

En stormig höst

Studier av mediebilder och kriskommunikation

Karl-Arvid Färm, Lena Jendel, Lars Nord,
Mats Eriksson och Eva-Karin Olsson



DEMICOM

En stormig höst

Studier av mediebilder och kriskommunikation

Karl-Arvid Färm, Lena Jendel, Lars Nord, Mats Eriksson, Eva-Karin Olsson

DEMICOM
Mittuniversitetet
2015

Författare: Färm, K-A, Jendel, L, Nord, L, Eriksson, M & Olsson, E-K

Utgiven av: DEMICOM, Mittuniversitetet, 2015, Sundsvall

Rapportserie: nr 28

ISBN 978-91-88025-15-9

© Författarna och Mittuniversitetet 2015

www.miun.se/demicom

SAMMANFATTNING

Måndagen den 28 oktober 2013 utfärdade SMHI en klass 3-varning för vindstyrkor upp emot orkanstyrka i byarna längs hela Sveriges västkust, från Skåne till norska gränsen. Myndigheternas krisberedskap mobiliserade, likväl som ansvariga för myndigheternas kriskommunikation. Även medierna mobiliserade, och den annalkande stormen Simone blev snabbt dominerande i nyhetsflödet. Den 5 till 7 december 2013 var det dags igen, när Stormen Sven drabbade södra och mellersta Sverige.

Det finns flera anledningar till att det är extra viktigt att samla och analysera erfarenheterna från samhällets kriskommunikativa samspel just vid stormarna Simone och Sven. Först och främst för att händelser som dessa påverkar samhället i grunden. Vidare orsakar stormarna omfattande materiella skador och svåra störningar i viktiga samhällsfunktioner, som strömförsörjning och kommunikationer.

Nya möjligheter fanns nu för alla berörda aktörer att kommunicera i realtid före, under och efter stormarna. Stormarna Simone och Sven inträffade vid en tidpunkt då det svenska (och internationella) medie- och kommunikationslandskapet under ett drygt decennium genomgått snabba förändringar och blivit digitalt och mobilt i en helt annan omfattning än vid tidigare inträffade och studerade stormar.

Överlag var de myndigheter som ingår i denna studie nöjda med kriskommunikationen, både den egna och mediernas och de har uppfattningen att medborgarna också var tillfreds. Medan myndigheter i andra typer av extraordinära händelser kan vara mycket kritiska till mediernas rapportering upplevde de under stormarna att bevakningen var saklig och relevant och till stor hjälp i det egna arbetet med att varna allmänheten.

Mediebevakningen kring Simone och Sven hösten 2013 är inte främst intressant som en studie av hur medierna hanterade en unik situation, utan snarare som ett exempel på hur de hanterar en situation som i framtiden lär bli allt vanligare. Stormar lär i större utsträckning komma att bli ett vanligt inslag under vissa årstider.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

SAMMANFATTNING	3
INNEHÅLLSFÖRTECKNING	4
FÖRORD	5
NYA STORMAR OCH NYTT MEDIELANDSKAP.....	6
HÄNDELSEÖVERSIKT OCH KALENDARIUM	9
STORMARNA OCH MYNDIGHETERNA	11
Hur såg kommunikationen ut?	12
Mediebilden av stormarna	13
Påverka mediebilden	14
Hur kommunicerar man lagom?	15
Syften med närvaron i sociala medier.....	17
Möjligheter och svårigheter med sociala medier.....	19
Myndigheternas lärdomar.....	20
Jämförelse mellan Simone och Sven.....	22
SAMMANFATTNING	23
STORMARNA OCH MEDIERNA.....	25
Reslutat	25
Omfattning	26
Användning av olika medieformer i de olika medierna	28
Centrala aktörer.....	30
Källor och förekomster	30
Vinkling.....	33
Ansvar.....	35
Gestaltningar	37
Kontextuell gestaltning.....	38
Rapporterad skadegörelse och störningar under stormarna	38
Samspelet mellan nyhetsmedier och sociala medier	40
Omnämning av sociala medier	40
Länkar till externa hemsidor	41
Användargenererat material och ursprung i sociala medier	42
AVSLUTANDE DISKUSSION.....	44
REFERENSER	47
Muntliga källor	48
INTERVJUMANUAL MYNDIGHETER.....	49
RAPPORTER FRÅN DEMICOM	50

FÖRORD

Syftet med denna rapport är att granska kriskommunikationen och medierapporteringen kring två höststormar i Sverige under senare delen av 2013. Materialet bygger på intervjuer av myndighetsföreträdare och en innehållsanalys av mediernas webbplatser och sociala medier.

