



Myndigheten för
samhällsskydd
och beredskap

Kriskommunikation i det digitala medielandskapet

Rapport från projektet Kriskommunikation 2.0



FORSKNING

MSB:s kontaktpersoner:
Henrik Olinder, henrik.olinder@msb.se
Björn Kerlin, bjorn.kerlin@msb.se

Publikationsnummer MSB 995-2016
ISBN 978-91-7383-658-6

Förord

Denna rapport utgör en kort version av slutrapporteringen från projektet Kriskommunikation 2.0. Projektets insamlingsarbete inleddes hösten 2012 med webbpaneler och intervjuer om kriskommunikationen i samband med en brand i Halmstads hamn, och det avslutades tre år senare med uppföljningsenkäter till den stora skogsbranden i Västmanland. Däremellan har uppgifter samlats in om allmänhetens, myndigheternas och mediernas kommunikation vid så varierande kriser som Instagramoroligheterna i Göteborg vintern 2012, de omfattande gatuoroligheterna i Husby i maj 2013 och stormen Simone hösten samma år.

Undersökningarna har gjorts under en period som präglats av stora förändringar i mediasamhället vad gäller konsumtion, produktion och formerna för presentation, vilket skapat nya och ständigt föränderliga villkor för dem som ska kommunicera. Det är dessa förändringar, och deras betydelse för kriskommunikationen, som projektet studerat och analyserat, med särskilt fokus på de sociala medierna. En utgångspunkt i analyserna har hela tiden varit att lägga särskild vikt vid medborgarintresset.

Rapporten är författad av en forskargrupp på Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, JMG, vid Göteborgs universitet.

Projektet är finansierat av Myndigheten för samhällsskydd och beredskap.

Göteborg den 29 mars 2016

Tomas Odén, docent

Monika Djerf-Pierre, professor

Marina Ghersetti, docent

Bengt Johansson, professor

Innehållsförteckning

1. Kriskommunikation i det digitala medielandskapet	6
1.1 Brand, storm och social oro	6
1.1.1 Det digitala mediasamhället	8
1.1.2 Fem undersökta kriser	8
1.1.3 Metoder och material	9
1.2 En modell för kriskommunikation ur ett medborgarperspektiv .	10
1.2.1 Medborgarperspektivet: konkreta frågeställningar	12
2. De tre huvudaktörernas kriskommunikation	14
2.1 Krisvarning i det nya medielandskapet	14
2.2 Allmänhetens kriskommunikation	15
2.3 Myndigheternas kriskommunikation	18
2.3.1 Villkor och strategier för kriskommunikationen	18
2.3.2 Myndigheter om sociala medier i praktiken	18
2.3.3 Fyra typer av medierelationer	19
2.4 Nyhetsmediernas rapportering i kriser	20
2.4.1 Journalisters inställning till ansvaret vid kriser	20
2.4.2 Om att bistå myndigheter med att sprida information	21
2.5 Allmänhetens bedömning av kriskommunikationen	22
2.5.1 Åsikter om myndigheternas kriskommunikation	23
3. Ändrade styrkeförhållanden	24

Sammanfattning

Syftet med projektet Kriskommunikation 2.0 är att beskriva och förklara de digitala och sociala mediernas betydelse för samhällets kriskommunikation. I projektet har undersökts hur kriskommunikationens tre huvudaktörer – allmänhet, myndigheter och medier – har kommunicerat i samband med fem samhällskriser som inträffat i Sverige under perioden 2012-2014. Analyserna har inriktats på studier av kriskommunikationen ur ett medborgarperspektiv, det vill säga med allmänhetens intressen och behov som utgångspunkt.

Resultaten visar att de digitala och sociala medierna idag finns med överallt när kriser inträffar, och att de starkt har påverkat kriskommunikationen för alla tre huvudaktörerna.

För en stor del av allmänheten är det idag självklart att använda de digitala kanalerna för att enskilt eller tillsammans med andra skapa mening i det som sker, förstå situationen, samla in och sprida information samt organisera olika insatser. Samtidigt finns betydande variationer mellan generationerna. Ett tydligt resultat är dock att medieanvändningen ökar starkt vid kriser, även av sådana medier man annars sällan tar del av. I huvudsak uppfattas de digitala kommunikationsmedlen positivt, men när det gäller de sociala medierna finns en viss skepsis när det gäller budskapens trovärdighet.

Både kriskommunikatörerna och journalisterna påverkas starkt av de nya medieformaten med nya plattformar, rullande deadlines och ständiga uppdateringar. Båda aktörerna uppskattar möjligheten att snabbt få ut information, liksom möjligheten till direktkommunikation med allmänheten. Samtidigt besväras de krishanterande myndigheterna av nyhetsmediernas krav på ständigt ny information, och deras önskemål om informationsinsatser och särskilda intervjuer för de många olika medieplattformarna.

1. Kriskommunikation i det digitala medielandskapet

Huvudfrågorna för projektet är hur digitala och sociala medier används, hur de uppfattas och värderas i samband med kriser, samt vilka konsekvenser detta har för samhällets krishantering. Avsikten är ta fram ny kunskap som kan vägleda kriskommunikatörer, journalister och andra i det nya mediasamhällets möjligheter och begränsningar, ytterst för att bidra till att minimera skadorna på samhälle och individer i samband med kriser och katastrofer i framtiden.

1.1 Brand, storm och social oro

En bild av hur kommunikationen kan fungera i en krissituation kan hämtas från helgen den 2–3 augusti 2014 då ett hundratal brandmän arbetade med att bekämpa en skogsbrand i Västmanland. Förutsättningarna var besvärliga. Det var varmt och blåsigt, och eldsvådan var på väg att utvecklas till Sveriges största skogsbrand i modern tid.

För att komma ifrån röken och dramatiken hade många som bodde i området lämnat sina hem. En familj, bosatt cirka en mil söder om Norberg, hade åkt till morföräldrarna i Stockholm, men flera nära släktingar fanns kvar i området, och telefonerna gick varma:

”Till slut ringer min svägerska och bara skriker i telefon att det brinner här nu, det här kommer inte att gå nåt bra. Och då vet jag att jag har min mans syskon [...] med alla barn, med alla djur, allting, var övertygad om att dom hade brunnit inne.”

För dessa familjer slutade det trots allt väl – huset brann inte upp, och människorna och djuren klarade sig. Men händelsen ger en bild av hur beroende människor är av kommunikation när de befinner sig i ett krisområde. Personerna som var kvar på gården behövde veta vart de skulle ta vägen när de tvingades evakueras. Deras nära släktingar i Stockholm ville veta vad som hände, och önskade inget hellre än ett meddelande om att allt gått bra.

Men alla klarade sig inte oskadda undan den våldsamma branden. Innan den var släckt hade en person dött, flera skadats och en grupp skogsarbetare hade räddats med helikopter under dramatiska former. Mer än 20 byggnader hade förstörts, och dessutom tusentals hektar skog. Över 1 000 personer hade evakuerats, och tusentals djur hade flyttats (Sjökvist, 2015).

Värst var situationen måndagen den 4 augusti, då personal från flera räddningstjänster var aktiva i släckningsarbetet, liksom hundratals frivilliga. I en intervju beskriver en kvinna hur hon fick en chock då hon på lokalradion hörde att en lantbrukare med traktorekipage blivit omringad av elden. Hennes egen man var just då engagerad för att sprida vatten med gödselspridare någon mil från den egna gården. Hon försökte nå honom på mobilen, och lyckades äntligen efter några misslyckade försök:

”Nej, det är inte jag, säger han. Tack det var bara det jag ville veta. Och då kände jag – Facebook – för det här har fler hört, och de vet att [namn] är där nere, så då började jag Facebooka att [han] är OK.”

