok grad.

En tverrfaglig gruppe ved MET har de siste to årene jobbet med innhold til barn og unge ([met.no/iværet](https://www.met.no/iværet)). Fokuset har vært på styrker og krefter i været, særlig det å bidra til å forstå mengden regn og vindstyrker i et værvarsel.

Arbeidet med værkampanjen er gjort som en del av prosjektet “Konsekvensbasert farevarsling for samfunnet (K2S)”.

Inspirasjon

Vi var inspirert av en forskningskampanje fra 2006, der MET var med. Kampanjen het *regnsjekken* og var en del av Ekstremværuka i NRK. Den gangen sendte NRK flere innslag om vær og klima i sine kanaler, samtidig som det pågikk en nasjonal dugnad for å måle nedbør, der alle skoler var invitert til å delta. En lignende kampanje ble videreført i flere år, under ulike navn. Målet da var blant annet å gi deltakerne innsikt i sammenhenger mellom lokale værforhold og klima ved å utføre nedbørmålinger og sammenligne med værvarselet.

Konsekvenser av regn

I 2006 fantes det ikke like mange observasjoner av nedbør som det gjør i dag. Ønsket vårt denne gangen var derfor å fokusere på hva de ulike nedbørmengdene betyr for den enkelte og for lokalsamfunnet. Denne kunnskapen kan vi bruke til å forbedre tjenestene våre, for eksempel ved å endre språket, eller gi mer relevant informasjon.

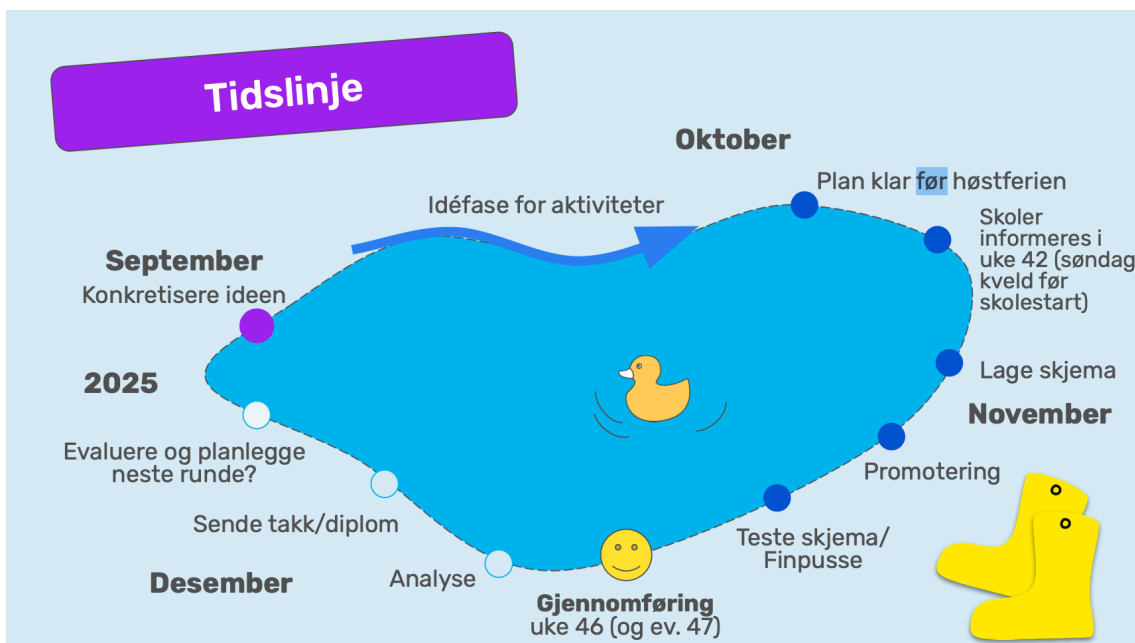
Planlegging

MET inviterer flere med i planleggingen og forhørte seg med andre aktører om hvordan man bør lage og promotere opplegg for skoler.