Forskningsassistent Lena Jendel har svarat för insamling och analys av myndigheternas kriskommunikation, medan forskningsassistent Karl-Arvid Färm genomfört den kvantitativa innehållsanalysen. Docent Eva-Karin Olsson har svarat för intervjuer av journalister. Docent Mats Eriksson har bidrag med en kriskommunikativ översikt.

Rapporten är den femte publikationen inom projektet *DIGKRIS* (Den digitala kriskommunikationens villkor) vid centrumbildningen *DEMICOM*, Mittuniversitetet i Sundsvall. Projektet pågår 2013-2016 och finansieras ur regeringens anslag för krisberedskap. Uppdragsgivare är Samverkansområde Ekonomisk Säkerhet (*SOES*) genom Försäkringskassan. Myndigheten för Samhällsskydd och Beredskap samordnar projektet. För den tekniska produktionen av rapporten svarar Mats Johansson, Kerstin Nyström och Christina Olsson.

Sundsvall den 10 november 2015

Lars Nord
Professor
Projektledare

NYA STORMAR OCH NYTT MEDIELANDSKAP

Måndagen den 28 oktober 2013 utfärdade SMHI en klass 3-varning för vindstyrkor upp emot orkanstyrka i byarna längs hela Sveriges västkust, från Skåne till norska gränsen. Myndigheternas krisberedskap mobiliserade, likväl som ansvariga för myndigheternas kriskommunikation. Även medierna mobiliserade, och den annalkande stormen Simone blev snabbt dominerande i nyhetsflödet. Den 5 till 7 december 2013 var det dags igen, när Stormen Sven drabbade södra och mellersta Sverige. Än en gång kraftsamlade medier, journalister samt myndigheternas kommunikatörer för att varna och kommunicera bilden av stormen till medborgarna såväl före, under som efter de kritiska stormdygnen.

Det finns flera anledningar till att det är extra viktigt att samla och analysera erfarenheterna från samhällets kriskommunikativa samspel just vid stormarna Simone och Sven. Först och främst för att händelser som dessa påverkar samhället i grunden. I samband med stormarna omkom nio personer i Sverige (kan jämföras med den stora skogsbranden i Västmanland 2014 där en person omkom). Vidare orsakar stormarna omfattande materiella skador och svåra störningar i viktiga samhällsfunktioner, som strömförsörjning och kommunikationer.

Nya möjligheter fanns nu för alla berörda aktörer att kommunicera i realtid före, under och efter stormarna. Stormarna Simone och Sven inträffade vid en tidpunkt då det svenska (och internationella) medie- och kommunikationslandskapet under ett drygt decennium genomgått snabba förändringar och blivit digitalt och mobilt i en helt annan omfattning än vid tidigare inträffade och studerade stormar som exempelvis vid Gudrun samt kraftigt snöoväder i Gävle (Eriksson 2006; Hede, Enander & Lajksjö 2007; Hedman 1999; Larsson 2008).

Myndigheterna, medierna men även medborgarna hade nu möjlighet att fullskaligt utnyttja de ”nya” möjligheterna att näst intill i realtid informera och kommunicera om stormarnas framfart via bloggar, sociala medier, live-TV och andra mobila kommunikationsteknologiska lösningar (Hoang 2015). Allt fler svenska myndigheter arbetar idag med exempelvis Facebook och Twitter som verktyg i sin kriskommunikation (Eriksson 2014; Ottestig 2015). Samtidigt har nyhetsmedierna i allt högre grad börjat använda olika lösningar för realtidförmedling av stora nyhetshändelser via on-line upplagor, appar och live-TV sändningar via Internet (Hinderson 2013). Dessutom använder idag en övervägande del av den svenska befolkningen senare generationer av mobiltelefoner med förändrade kommunikativa möjligheter att både ta del av, samt bidra själv, till nyhetsflödet vid stora nyhetshändelser (Nordicom 2014).