Sent samma eftermiddag anlände en dotter till gården, med en tankbil som hon fått köra dit på omvägar för att inte fastna i polisens vägspärrar. Flera upplevde som ett problem att de riskerade att stoppas om de behövde återvända efter att ha lämnat det avspärrade området. En kvinna i familjen reflekterade efteråt:

”... kunde inte poliserna haft en app där de bara ... ditt körkort, din bil, ja du bor här, du får åka in. Sånt borde det kunna finnas i digitala Sverige 2014.”

Vid det laget hade strömmen brutits på gården, och för att ha kvar någon kontakt med omgivningen laddade man mobiler med hjälp av en bil som sattes att gå på tomgång.

Källorna till ögonblicksbilderna ovan är deltagare i fokusgrupper som projektet intervjuade i Norberg och i Virsbo alldeles efter att branden kommit under kontroll. I intervjuerna beskrev deltagarna hur de använde olika medier och plattformar för att förstå situationen och för att få underlag för det egna agerandet. Information från myndigheterna var viktig, liksom nyhetsmediernas bevakning, men även allmänhetens kommunikation via Facebook och sms hade stor betydelse i vissa situationer.

Möjligheterna som kommit med de digitala och sociala medierna är många: ett snabbt och ständigt flöde, lättillgänglighet, möjligheter till interaktivitet och mobilitet gör att de kan fungera som effektiva kommunikationskanaler, åtminstone så länge det finns elektricitet till mobilstationerna och att till att ladda mobiltelefonernas batterier. Genom digitala och sociala medier kan allmänheten uppdatera sig både om den generella situationen och hur tillståndet är för nära och kära. Men projektets intervjuer visar också på problem och begränsningar. Exempelvis beskriver intervjuade hur frustrerade de var när kommunikationssystemen inte fungerade som de skulle, eller när budskapen som spreds via Facebook visade sig felaktiga.

Ett exempel på problematisk informationsspridning kan hämtas från Norberg, med 4 500 invånare, där man under en period förberedde sig på evakuering. Informationen var svårtolkad och motsägelsefull. Formellt fattades aldrig något beslut om evakuering, men på måndagseftermiddagen fanns signaler som pekade i den riktningen – bland annat kördes det fram bussar som kunde transportera människor från samhället. Norbergs kommunalråd uppmanade också Norbergsborna att lämna orten om de hade möjlighet, både i radion och på sin Facebooksida. Strax efter midnatt, natten till tisdagen, sändes också ett så kallat Viktigt meddelande till allmänheten, VMA, i lokalradion om *eventuell* evakuering av Norberg (Länsstyrelsen i Västmanlands län, 2014).

Budskapen, och den dramatiska händelseutvecklingen, fick många att söka sig till kommunens och länsstyrelsens hemsidor, som båda kraschade. Och inte heller när de fungerade var de till hjälp för alla. En man med rötter i Östafrika berättade hur personer som inte behärskar svenska språket samlades på biblioteket för att tillsammans söka information på Internet.

Trots spridningen av en del felaktigheter kompletterade sociala medier på flera sätt nyhetsrapporteringen vid branden. En central funktion visade sig vara att fylla i de informationsluckor som nyhetsmediernas rapportering lämnade om den lokala situationen, för grannar, vänner och närstående. De sociala medierna användes också för att organisera krisstöd för drabbade och för dem som bekämpade elden, liksom för att stärka den sociala sammanhållningen.

1.1.1 Det digitala mediesamhället

Den inledande beskrivningen av hur allmänheten agerade i samband med skogsbranden visar hur central kommunikationen är när något allvarligt och akut inträffar. Exempelen visar också hur de digitala medierna i form av webbtidningar och myndigheters hemsidor, samt sociala medier som Facebook, fungerar som plattformar för kriskommunikation, samtidigt som de traditionella kommunikationsformerna som telefon, personliga kontakter och nyhetsmedier i form av press, radio och tv fortfarande utgör centrala inslag i allmänhetens erfarenhetsutbyte och informationssökning.

Exempelen visar också hur det som länge betecknades som ”nya medier” numera är etablerade i många människors medieanvändning. Den digitala kommunikationsteknologins genomslag, och framväxten av internet, snabb bredbandsdistribution och etableringen av sociala medier som bloggar, Twitter, Facebook, Youtube och Instagram har i grunden förändrat villkoren för samhällskommunikationen. Digitaliseringen har också förändrat förutsättningarna för traditionella nyhetsmedier som press, radio och tv. Effekten på journalistiken har varit dramatisk, med publicering på nya plattformar, ett upptrappat nyhetstempo och krav på ständiga uppdateringar.

1.1.2 Fem undersökta kriser

Under perioden 2012-2014 har fem händelser av kriskaraktär undersökts i projektet. Två av dem hade sin grund i social oro, två uppstod i samband med bränder och en har orsakats av dåligt väder – en storm som på sina håll innefattade orkanbyar.

- *Halmstadsbranden* inleddes sent på kvällen fredagen den 21 september 2012, då ett kemikalielager i Halmstads hamn fattade eld. Branden orsakade ett stort moln av giftig rök som till en början drev ut över havet, men senare blåste in över de centrala delarna av Halmstad. Flera VMA-varningar sändes ut till allmänheten via radio och tv, och på lördagen då vinden vände användes också sirenerna, ofta kallade ”Hesa Fredrik”, för att varna Halmstadsborna för den giftiga röken.

- *Instagramoroligheterna* inleddes den 18 december 2012, då grupper av ungdomar samlades till gatudemonstrationer i centrala Göteborg, där de protesterade mot att ett stort antal ungdomar hade kränkts med påståenden av sexuell natur på ett Instagramkonto. Det förekom stenkastning och annat våld, och ett 20-tal demonstranter omhändertogs av polisen. Tidigt förekom uppgifter om att specifika personer skulle ligga bakom Instagramkontot, vilka senare visade sig felaktiga. Senare dömdes två andra unga kvinnor för att ligga bakom ryktesspridningen, som då klassades som grovt förtal.

- *Husbyoroligheterna* startade på kvällen den 19 maj 2013, då maskerade personer satte eld på ett hundratal fordon i Stockholmsförorten Husby. Polis och räddningstjänst som kom till platsen möttes av stenkastning. Oroligheterna spred sig sedan till fler förorter runt Stockholm och till andra platser i landet. Talespersoner i Husby förklarade oroligheterna med frustration över ökande sociala klyftor, och menade att den utlösande faktorn var ilska över att polisen skjutit en knivbeväpnad man till döds vid ett ingripande någon vecka före bilbränderna. En 26-årig man dömdes senare för grov skadegörelse.

- *Stormen Simone* drabbade södra och västra Sverige måndagen den 28 oktober 2013, efter att ha orsakat stora skador i Storbritannien och Danmark. SMHI utfärdade en klass 3-varning för mycket hård vind från norska gränsen i norr till Skåne i söder. En hel del tågtrafik stoppades, berörda länsstyrelser uppmanade människor att stanna inomhus och i Göteborg uppmanades föräldrar att hämta sina barn från daghem och förskolor. Just i Göteborg blev effekterna av stormen små. Däremot drabbades Skåne, Halland och Småland av strömavbrott, stormfälld skog och andra skador.

- *Skogsbranden i Västmanland* startade torsdagen den 31 juli 2014, och utvecklades de följande dagarna till den största skogsbranden i Sverige i modern tid. Den följande måndagseftermiddagen beräknades branden omfatta en yta av cirka 140 kvadratkilometer. En person dog och flera skadades, och mer än 20 byggnader eldhärjades, varav flera bostadshus. Ett tusental människor tvingades evakuera sina hem, och dessutom flyttades ett stort antal nötkreatur, hästar och andra djur.