I samarbeid med NRK

Vi hadde flere møter med ulike deler av NRK, for å fortelle om kampanjen, be om innspill og ikke minst høre om de ville være med på Plaskorama. Det var god stemning for å delta og det kom gode forslag til aktiviteter rundt kampanjen. NRK Super ville bidra med å dekke kampanjen fra et nyhetsstasjon, ved å dra til en skole som skulle registrere svar. NRK Skole ville finne frem værvideoer fra sitt arkiv, og promotere kampanjen. De har kontakt med lærere fra hele landet på Facebook. NRK Newton hadde allerede tenkt på to innslag de ville lage knyttet til regn, og vi avtalte at TV-meteorolog Kristian Gislefoss skulle delta på innspillingen.

I figur 1 vises tidslinjen for planlegging og gjennomføring av værkampanjen.



Figur 1: Tidslinjen til kampanjen ser slik ut.

Andre samarbeidspartnere

I løpet av våren hadde prosjektgruppa tett kontakt med Naturfagsenteret, som ga oss gode råd om hvordan vi kunne lage skoleoppgaver som var lett for lærere å ta i bruk. Det resulterte i to undervisningsopplegg om vær og vind, som ble publisert før sommeren. Denne læringen tok vi med oss da vi skulle utforme materialet til værkampanjen. Vi bestemte oss for å legge alt åpent tilgjengelig på met.no/plaskorama.

Litt senere koblet vi også på Miljølære, som har arrangert årlige forskningskampanjer i skolen tilbake til 2003 (<https://www.miljolære.no/forskningskampanjen/>). De har svært god erfaring med hvordan man lager kampanjer, og de har et godt kontaktnett til skoler, som kunne brukes for å spre informasjon til lærere som ønsket å delta.

MET har fagansvar for mange artikler om vær og klima i Store Norske Leksikon. I forbindelse med opprettelsen av Lille Norske Leksikon, gikk vi i dialog for å få skrevet en ny artikkel; sølepytt (<https://lille.sn.no/sølepytt>). På dette tidspunktet utarbeidet vi også første versjon av *sølepyttskalaen* (figur 2), som vi ønsket å videreutvikle i kampanjen.

<

Figur 2: Første versjon av sølepyttskalaen, med spørsmål til hjelp for de som skal delta i kampanjen og legge inn egne beskrivelser.

Pilotundersøkelser

Tre skoler var med å teste opplegget, i flere runder, samt at vi fikk innspill fra Miljølære som årlig gjennomfører forskningskampanjer i skolen.

Først lagde vi et google skjema som to av skolene testet ut. Her ble ulik praksis brukt. På den ene skolen la læreren inn resultatene for hele klassen, mens for den andre skolen la hver elev inn svar. Dette ble uoversiktlig for læreren fordi elevene jobbet i forskjellige tempo. Om noen elever har lese-/skrivevansker, trenger de mer hjelp. Etter tilbakemeldingene gikk vi over til å bruke en powerpoint med sølepyttskala til utfylling, før vi til slutt endte opp med et skjema på Miljølære sin nettside (kombinert med powerpoint - sølepyttskala for utfylling for de som ønsket det).

I løpet av pilotfasen var det en del frem og tilbake med personvern, om barna skulle svare individuelt, eller om lærere skulle svare på vegne av hele klassen. Løsningen vi landet på var at lærere sender inn svarskjema på vegne av klassen. Da blir ikke barna forsket på, men blir medforskere i kampanjen.

Alt i alt var pilotundersøkelsen til svært god hjelp for å finne ut hvilke spørsmål vi skulle ta med, hvordan vi skulle formulere oss, og hvilken fremgangsmåte vi valgte.

Gjennomføring

Kampanjen ble gjennomført i november 2024.