De traditionella mediernas makt att forma bilden av krisen påverkas sannolikt av denna utveckling. I detta ”nya” kriskommunikativa landskap med nya möjligheter för alla berörda menar många att mediernas tidigare makt att fungera som gatekeeper och därigenom själv forma bilden av det inträffade har minskat (Bechman 2012). Till skillnad från tiden före Internet anses hypotetiskt

varken organisationer med krishanteringsansvar eller medborgaren längre vara tvungna att gå via de etablerade massmedierna för att kunna varna, kommunicera med varandra och sprida information i dylika krissituationer (Karlsson 2008). Men trots kommunikationsteknologins potential att kommunicera om exempelvis stormar utan inblandning av massmedier så slog vid stormen Simone flera svenska massmedier tidigare användarrekorde för sina on-lineupplagor.

Under det mest akuta dygnet när stormen drog in över Sverige hade exempelvis Aftonbladet sitt dittills ”bästa” trafikdygn i sina digitala kanaler med 8,6 miljoner (8 636 212) besökare. I de digitala kanalerna erbjöds det realtidsrapportering via live-TV och ”mobilpushar” (Medievärlden 2013). Frågan om en eventuell maktförskjutning i kriskommunikationen kan alltså vara extra intressant att studera i samband med stormen Simone och Sven.

En ytterligare anledning till att studera det kriskommunikativa samspelet vid Simone och Sven är att stormar förmodligen kommer att bli både vanligare och kraftfullare i framtiden, som en följd av klimatförändringar. Dessutom kommer stormarna sannolikt att omfatta större geografiska områden än idag (Rummukainen 2012). Prognoserna för framtiden är inte fullt samstämmiga, men redan idag har kostnaderna för stormskador ökat i de flesta länder (Mendelsohn, Emanuel, Chonabayashi och Bakkensen 2012). Effekten blir förmodligen att stormar kommer att få ökat utrymme i myndigheters krisberedskapsarbete, mediernas rapportering samt i medborgarnas medvetande i framtiden. En undersökning genomförd av organisationen Earth Hour visar också att framtida stormars effekt på samhället är något som i mycket hög grad oroar svenskarna (DN 2015-03-24).

En ytterligare anledning till vikten av att studera stormarna som kriskommunikativt fenomen är att varseblivning av hot/risk för stormar är ett relativt expertberoende. Den enskilde medborgaren har svårt att upptäcka riskabla framtida väderomslag utan experters hjälp. Samtidigt är stormen till skillnad från vissa andra risker och hot, ändå förhållandevis förutsägbar för allmänheten inom en snävare tidsram, till skillnad från vissa andra typer av naturkriser. Experter som meteorologer och hydrologer kan sägas vara samhällets förlängda sinnesorgan när det gäller att varsebli och förstå omfattningen av annalkande och pågående allvarliga väderstörningar (jfr Beck 2000). Vid sådana risker blir allmänheten extra beroende av de bilder och varningar som konstrueras och förmedlas av experter (vid myndigheter) och medier, eftersom situationen är svårbedömbart för gemene man. När stormen väl har slagit till, kan dock den enskilde medborgaren vanligtvis själv och på nära håll ta del av dess effekt och eventuella förödelse.

Stormnyheter kan beskrivas som ”bra” nyheter som också utgör en del av mediernas uppdrag. Hvitfelt (2003) menar att massmedierna prioriterat att skildra det hotfulla och spektakulära, vilket gör nutida och framtida stormar till en ”bra” nyhet utifrån kriterierna för nyhetsvärdering. Nyheter om stormar och orkaner relaterar vanligen till journalistiskt dramaturgiska grepp eftersom de är sensationella, exotiska och till viss del förutsägbara/prognosbara, samtidigt som de inte sällan berör många människor, vilket också leder till stort

medieintresse/utrymme (se t.ex. Jarlbro 2004; Tierney, Bevc och Kuligowski 2006). Samtidigt ligger det i de svenska massmediernas roll och uppdrag (och framförallt massmedierna inom public service sektorn, i samspel med myndigheterna) att korrekt och sakligt informera och varna medborgare/mediepublik inför exempelvis annalkande stormar.