1.1.3 Metoder och material

Vid dessa fem händelser har projektet samlat in material, som ligger till grund för denna rapport. Valet av undersökningsmetoder utgår från en multi-metodologisk ansats som inkluderar både kvantitativa och kvalitativa metoder.

För insamling av grundläggande kunskaper om allmänhetens medieanvändning har använts enkäter i regi av SOM-institutet vid Göteborgs universitet. Myndigheternas och journalisters inställning till användning av sociala medier har kartlagts genom intervjuundersökningar och enkäter.

Det största insamlingsarbetet har dock gjorts i anslutning till de fem händelser som beskrivits ovan. Allmänhetens reaktioner och kommunikation i samband med krisen, deras medieanvändning, och åsikter om myndigheter och medier, har kartlagts dels med hjälp av webbaserade panelundersökningar – så kallade medborgarpaneler – genomförda i samarbete med Opinionslaboratoriet, LORE, vid Göteborgs universitet, dels genom fokusgruppsintervjuer genomförda inom någon vecka efter respektive händelse.

Myndigheternas erfarenheter har samlats in genom individuella intervjuer kort efter de undersökta händelserna. Frågorna har gällt användningen av och bedömningen av olika kommunikationsformer för att nå ut till medier och allmänhet.

På motsvarande sätt har intervjuer genomförts med reportrar och redaktörer på berörda medier. Merparten av intervjuerna har genomförts per telefon,

varvid de har spelats in på band och sedan transkriberats. Dessutom har frågor ställts i en journalistpanel, även den i samarbete med LORE.

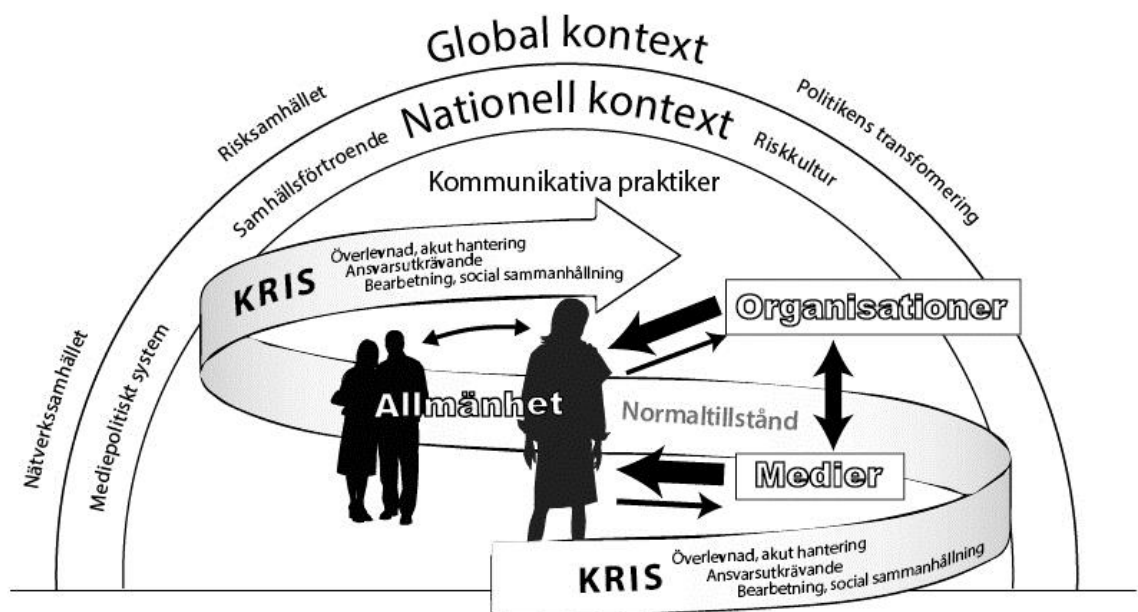
1.2 En modell för kriskommunikation ur ett medborgarperspektiv

En central ambition i projektet har varit att analysera de sociala och digitala mediernas roll med allmänhetens intressen och behov som utgångspunkt, det vill säga med ett medborgarperspektiv. Valet av perspektiv betyder att allmänhetens kommunikationsintressen sätts i centrum, inte organisationernas, och innebär att kriskommunikationens demokrati- och maktaspekter betonas, liksom kommunikationens betydelse för samhällets långsiktiga förmåga till återhämtning.

Det grundläggande medborgarperspektivet preciseras i en modell (se figur 1) och i följande sju centrala utgångspunkter:

1) Medborgarperspektivet utgår från att det finns resurser som allmänheten behöver få tillgång till när en kris inträffar, oavsett om dessa efterfrågas av varje enskild individ. Vid en kris behöver allmänheten för det första få information om situationen för att kunna agera och undvika skada, för det andra få kunskap om ansvarsförhållanden för att kunna bedöma agerandet och utkräva ansvar av inblandade beslutsfattare, samt för det tredje få stöd och kommunikativa möjligheter att bearbeta sina upplevelser.

Figur 1: Kriskommunikation med medborgaren i centrum



Grafik: Erik Eliasson

2) Såväl allmänhet som myndighetsföreträdare och journalister söker sig vid kriser till olika informationskällor för att förstå vad som pågår, ett agerande kallat sensemaking. När en kris inträffar förändras och förhandlas bilden av vad som sker. Kriskommunikationen bidrar därmed till en process av kollektivt meningsskapande både mellan enskilda individer och mellan allmänheten och representanter för inblandade organisationer.

3) De tre centrala aktörerna i kriskommunikationen utgörs av allmänhet, myndigheter och medier, och det kollektiva meningsskapandet sker genom kommunikativa praktiker i interaktion inom och mellan dessa aktörer.

Allmänheten består dels av direkt drabbade, dels av civilsamhället i stort. Genom egna erfarenheter samt socialt utbyte av erfarenheter och nätverkande skapar sig allmänheten en uppfattning om vad som sker.

Myndigheter bedriver strategisk kommunikation för att uppnå specifika syften. För krishanterande myndigheter handlar den operativa delen om att kommunicera för att rädda liv och minska skador, men också om att vinna kampen om gestaltningen av krisen.

Medierna larmar på eget initiativ i sin journalistik om faror och informerar om hur människor kan få hjälp, samtidigt som deras skildringar påverkar hur allmänheten uppfattar samhällets krisåtgärder. Public service-medierna i Sverige har dessutom vissa formella skyldigheter att bidra till kriskommunikationen.

4) Begreppen multimedial och multimodal kriskommunikation används för att fånga den mångfald av kommunikativa aktiviteter som sker i samband med en kris, då behovet av kommunikation är särskilt stort. För att fylla det använder inblandade aktörer olika plattformar, medier och källor samtidigt och i samverkan. Individer använder tv, radio, dator och mobil för att få veta vad som händer, och de ringer, chattar och följer sina nätverk i sociala medier. Journalister och representanter för myndigheter aktiverar på samma sätt sina olika kanaler och nätverk.

5) Individers medieanvändning tar sig ofta uttryck i stabila vanor, som påverkas av tillgängligt medieutbud och av individens kön, etniska bakgrund, utbildning, politiska intresse och – i mycket hög grad – generationstillhörighet. Att tillhöra en viss generation innebär erfarenheten av att växa upp i en specifik mediemiljö, som sedan tenderar att prägla generationen. Med utgångspunkt i en typologi av sociologen Zukin identifieras fem mediegenerationer, som präglas av de mediemiljöer som var dominerande under generationernas formativa ungdomsår (Zukin et al, 2006).