Promo og markedsføring

Utover kontaktene vi allerede hadde i skolen, var vi avhengige av promotering og markedsføring for å få inn registreringer. NRK var en viktig bidragsyter her, både gjennom NRK Skole, Newton og NRK Super. Både NRK Skole og Newton hadde innlegg/innslag om værkampanjen og regn i forkant.

I tillegg til NRK sine bidrag, markedsførte vi det i våre egne sosiale medier, blant annet med Plaskorama-video med Kristian Gislefoss. Vi fikk også hjelp fra de andre kontaktene våre, som Miljølære. De opprettet en nettside for registreringer i kampanjen, og kontaktet skoler og lærere som de tidligere har hatt med i kampanjer.

NRK Newton ønsket å lage to episoder knyttet til regn, og vi avtalte at TV-meteorologen Kristian skulle delta. Den første episoden var “Ekstremvær”. Den ble sendt rett før Halloween og handlet om hvilke aktiviteter som kan gjøres i regn. Uka før kampanjen vår startet kom episoden “DIY Regnmåler”. Den gir en god beskrivelse av hvordan man kan lage en regnmåler og måle regn selv (figur 3).



Figur 3. Slik ser en hjemmelaget regnmåler ut. [Episoden er tilgjengelig her](#). Foto: [NRK/Newton](#).

Svarskjemaet

Vi delte informasjon om kampanjen og gjennomføring på met.no/plaskorama. Ideen var at barna/klassen skulle lage en enkel regnmåler. Deretter skulle de sette den ut, mens de selv var ute og gjorde en valgfri aktivitet (eks: storefri, utetime, utegym, turdag o.l.). Til slutt skulle de måle hvor mye det hadde regnet, og svare på noen spørsmål som krevde at de i fellesskap reflekterte om hvordan regnet påvirket påkledning, aktiviteter, lyder, lukter, følelser, og andre ting de la merke til ute. Svarene skulle lærere registrere på en nettside (figur 4), eller i en powerpoint med sølepyttskalaen (se figur 2 lenger oppe), og sende inn til MET.

Uke 46 og 47

Vi hadde i utgangspunktet satt opp uke 46 som den eneste uka for værkampanjen, og avtalt promotering og lignende ut fra dette. Det viste seg imidlertid å treffe dårlig, med en svært tørr uke, spesielt i Sør-Norge. Det var Nordland som fikk mest nedbør denne uka, så vi gjorde et forsøk på å få inn flere registreringer i dette området. Vi tok kontakt med lokale speidergrupper, barnehager og skoler via e-post, og fortalte om kampanjen og hvordan de kunne registrere data. Totalt sendte vi ut omkring 75 e-poster, men dessverre fikk vi svært få svar. Vi er usikre på hvorfor dette ikke ga mer utslag, ettersom vi hadde sett for oss at direkte kontakt med grupper som oppholder seg mye utendørs

ville skape engasjement. Vi fikk heller ingen negative tilbakemeldinger som kan hjelpe oss å forklare det manglende engasjementet.

På grunn av begrenset med registreringer, hovedsakelig fra skoler vi allerede hadde kontakt med, valgte vi å forlenge kampanjen med en uke til. Dette ga imidlertid ikke så mange flere svar. Status per nå er at registreringen er åpen, og det er mulig å sende inn svar fremdeles.

Klassens resultat

Hvor mange millimeter nedbør målte dere?
Må besvares.

Hvor mange minutter målte dere?
Må besvares.

Hva kaller dere slikt regnvær?
Bruk komma eller **⌘** enter mellom ordene.

Hva var passende klær og sko?
Bruk komma eller **⌘** enter mellom ordene.

Plasser regnværet på sølepyttskalaen
Hvor mye regn var dette i forhold til det dere tåler? Lite/minst til venstre.

Hvordan føltes regnværet?
Regn kan for eksempel gjøre at du blir glad, sur, sint, eller føles kaldt og vått.

Beskriv lyder, lukter og lyset
Hvordan høres regnet ut, og endrer lukten og lyset seg?