Sammanfattningsvis föreligger därför flera skäl för att närmare studera kriskommunikationen i samband med de två stormarna över södra Sverige hösten 2013. Dels pekar utvecklingen mot att stormar blir allt vanligare till följd av klimatförändringarna, varför det är viktigt att samla erfarenheter och dra lärdomar av hur kriskommunikationen har fungerat vid sådana händelser. Dels ger den snabba teknikutvecklingen på medieområdet myndigheter, medier och medborgare helt nya möjligheter till snabb och interaktiv kommunikation på digitala och mobila plattformar, vilket innebär såväl nya möjligheter som problem för en effektiv kriskommunikation.

Den här rapporten handlar om stormarna Simone och Sven ur ett kriskommunikativt perspektiv, med särskilt fokus på myndigheternas kommunikation och mediernas rapportering. Flera frågor framstår som centrala i sammanhanget: Hur varnar myndigheterna på ett rimligt sätt för att allmänheten ska förbereda sig, men inte bli alltför uppskrämd?

Hur undviks risken att medborgarna betraktar en överdriven varning som en anledning att inte ta nästa stormvarning på allvar? Vilken roll spelar medierna i den typ av kriskommunikation som följer av extrema väder, och vilken betydelse har de sociala medierna?

Närmast följer ett avsnitt som behandlar myndigheternas kommunikation i samband med de två stormarna. Därefter följer en redovisning av nyhetsmediernas rapportering och relationer till sociala medier. Avslutningsvis diskuteras resultaten och de samlade erfarenheterna av kriskommunikationen i de här fallen och vilka lärdomar som kan dras inför liknande händelser i framtiden. Allra först redovisas dock kortfattat de centrala händelseförloppen vid de båda stormarna.

HÄNDELSEÖVERSIKT OCH KALENDARIUM

Stormen Simone

- **26/10 (lördag):** Medierna rapporterar om att en stor storm beräknas dra in över Storbritannien på söndag kväll (och som där tros bli den värsta som drabbat landet sedan 1987). Sedan tros den komma in över Sveriges sydvästra kust under måndag kväll. Jämförelser görs med stormen Gudrun, som drabbade stora delar av Sverige i januari 2005.
- **27/10 (söndag):** SMHI utfärdar en klass 2-varning och säger att det kan nå klass 3 i Halland. Mycket skrivs om att finalen i allsvenskan mellan Malmö FF och Elfsborg på måndagskvällen ska behöva ställas in. Flera tåg ställs in på måndagen.
- **28/10 (måndag):** Den 28 oktober är dagen då stormen når Sverige, och under dagen varnas det för kaos med rapporter om att en man har dött i Danmark. Man bestämmer sig för att spela finalmatchen och när stormen väl når Sverige så orsakar den viss oreda men ganska snart därefter står det klart att situationen inte blivit så allvarlig på de flesta ställen.
- **29/10 (tisdag):** Medierna växlar mellan att rapportera om de skador som Simone orsakat och att påpeka att stormen inte slog så hårt som väntat. Enligt meteorologerna klarade sig Göteborg oväntat bra, medan Malmö och Skåne fick uppleva värre konsekvenser. En diskussion om huruvida SMHI har gjort ett misstag när de utfärdat klass 3-varningar i och med att stormen sedan har varit relativt lindrig.
- **30/10-1/11:** Fortsatta rapporter om skador och stormens kostnader balanseras ut med fortsatt diskussion om huruvida SMHI har delgivit felaktig information. I vissa fall hävdas det att varningarna kostat samhället stora summor i och med att lokaltrafik och andra samhällsfunktioner kan ha stoppats i onödan. Även om skadorna främst i Malmötrakten och på landsbygden i vissa fall är stora så har ingen människa förlorat livet på svensk mark till följd av stormen.