- För Radiogenerationen (födda -1946) var dagspressen etablerad sedan länge men de fick uppleva hur radion, som startade 1925, blev allt viktigare i mediemiljön.

- TV-generationen (1947-1964) upplevde starten av TV i Sverige 1956 samt hur TV-mediet successivt blev totalt dominerande.

- Datorgenerationen (1965-1976) var den första generationen där datorer, konsoler och TV-spel blev etablerade i mediebruket.
- Internetgenerationen (1977-1994) är den första där digitala medier blev en del av vardagslivet då dess formativa år sammanföll med internets snabba expansion.
- Mobilgenerationen (födda 1995 och senare) är den första som vuxit upp med total mobilitet och ständig uppkoppling, samt med tillgång till kontinuerligt socialt nätverkande i form av sociala medier som Facebook och Twitter.

6) Kriskommunikationen har specifika förutsättningar och måste för att bli begriplig studeras, tolkas och förstås i sin samhälleliga kontext, som dels handlar om typen av kris, och var och när den inträffat, dels om den samhällskontext som omgärdar krissituationen.

Samhällskriser kan typologiseras utifrån deras omfattning, vad som orsakar dem, hur snabbt de inträffar, eller vem eller vad som drabbas (Ulmer et al, 2007; Gundel, 2005).

I de övergripande samhälleliga förutsättningarna ser vi tre globala samhällsförändringar som särskilt betydelsefulla för kriskommunikationens utveckling: risksamhällets framväxt, politikens transformering, samt nätverkssamhällets expansion.

Enligt sociologen Ulrich Beck (1992) är risksamhället ett samhälle som i hög grad är sysselsatt med att organisera riskhantering för att åstadkomma en känsla av säkerhet och trygghet. Politikens transformering handlar dels om medialiseringen, dels om samhällsförtroendets erodering där förtroendet för politiska institutioner försvagas och den traditionella politikens inflytande minskar. Nätverkssamhällets framväxt är intimt förknippat med globaliseringen och den informationsteknologiska revolutionen (Castells, 2010). Ny informations- och kommunikationsteknologi möjliggör gränsöverskridande kommunikation i tid och rum, och snabbheten och gränslösheten i exempelvis sociala medier gör att det blir allt svårare att kontrollera kommunikationen (Eriksson, 2012; Falkheimer & Heide, 2010).

7) Förtroende, lärande och resiliens. I medborgarperspektivet, som är grunden för modellen, identifieras hantering, ansvarsutkrävande och bearbetning/återhämtning som centrala processer i samhällets krishantering. I alla dessa processer har kriskommunikation en helt avgörande roll. Begreppet resiliens innebär ett systems förmåga till återhämtning och motståndskraft mot störningar (Walker et al, 2004). Om inte medborgarna ges förutsättningar att kritisera, påverka och få upprättelse för misstag riskerar samhällskriser att leda till misstro mot de demokratiska institutionerna (Boin & 'tHart 2003). För beslutsfattare är det centralt att få till stånd ett meningsfullt utbyte med de olika aktörer och intressenter som är inblandade i krisen för att lära av begångna misstag och bygga förtroende (Olsson, Edling och Stern 2015).

1.2.1 Medborgarperspektivet: konkreta frågeställningar

Huvudfrågan för projektet har varit de digitala och sociala mediernas roll i kriskommunikationen med fokus på den akuta krisfasen. En central ambition

har varit att göra jämförande analyser där vi kan studera samtliga kriser på ett likvärdigt sätt.

Med utgångspunkt från modellen har vi formulerat följande frågeställningar:

- Hur sker kommunikationen mellan de tre huvudaktörerna ut i samband med olika samhällskriser? Hur använder journalister och myndigheter sociala och digitala medier i kriskommunikationen, hur förändras allmänhetens medieanvändning, och hur kombinerar olika grupper personkommunikation, traditionella nyhetsmedier och sociala medier vid kriser?
- Vilka är allmänhetens förväntningar på kommunikationen vid en kris; vad förväntar man sig av journalistiska nyhetsmedier, sociala medier samt av myndigheterna? Hur ser myndighetsföreträdare och journalister på kriskommunikation i allmänhet och sociala medier i synnerhet, och vilka uppfattningar finns om journalistikens respektive myndigheternas ansvar för kriskommunikationen?
- Hur uppfattas och värderas olika kommunikationsformer av allmänheten i samband med en kris? Vilket förtroende har allmänheten för myndigheternas och mediernas kommunikation och agerande i kriser?
- Finns det generella mönster vad gäller de olika aktörernas kommunikativa praktiker under olika typer av kriser, eller överskuggar de situationsbetingade förutsättningarna de generella dragen?
- Vad bör de som arbetar med kriskommunikation tänka på om de vill utveckla hållbara kriskommunikationspraktiker hos både medier och myndigheter, där allmänhetens behov och intressen placeras i förgrunden?

2. De tre huvudaktörernas kriskommunikation

På följande sidor resovisas resultatet av undersökningarna av allmänhetens, myndigheternas och nyhetsmediernas kriskommunikation vid de fem kriserna.

2.1 Krisvarning i det nya medielandskapet

En första fråga att besvara gäller hur förändringarna i mediasystemen påverkar larmfunktionerna, och framför allt vilken roll de digitala och sociala medierna har. Frågan är om det är varningsmeddelanden på radio/tv som gör att människor uppmärksammar faran, eller om det är meddelanden från vänner på Facebook, eller kanske fortfarande de tjutande sirenerna?

Hur människor nås av varningssignalerna kan bero på flera faktorer. Man kan förvänta sig att individernas ålder har betydelse, liksom den plats där han eller hon är då larmet går (Johansson, 2015). Man kan också anta att det ser olika ut för olika typer av fara.

Här undersöks hur människor nåts av två typer av larm, där det första gäller akuta faror i samband med de två bränderna i Halmstad och Västmanland, och det andra faror som vuxit fram successivt. De senare omfattar de båda socialt uppkomna krissituationerna i Göteborg och Husby, samt stormen Simone. Frågan har undersökts med hjälp av medborgarpanelerna, där respondenterna ombetts att kort beskriva hur de först nåddes av larmen, respektive fått den första informationen. Panelerna har skickats ut i direkt anslutning till de fem händelserna, till personer som varit mer eller mindre berörda genom att de bor vid eller i närheten av dem. Svaren har kodats om till ett fåtal fasta kategorier, och siffrorna viktats för kön, ålder och utbildning.

Resultaten visar att nära två av tre (59 %) som besvarat enkäterna i samband med bränderna har nåts av larmen via nyheter eller VMA i traditionella nyhetsmedier som webbtidningar, radio och TV (tabell 1). En närmare analys visar att det vid båda tillfällena var radiomeddelanden som nådde flest.

Tabell 1. Källa till larm för personer som drabbats av de två bränderna (procent, siffrorna viktade för ålder, kön och utbildning)

	Halmstads- branden	Skogsbrand i Västmanland	Total
Nyhetsmedierna	60	58	59
Såg själv/hörde av andra	16	29	26
Sociala medier	20	12	14
Sirener	4	–	1
Summa	100	100	100
Totalt antal	178	520	698

Relativt många fick också den första informationen genom personlig kommunikation, eller såg/upplevde bränderna själva. Totalt säger sig mer än var fjärde deltagare (26%) ha fått den första informationen på detta sätt. Särskilt vanligt var detta vid skogsbranden i Västmanland, då många fick en första kännedom om händelsen genom telefonsamtal, sms eller liknande.