Hva la dere merke til ute?
For eksempel våte klær, paraplyer, dammer, oversvømmelser, eller at biler må kjøre sakte.

Ble planer endret på grunn av været?
Tenk stort og smått. Alt fra skolevalg til at aktiviteter blir avlyst. Må besvares.
☐ Nei
☐ Ja

Figur 4: Slik ser svarskjemaet ut på <https://www.miljolare.no/aktiviteter/regn/>.

I kampanjens andre uke, hadde også NRK Supernytt et innslag med blant annet intervju av skolebarn, og TV-meteorolog Kristian Gislesfoss.

Oppsummering og læring

Litt skuffelse, men også mye læring.

Hva fant vi ut?

Totalt fikk vi samlet 49 bidrag eller registreringer i løpet av høsten 2024. Dette inkluderer pilotundersøkelsen, noen egne bidrag, og selve kampanjen. De fleste bidragene (32) er fra Nord-Norge, noe som i hvert fall delvis skyldes at det var der det regnet mest både i pilotundersøkelsen og under selve kampanjen. Deretter 15 bidrag fra Vestlandet og Trøndelag, og to bidrag fra Østlandet.

Barneskoler står for de fleste bidragene (37), men det er også bidrag samlet inn fra en barnehage, i forbindelse med idrettsaktiviteter (4), fra media i forbindelse med ekstremværet Jakob (3), noen private bidrag (2), og et par bidrag fra NRK og MET (2).

Vi sorterte målingene etter antall millimeter regn per time. Tre av målingene var når det ikke kom noe regn, mens det var 28 målinger for intervallet 0.1-0.5 millimeter i timen, fem målinger var for 0.6-1.0 millimeter i timen, ti målinger var i intervallet 1-5 millimeter i timen, og de tre siste var fra cirka 6 millimeter i timen og opp (høyeste timesmåling under ekstremværet Jakob var cirka 14 millimeter i timen).

Det er ikke så lett å dra noen konklusjoner ut av et såpass lite datagrunnlag, og det er i hvert fall ikke mulig å se etter forskjeller basert på alder, landsdel eller lignende. Mest sannsynlig er det også en del usikkerhet i selve målingene, så vi kan ikke forholde oss helt nøyaktig til mengdene som oppgis. Likevel er det noen funn som vi synes er interessant å trekke frem:

Når det nesten ikke regner

Det er svært få som rapporterer om endring av planer når det regner mindre enn 0.5 millimeter i timen. Et unntak er faktisk når det er helt tørt, da noen valgte å bli lengre ute.

Hva man velger å kalle de minste nedbørmengdene varierer mellom: regn i luften, yr, litt regn, og vanlig regn. Meteorologene bruker omtrent de samme begrepene, for tilsvarende mengder, men i dataene ser vi forskjeller mellom enkeltpersoner for samme hendelse. En meteorolog ville skilt mellom yr og litt regn basert på andre forhold enn bare mengden, men det virker ikke som barna gjør det samme, naturlig nok.

En tredje observasjon basert på svarene er at de fleste oppgir joggesko, genser, boblejakke, t-skjorte og lignende som passende klær og sko når det nesten ikke regner. Kun syv (av 31) oppgir regnjakke eller tilsvarende som passende klær. Temperaturen varierte fra -1 til +19 grader, og det kan tyde på at for svært små nedbørmengder er det andre forhold (som temperatur, eller ting som ikke har med været å gjøre) som er viktigere for valg av klær enn regnet selv. De fleste oppgir i hvert fall å være glad, varm, tørr og å ha det bra.

Ute legger de merke til at bakken var våt, noen sølepytter, og litt tåke. Noen har sett en regnbue, mens andre har lagt merke til at det er flere synlige meitemark. Lyset oppgis av flere til å være hvitt eller grått, mens det stort sett ikke er noen lyder, heller ganske stille. Flere bemerker at det lukter friskere når det regner litt, enn ellers.