Stormen Sven

- **3/12 (tisdag):** Första varningarna om att en ny storm ska slå mot Sverige under ”torsdag och fredag”. Man förbereder för eventuella stopp i tåg- och flygtrafik och drar paralleller med förberedelserna under Simone. Personal på oljeriggarna i Nordsjön evakueras.
- **4/12 (onsdag):** Stormen döps till Sven och kallas för ”superstorm” i vissa artiklar. Mycket trafik av alla slag ställs in under torsdagen.
- **5/12 (torsdag):** Framåt kvällen når Sven Sverige. Flera av medierna liverapporterar, uppdaterar artiklar flitigt och erbjuder chattar med meteorologer och andra experter. Många varnande artiklar uppmanar läsarna att hålla sig inomhus. SMHI utfärdar klass 3-varningar och man rapporterar om de olyckor som stormen lämnat efter sig i Europa. Tiotusentals hushåll står strömlösa.
- **6/12 (fredag):** Sven fortsätter sin väg över Sverige. Det uppstår kaos på många flygplatser då många flyg har behövt ställas in under torsdagskvällen och natten mot fredagen. Medierna rapporterar om diverse olycksfall och skador till följd av stormen. Minst ett dödsfall rapporteras redan på fredagen. Kring lunchtid startar tågtrafiken i Skåne igen.
- **7-9/12:** Det står klart att sju personer i Sverige har omkommit på grund av stormen. Stormen har nu lämnat Sverige och SMHI tar bort alla klass 2- och 3-varningar. Diskussioner förs om kostnader, hur el- och trafikbolag har hanterat situationen och när strömmen ska komma tillbaka till de hushåll som fortfarande står strömlösa.

STORMARNA OCH MYNDIGHETERNA

I den här studien undersöktes myndigheternas kommunikation i de två storstäderna Malmö och Göteborg. Båda städerna förberedde sig noggrant för den första stormen Simone, men medan det då stormade kraftigt i Malmö visade det sig att vissa av de förebyggande åtgärder som myndigheterna i Göteborg hade gjort var överflödiga.

För myndigheterna i Göteborg utgjorde den andra stormen, Sven, ingen anledning till förhöjd beredskap men myndigheterna i Malmö har reflekterat kring skillnader i kommunikationen vid de båda händelserna och denna jämförelse finns återgiven i ett eget avsnitt. Personliga intervjuer har genomförts med de företrädare som under de aktuella stormarna hade ett ansvar för myndighetens kommunikation, övergripande eller operativt (Tabell 1). Intervjuerna genomfördes under perioden november-december 2013, via telefon. De var semistrukturerade och de spelades in och transkriberades i sin helhet. Intervjumanualen framgår av bilaga 1 till denna rapport.

Tabell 1. Intervjuer med myndigheter

Intervjuperson	Titel
Helene Persson	Enhetschef Kommunikationsavdelningen Stadskontoret Malmö stad
Kjell Foss	Kommunikationsstrateg Stadsledningskontoret Göteborgs stad
Anna-Maria Havskogen	Kommunikationsstrateg Räddningstjänsten Syd, Malmö
Annika Boberg	Kommunikatör Räddningstjänsten Storgöteborg
Håkan Jarborg	Chef Länsoperativa avdelningen Polisen i Skåne län
Jan Strannegård	Presstalesman för Polisen Västra Götaland

I den fortsatta redovisningen av intervjurest resultaten beskrivs först hur myndigheternas kommunikation såg ut. Därefter följer en beskrivning av hur de uppfattade mediebilderna och sin möjlighet att påverka dem. Myndigheternas resonemang kring hur man kommunicerar ”lagom” återges liksom vilka syften de ser med närvaron i sociala medier. De möjligheter och svårigheter myndigheterna upplever med denna närvaro diskuteras och slutligen sammanfattas de lärdomar som myndigheterna dragit av stormarna och en jämförelse görs mellan de två oväderna.

Hur såg kommunikationen ut?

Malmö

När stadskontoret i Malmö varnade allmänheten för stormen Simone valde de till en början ett försiktigt tilltal i sin kommunikation för att sedan öka varningsgraden allt eftersom stormen uppgraderades från klass 2 till klass 3. Stadskontoret var mycket noga med att följa informationsägarens, i detta fall SMHI:s, budskap och valde att länka till dessa istället för att skriva om all den informationen som redan fanns. Denna strategi tillämpades även i de sociala medierna.

Eftersom medierna noga bevakade händelseutvecklingen gjorde myndigheten bedömningen att medborgarna kunde vända sig dit om de ville ha uppdatering eller tolkningar. Kommunikationsavdelningens enhetschef Helene Persson har observerat att kommuner arbetar på väldigt olika sätt med sin kommunikation, men Malmö stad har valt att inte göra något journalistiskt arbete på sin webbplats. I de sociala medierna upplevde stadskontoret att det blev en hel del aktivitet och dialog. Även om människors oro var måttlig inkom en hel del frågor och många lade upp bilder på stormen.