Ungefär var sjunde person (14%) fick den första informationen genom sociala medier, som Facebook, Twitter och liknande. Till denna kategori har också förts dem som svarat att de fått den första informationen genom internet, utan att specificera närmare. Det betyder att där också kan finnas svar från personer som exempelvis fått den genom att läsa en dagstidnings nätupplaga.

Vid Halmstadsbranden var det också en mindre grupp som först nåddes av larmet när sirenerna kopplades på då vinden vände på lördagsförmiddagen. Då hade branden redan pågått ett halvt dygn.

Vid de tre andra händelserna, då det inte utgick några omedelbara larm, domineras det första informationsflödet i än högre grad av nyhetsmedierna (66%). Vid dessa händelser har också sociala medier en större betydelse, 16 procent, vilket är samma andel som för kategorin *såg själv eller hörde av andra*. Ett mindre antal har uppgivit andra källor, särskilt vid stormen Simone, då relativt många angett väderinstitut, utan att närmare specificera var man tagit del av rapporten (Tabell 2).

Tabell 2. Källa till första information vid tre händelser (procent, siffrorna viktade för ålder, kön och utbildning)

	Instagram, Göteborg	Husby- oroligheterna	Stormen Simone	Totalt
Nyhetsmedierna	58	76	67	66
Såg själv/hörde av andra	27	6	12	16
Sociala medier tot	15	19	16	16
Annat	0	0	5	2
Summa	100	100	100	100
Totalt antal	1 907	1 449	1 783	5 139

En närmare analys av svaren visar på ganska stora skillnader mellan olika åldersgrupper, så att nyhetsmedierna har större betydelse för äldre, och sociala medier större betydelse för yngre. Även den personliga kommunikationen hade större betydelse för de yngre än för de äldre.

Trots dessa skillnader var det i alla åldersgrupper genom nyhetsmedierna som flest nåddes av larmen/den första informationen.

2.2 Allmänhetens kriskommunikation

Svenskarnas medievanor har genomgått stora förändringar de senaste decennierna. Digital teknologi och nya mobila plattformar har påverkat vilka medier människor tar del av, och när och hur de gör det. Mest dramatisk har utvecklingen varit för papperstidningarna som tappat var tredje läsare sedan

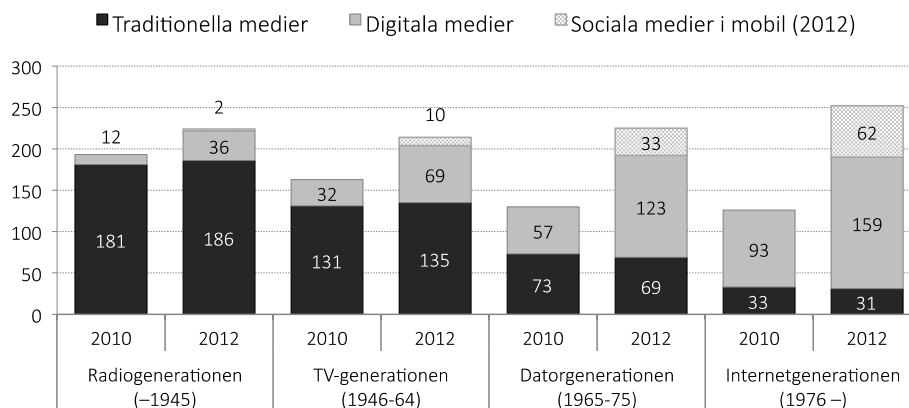
millennieskiftet. Samtidigt har andelen läsare på nätet ökat, men inte tillräckligt för att kompensera läsartappet för papperstidningarna. Under samma period har andelen som lyssnar på webbradio/podradio en genomsnittlig dag stigit, liksom andelen som tittar på tv/film via dator/internet (Mediebarometern 2014).

De förändrade medievanorna är en faktor som kan ha stor betydelse för kommunikationen i samband med kriser, eftersom medievalet i extraordinära situationer i hög grad styrs av vilka medier vi tar del av till vardags. Dessa medieval beror i sin tur på faktorer som ålder, kön, utbildning och etnicitet, och på det förtroende man har för olika nyhetsmedier (Westlund & Ghersetti, 2015; Westlund & Weibull, 2013).

Som tidigare nämnts antas de massmedier som dominerar under den så kallade formativa fasen i människors liv prägla en generations medieanvändning i fortsättningen. Människor tenderar att föredra de medier som var mest framträdande när de växte upp, och därför används i det följande begreppen Radiogeneration om personer födda 1945 eller tidigare, TV-generation om dem som är födda 1946-64, Datorgeneration om personer födda 1965-1975, och Internetgeneration om personer födda 1976 eller senare.

En analys av data från de nationella SOM-undersökningarna som utfördes 2010 och 2012 bekräftar dessa antaganden, samtidigt som de visar hur nya medieplattformar och -format snabbt förändrar medievanorna, särskilt bland de yngre (Figur 2).

Figur 2. Daglig medieanvändning i olika generationer 2010 och 2012 (procent, ackumulerat)



I figuren visas resultaten av en summering av de procentuella andelarna i respektive generation som uppger sig dagligen använda olika medieslag, uppdelat på traditionella medier, digitala medier och sociala medier i mobilen. Av figuren framgår hur de traditionella medierna dominerar starkt i de äldre generationerna, här benämnda Radio- och TV-generationerna, och hur de digitala medierna på motsvarande sätt dominerar i Dator- och Internetgenerationerna. Men det framgår också hur användningen av de

digitala medierna snabbt ökar, mest hos de yngsta om man mäter i absoluta tal, men procentuellt faktiskt snabbast bland de äldre.

Vid 2010 års undersökning mättes inte användningen av sociala medier i mobilen, varför man inte kan dra några slutsatser om utvecklingen på den punkten. Däremot kan konstateras att dessa 2012 framför allt användes av Dator- och Internetgenerationerna.

Med hjälp av Medborgarpanelen har också den faktiska medieanvändningen vid de fem kriserna undersökts. Ett första resultat är att medieanvändningen ökar vid kriser, och att man söker information i fler medier än man brukar använda till vardags. Särskilt stor är användningen av nyhetsmedier med möjlighet till snabba uppdateringar, framför allt webbtidningar (84%), men också TV (67%) och radio (55%). Strax under hälften av de svarande uppger att de använt något socialt medium (45%) eller nyheter i mobilen (41%), och var fjärde säger sig ha gått in på någon myndighets hemsida (25%). Ett andra resultat är att medieanvändningen varierar beroende på kris, på så sätt att sociala medier ökar i betydelse då krisen är utsträckt i tid.

En närmare analys visar att allmänheten utifrån sin användning av nyhetsmedier respektive sociala medier i de undersökta kriserna kan delas in i fyra kategorier med påtagligt olika medievanor under pågående kriser, där den största gruppen (63%) utgörs av Nyhetsbrukare, det vill säga storbrukare av nyhetsmedier och lågförbrukare av sociala medier. Gruppen karaktäriseras av att vara lite äldre och mer högtbildad än genomsnittet (Figur 3).

Näst största gruppen (26%) är Allanvändarna, som använder både nyhetsmedier och sociala medier. Internetgenerationen är överrepresenterad, liksom kvinnor och personer som känner oro. Även personer som är direkt berörda av kriserna är överrepresenterad här.

Figur 3. Daglig medieanvändning i olika generationer 2010 och 2012 (procent, ackumulerat)

		Nyhetsmedier	
		Låganvändare	Höganvändare
Sociala medier	Låganvändare	Medieundvikare 10 %	Nyhetsbrukare 63 %
	Höganvändare	Nätbrukare 2 %	Allanvändare 26 %

Källa: Medborgarpanelen 2012-2014.