Når regn begynner å bli litt plagsomt

Det kan være et skille omtrent her, på cirka 0.5-1 millimeter i timen, til at regn begynner å bli litt plagsomt. For eksempel ser vi rapporter om at man er litt kortere ute enn planlagt på grunn av regnet. Også påkledningen endrer seg, og regnklær, turklær, støvler og vanntette sko anses som mest passende (eksempel: figur 5). Det rapporteres om at man er glad, men flere er våte og kalde. Det lukter fortsatt friskere, mens lyset er grått og det er litt mørkere ute.



Figur 5: Kaldt i regnet ved Lindesnes fyr. Foto: Tomsickova Tatyana

Bakken er våt, det er sølepytter, og noen løper rundt for å finne ly.

Denne mengden omtales som vanlig regn eller mye regn.

Når det regner svært mye

For registreringene mellom 1-5 millimeter i timen skrus begrepsbruken til et hakk, og det omtales som svært mye regn, kraftig regn, at det høljer ned, øs-pøs-regn, pøsregn og at det regner kjempemasse.

Regnklær og støvler anses som passende, og om man ikke har det, men joggesko eller treningsklær, så blir man klissvåt og søkkvåt. Det føles veldig vått, nesten fascinerende, men at det går greit om man er forberedt på det og har passende klær.



Figur 6: Vanndam i veien. Foto: Tricky Shark/Shutterstock

Det er ikke lenger bare vått på bakken, men store sølepytter, vann som renner i veien, nedover bergene, og med oversvømmelser i bekker (se eksempel i figur 6). Noen aktiviteter avbrytes eller avlyses, mens andre gjennomføres. Regnet er plagsomt, men ikke nødvendigvis farlig. Det handler om å være godt forberedt.

Når det varsles ekstremvær

Det er vanskelig, og kanskje uheldig, å be barn og unge gå ut når det er så mye regn at det er en alvorlig eller ekstrem hendelse. En slik hendelse, ekstremværet Jakob, fant sted rett før værkampanjen. Da samlet vi inn data ved å lese i nettaviser hva som hendte, og sammenlignet med målinger av regn rundt omkring. Det kom omkring 120-180 millimeter regn på 24 timer. Ser vi på timesmålinger lå det i lengre perioder mellom 5-10 millimeter regn i timen, med en maksmåling på cirka 14 millimeter på en time.

Media og Meteorologisk institutt omtalte regnet som ekstremvær og ekstremt mye regn. Vi kunne også lese om kraftig regn, uvær, og at det var ganske intenst. I slike tilfeller handler det om å be innbyggere og beredskap om å iverksette tiltak for å redusere skader og forhindre tap av liv. Da blir det ikke riktig å snakke om passende antrekk eller lignende.

Ekstremværet «Jakob» har isolert Einars gård: – Det har jo blitt en øy!

Bonden Einar Riise fortviler, etter ekstremværets herjinger: –
Hvor lenge skal vi bønder orke å holde på med dette?



HØYT VANN: Gården til Einar Riise er til høyre i bildet. Vannet står helt opp mot husveggen.
FOTO: EINAR RIISE

[Erica Hvedding Kronheim](#)
Journalist

[Adrian Nyhammer Olsen](#)
Journalist

[Anders Nøklung](#)
Utvikler

[Kari Nygard Tvilde](#)
Journalist

Publisert 1. nov. 2024 kl. 10:47
Oppdatert 2. nov. 2024 kl. 15:11

Figur 7: Ekstremværet Jakob gav store konsekvenser flere steder. Faksimile: NRK

Ekstremværet Jakob opplevdes dramatisk av mange. Broer kollapset, veier ble stengt, bygder ble isolert og evakuert (se for eksempel figur 7). Vannet fosset i gater og skråninger, det var flom og oversvømmelser. Konsekvensene av været ble at tog og hurtigbåter ble innstilt, at posten ble forsinket og kommunene satte krisestab. Noen hadde hjemmeskole, og folk ble bedt om å lade mobiler og elbiler i forkant av værhendelsen.