Vid räddningstjänsten i Malmö upplevde man att man något tidigare än vanligt fick information från SMHI och i sin tur i god tid kunde gå ut med varningar och information till allmänheten. Stormen beräknades nå Sverige på måndagskvällen den 28 oktober och räddningstjänsten började informera om den redan på fredagen före, eftersom man ansåg det vara lämpligt att allmänheten kunde använda helgen till att förbereda sig, genom att exempelvis säkra lösa föremål. Myndigheten betonade emellertid i sin kommunikation att det var en ”befarad” storm.

Polisen i Skåne uppgav att kommunikationen i samband med stormen i hög grad präglades av god samverkan med övriga myndigheter. Under fredagen hölls ett antal förberedande telefonmöten med olika aktörer, även elbolag och lokalradion Sveriges Radio Malmöhus. Radiokanalen tog på sig rollen att förmedla allmän information under helgen, vilket polisen tror hade stor betydelse för att många vidtog åtgärder som bidrog till att minimera materiella skador. Polisen besvarade, som i många andra kriser, många telefonsamtal från allmänheten som egentligen inte hörde hemma hos polisen. Många människor ringer polisen om de inte kommer fram till andra myndigheter eftersom polismyndigheter är bemannade dygnet runt och detta kan utgöra ett problem i en kris då resurserna redan är knappa.

Göteborg

I Göteborg ägde ett samverkansmöte rum på måndagsmorgonen den 28 oktober med bland andra stadsledningskontoret, räddningstjänsten, länsstyrelsen, Myndigheten för Samhällsskydd och Beredskap (MSB), olika kommunala förvaltningar och polisen. Myndigheterna enades om budskapen att allmänheten skulle försöka ta sig hem tidigare från sina arbeten, och hålla sig

inne från och med eftermiddagen, eftersom det fanns en risk för störningar i kollektivtrafiken och biltrafiken om broar och viadukter skulle behöva stängas när stormen kom. Stadsledningskontoret kommunicerade detta på olika sätt, framför allt i traditionella medier men också på hemsidan, intranätet och i sin egen digitala tidning, *Vårt Göteborg*, som har 5 000 läsare. Myndigheten har kanaler och sidor på Twitter, Facebook och Youtube, men prioriterade de traditionella medierna framför de sociala i det här fallet.

Räddningstjänsten i Göteborg uppmärksammade vädervarningen från SMHI på lördagen. Kommunikatör Annica Boberg uppdaterade myndighetens hemsida och de sociala mediekanalerna på söndagen med de sedvanliga budskapen inför en storm, d.v.s. råd om hur man bäst ska skydda sig för att inte skadorna ska bli mer omfattande än nödvändigt.

Från Västra Götalandspolisens sida ansåg man att det var andra aktörer som skulle varna allmänheten och myndigheten beslutade därmed att kommunicera först när det väl inträffade något. Polisen bedömde att deras beredskap för en eventuell allvarlig storm var god. Väderleksrapporterna övervakades noga och en stab var igång. Jan Strannegård, presstalesman för polisen Västra Götaland, hade tillgång till alla polisens Facebooksidor och Twitterkonton under stormkvällen för att snabbt kunna gå ut med information vid behov. Ovädret klingade dock av snabbt vid 20-tiden och vid 22-tiden var det lugnt i Göteborg.

Mediebilden av stormarna

En storm är en extraordinär händelse där medierna sannolikt inte upplever samma behov av att granska myndigheterna som vid vissa andra typer av mer samhällsligt kontroversiella kriser, åtminstone inte under det akuta skedet. Budskapen är i stort sett gemensamma för medier och myndigheter eftersom båda ofta har samma syfte med sin kommunikation och hjälps åt med att varna allmänheten. I denna kommunikation följer både medier och myndigheter noga vädermyndighetens (i Sveriges fall SMHI:s) prognoser. Myndigheterna som har deltagit i denna studie uppger att de i andra sammanhang kan vara kritiska till medierna och anser att de ofta är överdrivna i sin rapportering, som en konsekvens av den konkurrens mellan medier som medför att de vill utmärka sig. Håkan Jarbring, Polisen Skåne:

Det blir ofta lite överdrivet. Det blev ju visserligen en kraftig storm, men det är alltid en balansgång mellan att ge relevant information för att människor ska kunna förbereda sig och att skrämna människor. Det var ganska dramatiska rubriker på löpsedlarna, men som polis är man lite luttrad, så man reagerar inte alltid över rubrikerna.