Var tionde person (10%) kan räknas in i gruppen Medieundvikare, som varken använder nyhetsmedier eller sociala medier för att få mer information i någon högre grad. Män är överrepresenterade, liksom unga och de som inte känner sig berörda av krisen.

Den minsta gruppen är Nätbrukarna (2%), vilka är de som i hög grad använder sociala medier, men endast i liten utsträckning går till nyhetsmedierna.

Gruppen karaktäriseras av att de känner sig berörda, men inte oroliga, och den domineras av unga män.

2.3 Myndigheternas kriskommunikation

Inom kriskommunikationsforskning ligger fokus oftast på hur enskilda organisationer med hjälp av kommunikativa åtgärder hanterar en kris för den egna organisationen och det egna varumärket. Men myndigheternas roll vid kriser är mer komplex. För det första handlar deras krishantering inte bara om kommunikation, utan om att genomföra åtgärder som minskar krisens skadeverkningar. För det andra handlar myndighetens kriskommunikation inte primärt om den egna organisationen, utan om att kommunicera för att hjälpa och skydda andra. Frågan här är hur de hanterar detta i en tid där kriskommunikation utmanas av en förändrad mediemiljö med interaktivitet, ökad snabbhet och allt fler kanaler.

Analyserna bygger på intervjuer. Dels genomfördes sådana med 20 informationsansvariga på myndigheter med krisansvar 2012, samt fyra uppföljningsintervjuer 2015, då frågorna gällde informationsberedskap, organisering kring sociala medier samt synen på olika kanaler och aktörer i samband med kriser. Dels genomfördes intervjuer med 26 myndighetsföreträdare i samband med fyra av de kriser som undersökts i projektet: branden i Halmstad, oroligheterna i Husby, stormen Simone och skogsbranden i Västmanland. Frågorna då gällde hur man uppfattade krisen, vilka informationskällor man använt, hur man använt sociala medier, vad man lärt, samt vilka bedömningar man gjort av hur andra aktörer, som nyhetsmedier och medborgare, agerat kommunikativt.

2.3.1 Villkor och strategier för kriskommunikationen

I stort sett alla intervjuade anger den egna myndighetens webbplats som startpunkt och centrum för all extern kommunikation. Där ska pressreleaser och uppdaterad information finnas, och några menar att webbplatsen även är användbar för varningar. De flesta anser dock att andra kanaler då måste användas, som VMA, nyhetsmedier och Facebook. Vid kriser samarbetar myndigheterna med MSB, som driver webbplatsen www.krisinformation.se.

Generellt upplever myndigheterna att den nya mediemiljön, med egna hemsidor och sociala mediers möjlighet till direktkontakt med allmänheten, gett dem bättre kontroll över informationsflödet än tidigare. Samtidigt menar alla intervjuade att nyhetsmedierna fortfarande är centrala för distribution av information vid samhällskriser, särskilt i det akuta skedet. De menar också att de medieteknologiska förändringarna fått stora effekter: informationsutbytet går snabbare och pågår dygnet runt, möjligheten att rätta felaktiga uppgifter har blivit bättre och presskonferenser har spelat ut sin roll, utom just i krissituationer. Flera myndigheter har också positiva erfarenheter av deltagande i de chattar med allmänheten som medierna ibland anordnar.

2.3.2 Myndigheter om sociala medier i praktiken

Omvärldsbevakning av sociala medier kan vara viktig eftersom det där snabbt kan spridas information om uppkomna kriser, eller om händelser som kan utvecklas till en kris. I krisernas inledande skeden är därför både

myndighetskanaler, nyhetsmedier och sociala medier viktiga verktyg för att förstå situationen.

Generellt upplever myndigheter sociala medier som tillgångar i krissituationer, eftersom de där kan ge information till medier och föra en dialog med allmänheten. De upplevs också som en extra resurs om de egna hemsidorna kraschar, vilket ofta händer i akuta situationer då många behöver information samtidigt. Försök med webbaserade direktsändningar av presskonferenser upplevs positivt. Samtidigt upplevs hanteringen av sociala medier kräva stora resurser, beroende på att kommunikationen är svårkontrollerad och ställer krav på snabbhet och dialog mer eller mindre dygnet runt.

2.3.3 Fyra typer av medierelationer

Relationen till nyhetsmedierna beskrivs som positiva, särskilt i krisernas inledande skeden då de upplevs som hjälpsamma med att sprida information. Myndigheterna uppskattar de webbaserade mediernas snabbhet, och menar att det brukar vara lätt att få felaktiga uppgifter korrigerade. Samtidigt upplevs som onödigt arbetskrävande att samma mediehus ibland publicerar på många plattformar, utan att dessa samordnar sin informationsinhämtning. Flera myndigheter upplever också som problematiskt att mycket kraft går åt till att serva riksmidier, som ofta betyder mindre för krishanteringen än de lokala nyhetsmedierna med närmare relationer till dem som drabbas av krisen.

Även om myndigheterna generellt upplever att den nya teknologin gjort dem mindre beroende av nyhetsmedierna i kriser, så finns betydande olikheter i deras mediestrategier. I intervjumaterialet som helhet kan utläsas fyra olika relationer, beroende på graden av kontroll och upplevd konflikt. Relationerna ska uppfattas som renodlade typer – i verkligheten befinner sig de flesta myndigheter någonstans mellan två eller flera av dessa positioner (Figur 4).

Figur 4. Fyra typer av medierelationer och deras konsekvenser för sociala mediestrategier

		Konflikt	
		Låg	Hög
Kontroll	Låg	(1) Medspelare	(2) De traditionella
	Hög	(3) De självtillräckliga	(4) Maktspelare

Den första positionen kan kallas *Medspelarna* – relationen till medierna präglas av samsyn. Man förväntar sig god hjälp av medierna, och får den oftast, vilket innebär att man inte anstränger sig nämnvärt i arbetet med de sociala medierna.

De traditionella upplever ibland medierapporteringen som negativ och vinklad, men man anstränger sig ändå inte för att utveckla arbetet med de sociala medierna, utan fortsätter att kämpa med nyhetsmedierna.

De självtillräckliga upplever sig ha god kontroll över dagordningen. De upplever sig inte särskilt beroende av nyhetsmedierna, men utvecklar ändå sociala mediestrategier, och menar sig kunna få ut de budskap de vill.

Maktspelarna har en konfliktorienterad syn på medierna, och utvecklar arbetet med sociala medier för att ta kontroll över dagordningen, eftersom man är missnöjd med hur mediebilderna brukar se ut.

2.4 Nyhetsmediernas rapportering i kriser

Mediernas rapportering i samband med kriser har stor inverkan på hur allmänheten uppfattar händelserna, hur människor skapar mening i kaoset, och hur de planerar eventuella egna åtgärder.

Med hjälp av den digitala tekniken har rapporteringen blivit mycket snabbare; medan det tog timmar för de snabbaste medierna att få ut nyheten om tsunamin 2004 tog det mindre än fyra minuter för den norska tidningen Verdens Gang att få ut de första bilderna online efter bombexplosionen i Oslo i juli 2011. Den stora skillnaden är den digitala medieteknologin, som idag är en integrerad del i journalisternas verktygslåda, och som gör att de sekundsnabbt kan lägga ut bilder och ögonvitnesskildringar.

Här analyseras journalisternas syn på sin egen roll, samt hur de värderar sociala medier i kriser. Analysen bygger på en postenkät 2011 och två webbenkäter 2012 och 2014 till yrkesverksamma journalister, samt basintervjuer med fyra nyhetschefer och intervjuer med 74 journalister i samband med de undersökta kriserna.