Sølepyttskalaen

Basert på de bidragene vi har fått, kan vi gjøre noen oppdateringer av sølepyttskalaen (figur 8). Vi endrer på beskrivelsene av regnværet, hva som er passende klær, hvordan det oppleves og hvordan det påvirker aktiviteter og hverdagen. Beskrivelsene er blitt mer utfyllende og nyanserte. Med flere bidrag kan vi gjøre sølepyttskalaen enda bedre senere.



Figur 8: Andre versjon av sølepyttskalaen, oppdatert etter kampanjen. Sammenslåing av to kolonner som ble for like førte til at vi fikk en mer kompakt sølepyttskala.

Læring og oppsummering

Hvordan nå ut til målgruppen?

Promotering er viktig og vi må være enda mer nøye med målgruppene. For oss var det lærere som var den primære målgruppen, og det hadde ikke vi helt tatt godt nok innover oss i planleggingsfasen. Noe av innholdet vi delte var mer rettet mot barn (eks: filmene på Newton). Når det er sagt, så lærte vi også at TV-tid uansett er gull verdt. Skoler har tatt kontakt med oss med ønske om at TV-meteorolog Kristian Gislefoss stiller til intervju, i forbindelse med egne forskningsprosjekter de har startet om vær.

Vår egen promotering gikk ut på å dele pressemelding, lage nettsak og dele promoteringsvideoen i sosiale medier. Vi nådde ut til 4500 på Facebook/Instagram, fikk to medieoppslag på pressemeldingen og nyhetsartikkelen på met.no har gode lesertall. Vi fikk likevel få deltakere i kampanjen. Det som er positivt å ta med seg, er at vi ser at undervisningsoppleggene vi har laget blir brukt. Og så vil det vise seg hvordan effekten av det blir på lengre sikt.

Vi fikk ingen negative tilbakemeldinger, så det er vanskelig å si akkurat hvorfor oppslutningen ble såpass lav som den ble. Vi var definitivt uheldig med været, så kanskje må vi være mer fleksible på tidspunktet for gjennomføring? Kanskje ba vi om for mye, i en travel hverdag, at man skal sende barna ut i regnet? Og kanskje ble instruksen og opplegget for komplisert, med for mange valg og for mye å lese? Det er en balanse mellom å gi lærerne god nok tid til å planlegge inn i f.eks. årshjul, og være fleksibel nok på gjennomføringen når været er “riktig”.

Oppsummering av begreper og farlig vær

I Plaskorama lærte vi at omkring 0,5-1 millimeter regn per time ble omtalt som mye regn av flere, mens 1-5 millimeter regn per time kan omtales som plaskregn, eller kraftig regn. Til sammenligning bruker MET selv begrepet mye regn om gult farenivå, og hadde for eksempel ute et slikt varsel med 50-70 millimeter på 12 timer (det vil si cirka 4-6 millimeter i timen). Altså omtales de samme mengdene ulikt av MET i sin (fare)varsling, og av dette lille utvalget i sin hverdagstale. Basert på dette kan man argumentere for at MET sin begrepsbruk til tider er annerledes enn hverdagsbruken av de samme begrepene, noe som kan være verdt å se mer på i senere undersøkelser.

Veien videre

Vi tenker å gjøre om innhold fra værkampanjen til et undervisningsopplegg om regn som kan ligge tilgjengelig på nettsidene våre for de som har lyst å bruke det. Da må man ikke sende inn svar, men det kan være fint for oss om noen likevel gjør det. Dette vil gjøre at MET forstår mer av hvordan barn oppfatter været og kan være til hjelp til å formidle værinformasjon til barn.

Takk til alle som har bidratt til værkampanjen Plaskorama!