Webbenkäterna visar att journalister betraktar krisrapportering som intressant genom att den ”höjer den egna pulsen” och gör journalisterna ”mer taggade”. Samtidigt är den psykiskt påfrestande och innebär en ökad arbetsbelastning.

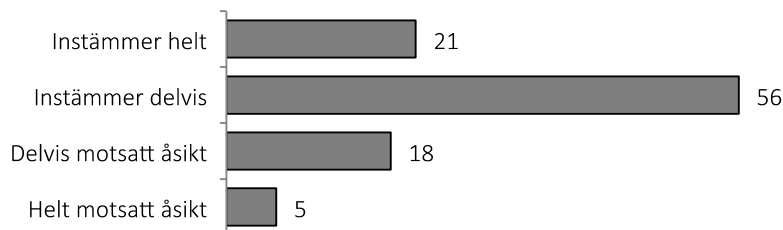
Sociala medier betraktas som mer betydelsefulla i kriser än till vardags. Dock finns en ökad skepsis bland journalisterna om nyttan med de sociala medierna i det redaktionella arbetet. Ändå är journalister storanvändare av sociala medier: 2014 använde sig mer än två av tre journalister (68 %) av dem dagligen i arbetet, bland annat för att hitta intervjupersoner där de saknar egna kontaktnät, något som särskilt nämns av storstadsjournalisterna exempelvis då de bevakade skogsbranden i Västmanland.

2.4.1 Journalisters inställning till ansvaret vid kriser

Med undantag för att begära sändning av VMA i public servicemedierna har svenska myndigheter inga befogenheter att styra mediernas krisrapportering. Samtidigt är det oklart vilket självpåtaget ansvar journalister anser sig ha. Frågor om detta har ställts dels i intervjuer, dels i journalistenkäten 2011. I intervjuerna betonar journalisterna att man ska rapportera vad som sker oberoende av myndigheter och konsekvenser, samtidigt som man understryker vikten av att ge allmänheten god information.

Svaren på enkätundersökningen visar att tre journalister av fyra ändå menar sig ha ett ansvar för hur samhället lyckas hantera kriser. Drygt var femte (21%) instämmer helt och mer än hälften (56%) instämmer delvis (Figur 5).

Figur 5. Journalisters inställning till eget ansvar för hur samhället ska lyckas hantera en kris (procent)



Frågan som ställdes var: "Vilken är din åsikt om följande påstående: Journalister har ett mycket stort ansvar för hur samhället lyckas hantera en kris." Totalt har 1 391 journalister svarat på frågan.

I webbenkäterna, som 2012 och 2014 besvarades av sammanlagt 1 657 journalister, ställdes frågor om vilka uppgifter medierna bör ha i krisers akuta respektive uppföljande faserna. Svaren grupperar sig i tre dimensioner, med fokus på aktualitet i nyhetsrapporteringen (aktualitetsdimensionen), granskning och ansvarsutkrävande (granskningsdimensionen) och att motverka oro och splittring (trygghetsdimensionen).

Inom *Aktualitetsdimensionen* samlas de journalister som betonar snabb rapportering, och som mer än andra har uppfattningen att allmänintresse kan få gå före etiska hänsyn.

Granskningsdimensionen omfattar de journalister som värderar noggrann faktakontroll högt, liksom att ge röst åt drabbade, utkräva ansvar och förklara sammanhangen.

Inom *Trygghetsdimensionen* återfinns journalisterna som anser det rätt att bistå myndigheterna i att föra ut information och bidra till att motverka panik och oro. Här finns också de som instämmer i att medierna bör lugna och trösta, och bidra till att hålla samman nationen.

Andelen journalister som samlas inom de olika dimensionerna är olika stora i olika skeden av krisen. Fler faller in under aktualitets- och trygghetsdimensionerna i krisens inledande skede, medan andelen i granskningsdimensionen ökar påtagligt i ett uppföljande skede.

Sammantaget omfattar granskningsdimensionen flest journalister, följt av aktualitetsdimensionen och sist trygghetsdimensionen.

2.4.2 Om att bistå myndigheter med att sprida information

Journalisternas självpåtagna ansvar framgår också av att det enligt enkätundersökningarna är 35 procent av journalisterna som instämmer i att medierna bör bistå myndigheterna med att föra ut information i kriser. Om även de inkluderas som instämmer delvis stiger andelen till 56 procent, vilket betyder att en majoritet av journalisterna i själva verket anser det rimligt att

medierna hjälper myndigheterna med detta, något som även torde tillmötesgå allmänhetens intresse.

Enkätsvaren ser ut att skilja sig från de som ges i journalistintervjuerna, där både reportrar och nyhetschefer understryker vikten av att hålla en rågång mellan myndigheternas och mediernas olika roller. Förklaringen kan ligga i enkät- och intervjufrågornas delvis olika utformning. Intervjuerna frågar efter mediernas ansvar, vilket kan uppfattas som vad medierna måste göra, medan enkäterna frågar efter vad medierna bör göra, det vill säga frivilligt åta sig. Resultatet kan tolkas som att journalisterna inte anser att medierna är skyldiga att bistå myndigheterna, men att det är bra om de gör det ändå.

2.5 Allmänhetens bedömning av kriskommunikationen

Allmänhetens uppfattningar om kriskommunikationen har undersökts dels i de webbenkäter som sänts ut i anslutning till de fem undersökta kriserna, dels genom fokusgruppsintervjuer och individuella intervjuer.

Den generella uppfattningen om mediernas nyhetsrapportering i samband med de undersökta kriserna är att den varit bra. Men det är ganska stora skillnader mellan de undersökta kriserna. Vid fysiska kriser som bränderna och stormen Simone är betyget mycket positivt, medan de kritiska är betydligt fler vid de socialt framkallade kriserna (Tabell 3).

Tabell 3. Uppfattningar om mediernas rapportering vid olika kriser (procent)

	Halmstads- branden	Skogs- branden	Stormen Simone	Instagramoroligheter		Husby- oroligheter
				Kränkning	Gatuoro	
Bra	73	66	61	39	43	33
Varken bra el. dålig	15	24	24	39	37	34
Inte bra	12	10	15	22	20	33
Summa	100	100	100	100	100	100
N=Antal svar	137	510	1 773	1 902	1 850	1 421
Balans: pos-neg	+61	+56	+46	+17	+23	±0

Frågan löd: Hur tycker du att nyhetsmedierna har rapporterat om [branden/stormen etc]. Tabellen är viktad för ålder, kön och utbildning.

I fokusgrupperna och i panelernas öppna svar beröms mediernas bevakning av bränderna och stormen i termer av snabbhet och korrekthet, medan den svaga kritiken handlar om motsatsen, att de i vissa fall varit långsamma eller har brustit i faktakontroll. I de två socialt framkallade kriserna handlar kritiken om vilka perspektiv medierna intagit, och vilka aspekter av verkligheten som lyfts fram. Berömmet har på motsvarande sätt handlat om att man tycker medierna intagit positioner som varit i linje med den egna uppfattningen.

Det är tydligt att allmänheten vid Husby- och instagramoroligheterna snarast uppfattar nyhetsmedierna som motståndare eller allierade i en ideologisk samhällsdiskussion, medan man i fallen med stormen och bränderna snarare uppfattar medierna som informationskällor till skydd för den egna säkerheten.

Närmare analyser visar att olika grupper bedömer nyhetsmediernas krisrapportering på olika sätt. De äldre generationerna är mer nöjda med bevakningen än de yngre, och vid ett par av kriserna visar sig drabbade och icke drabbade värdera nyhetsrapporteringen påtagligt olika. Vid stormen Simone visar sig de som verkligen drabbats av blåsten (som blev stark i sydligaste Sverige) vara mer nöjda än andra. Vid oroligheterna i Husby var tvärtom de som på ett eller annat sätt personligen drabbats mindre nöjda än andra nyhetskonsumenter. Vid övriga kriser var skillnaderna små.

2.5.1 Åsikter om myndigheternas kriskommunikation

Att undersöka åsikter om myndigheternas information i samband med kriser innebär en del problem, bland annat för att det kan vara oklart vilka myndigheter som avses i frågan. Vid två av de undersökta händelserna – Halmstadsbranden och oroligheterna i Husby – har frågan i alla fall ställts, i det senare fallet preciserat till polisens information. Frågan har ställts med öppna svar, som kodats om till kategorierna positiva, neutrala eller negativa.

Tabell 4. Bedömning av myndighetsinformationen i Halmstad och Husby (procent)

	Halmstadsbranden	Husbyoroligheterna
Positiva	37	25
Neutrala, både/och	12	21
Negativa	26	31
Ingen åsikt	25	23
Summa %	100	100
N=Antal svar	169	1 017

Frågan löd: Vilket är ditt intryck hittills av myndighetsinformationen om branden i Halmstads hamn/polisens information?

Resultaten visar att det i Halmstadsbranden är fler som är positiva än negativa till myndighetsinformationen, medan det i Husby är tvärtom. Berömmet vid Halmstadsbranden handlar om tre saker: om användningen av Facebook, om användningen av webbtjänsten Bambuser för offentligt sända presskonferenser, samt positiva omdömen om hemsidan. Berömmet för informationen på Facebook handlar om att den var tillgänglig även då kommunens hemsida kraschade. Just det sistnämnda är det som dominerar i kritiken i Halmstadsfallet.

Kritiken som riktas mot polisens information vid Husbyoroligheterna handlar om vad man uppfattar som felaktig information, framför allt i samband med att den knivbeväpnade mannen sköts, om rasistiska tillmälen mot protesterande ungdomar, samt om anpassning till vad som anses politiskt korrekt.

De som lämnat positiva kommentarer har skrivit om att polisens talespersoner varit sakliga. Man uppfattar det också som positivt att polisen börjat kommunicera genom sociala medier som Twitter och Facebook.

3. Ändrade styrkeförhållanden

Analysen av kommunikationen vid de fem samhällskriserna visar att de digitala och sociala medierna idag finns med överallt när kriser inträffar. För allmänheten, myndigheterna och medierna har tillkomsten av digitala och sociala medier inneburit fler plattformar, men också förskjutningar i kontrollen över kommunikationssituationen, vilket lett till nya inbördes styrkeförhållanden.

För allmänheten innebär de digitala plattformarna en förstärkning av de kommunikativa resurserna, och därmed ökade möjligheter att hantera akuta krissituationer. Människor upplever det som självklart att använda de digitala medierna och de nya plattformarna, både för inhämtning och spridning av information och för att tillsammans med andra skapa mening i den obekanta situationen. De sociala medierna används också för att gemensamt organisera insatser i familjer, sociala nätverk och i lokalsamhället. De ger bättre kontroll över situationen och uppfattas i huvudsak positivt, om än med viss skepsis när det gäller budskapens trovärdighet och källornas tillförlitlighet.

Samtidigt visar analyserna på betydande variationer mellan generationerna. Gemensamt för alla är dock att användningen av nyhetsmedier ökar vid kriser, även av sådana man annars sällan tar del av.

Även för kriskommunicerande myndigheter är de digitala och sociala medierna självklara och viktiga resurser. Alla använder dem, även om det är stor variation i graden av professionalitet och i hur integrerade de är i det dagliga kommunikationsarbetet. Möjligheten att snabbt få ut information upplevs som viktig om också resurskrävande, och många uppskattar möjligheten till direktkommunikation med allmänheten. Myndigheterna upplever också att digitala medieplattformar gett ökad kontroll över budskapen i relationen till nyhetsmedierna.

Genom sin snabbhet, tillgänglighet och möjlighet till realtidsjournalistik är dock nyhetsmediernas rapportering på webben fortfarande allmänhetens viktigaste informationskälla vid kriser. För journalister utgör sociala medier viktiga resurser för att få tillgång till fler och nya källor, både hos myndigheter och allmänhet med förstahandinformation om krisen. Samtidigt innebär de digitala plattformarna att journalisternas möjlighet att agera gate-keepers har minskat. Deras informationsövertag utmanas, både av allmänheten och av myndigheterna, genom informationsspridning och gestaltning av pågående kriser i de sociala nätverken.

Referenser

- Beck, Ulrich (1992). *Risk society: Towards a new modernity*. London: Sage.
- Boin, Arjen, & 't Hart, Paul. (2003). Public Leadership in Times of Crisis: Mission Impossible? *Public Administration Review*, 63(5), 544-553.
- Castells, Manuel (2010). *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture Volume I. (2nd Edition with a New Preface)*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Eriksson, Mats (2012). On-line strategic Crisis communication: In Search of a descriptive model approach, *International Journal of Strategic Communication*, 6:4, 309-327
- Falkheimer, Jesper & Heide, Mats (2010). Crisis communicators in change: From plans to improvisations. I Coombs, W. Timothy & Hollady, Sherry J. (Red.) (2010). *The handbook of crisis communication*. Chichester: Wiley-Blackwell, s. 511-526.
- Ghersetti, M. and Westlund O. (2013). Medieanvändningens vägskäl i kris och till vardags. In: Bergström, Annika och Henrik Ekengren Oscarsson (red): *Vägskäl. 43 kapitel om samhälle, opinion och media*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Gundel, Stephan (2005). Towards a New Typology of Crises. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 13(3), 106-115.
- Johansson, Bengt (2015). "Hesa Fredrik, krisappar och larm via radio & TV", i Bergström, Annika; Johansson, Bengt, Oscarsson; Henrik & Oskarsson, Maria (red). *Fragment*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Länsstyrelsen i Västmanlands län (2014). *Skogsbranden i Västmanland 2014. En dokumentation utgiven av Länsstyrelsen i Västmanlands län*.
- Mediebarometern 2014 (2015). Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Olsson, Eva-Karin, Edling, Erik & Stern, Eric (2015). Crisis Communication and Community Resilience: Exploring Symbolic Religious Provocations and Meaningful Exchange." In Bach, Robert red. *Strategies for Supporting Community Resilience: Multinational Experiences*. CRISMART Volume 41. Swedish Defence University: Stockholm.
- Sjökvist, Aud. (2015). *Skogsbrandsutredningen*.
<http://www.regeringen.se/contentassets/ba8bf19ab7394bfeb2bc2a18b0751c54/rapport-fran-skogsbrandsutredningen>
- Ulmer, Robert, Sellnow, Timothy L. & Seeger, Matthew W. (2007). *Effective Crisis Communication. Moving from Crisis to Opportunity*. London: Sage.
- Walker, Brian, Holling, Crawford S, Carpenter, Stephen R, & Kinzig, Ann (2004). Resilience, adaptability and transformability in social--ecological systems. *Ecology and Society*, 9(2).
- Westlund, Oscar & Ghersetti, Marina (2015). Modelling News Media Use: Positing and applying the GC/MC model to the analysis of media use in everyday life and crisis situations. *Journalism Studies*, 16(2), 133-151.
- Westlund, Oscar & Weibull, Lennart (2013). Generation, life course and news media use in Sweden 1986–2011. *Northern Lights*, vol. 11, 147-173.
- Zukin, Cliff, Keeter, Scott, Andolina, Molly, Jenkins, Krista, & Delli Carpini, Michael X. (2006). *A New Engagement? Political Participation, Civic Life, and the Changing American Citizen*. New York: Oxford University Press.