När det gäller mediernas bevakning av stormarna Simone och Sven var myndigheterna emellertid väldigt nöjda överlag, trots vissa braskande rubriker. Utifrån den information som medierna hade var deras kommunikation till allmänheten relevant och tydlig och innehållet i artiklarna måttfullt, enligt Kjell Foss, Göteborgs stad:

Det är min erfarenhet sedan tidigare krissituationer att det brukar fungera bra och det gjorde det den här gången också. Rapporteringen var balanserad och relevant och faktabaserad.

Medierna upplevs som viktiga aktörer i krisinformationen vid stormar och oväder och till stor hjälp när myndigheterna behöver varna medborgare. Deras roll liknades av myndigheterna vid ”spindeln i nätet” och utan deras hjälp tror myndigheterna att konsekvenserna av stormarna hade blivit allvarligare. Inför stormen Simone var som nämnts exempelvis Sveriges Radio Malmöhus en av aktörerna som myndigheterna samverkade med.

Det är därmed en positiv bild myndigheterna har av mediernas rapportering av stormen. Medan de i andra typer av kriser kan uppleva att mediernas bild är överdriven menar de att medierna här hade en viktig roll och att man tillsammans hjälptes åt att kommunicera med medborgarna för allmänhetens och samhällets bästa.

Påverka mediebild

I fallet med stormarna upplevde myndigheterna i studien inte något större behov av att påverka mediernas bilder av vad som skedde eftersom medierna uppfattades som relevanta och tydliga i sin rapportering. I andra typer av kriser kan detta behov dock vara större och överlag anser myndigheterna att det har blivit lättare att påverka mediebild sedan de sociala medierna blivit en naturlig del av samhällskommunikationen i och med att de själva har en bättre kontroll över den information som cirkulerar (Ottestig 2015).

Dels har myndigheterna tillgång till egna kommunikationskanaler till allmänheten och kan få följare som kan hjälpa till att nyansera mediebild, dels blir opinionsbild överlag mer mångfacetterad och verkligheten beskrivs på ett mer varierat sätt än när bara de traditionella medierna beskriver den, säger Helene Persson, Malmö stad:

Jag tycker att det är enklare i och med att vi har egna kanaler. Om man bara jobbar strategiskt, och har innehåll i icke-kris som känns relevant, ställer frågor och är engagerad och involverad så har man personer som är jättebra medskapare som kan hjälpa till att nyansera mediernas bild. Mediernas bild är nog oftast rätt, så det är ju inte det att medierna har fel, men ibland upplever vi att vi har en annan story bakom. Men i kriskommunikation tycker jag vi har en jättebra dialog och det är inga problem att etablera kontakt. Vi ser varandras nyttor för medborgarnas bästa.

Annika Boberg, räddningstjänsten, håller med:

Tidigare skickade vi pressmeddelanden, men då överlämnar vi ju väldigt mycket åt pressen att berätta det budskap de vill gå ut med. Vi kan ju inte ställa krav på pressen att de lägger ut precis vårt budskap. Men via de sociala medierna når vi ut med vårt budskap till många, många fler. (...)Det är ju ett väldigt snabbt sätt att gå ut med information, men framför allt känner vi att vi äger informationen själva nu.)

Håkan Jarbring, polisen Skåne, tycker fördelarna med sociala medier överväger nackdelarna i dessa sammanhang:

Allt blir inte rätt och sant, det är ju utifrån den som skriver som bedömningen görs, men jag vill nog säga att sammantaget blir det en mer heltäckande bild än vad det blev när bara de traditionella medierna kommunicerade bilder tidigare. Den lokala informationen kommer fram bättre. Allt ser ju inte lika eländigt ut överallt. Det varierar och den nyanseringen ökar i sammanhanget samtidigt som risken för felaktig information och till och med ibland desinformation finns i sociala medier. Men totalt sett anser jag att det ger en bättre bild av vad som händer när de sociala medierna kompletterar de vanliga.

Risken för felaktig information och desinformation lyfts fram av polisen i Göteborg som har upplevt hur rykten utan grund kan starta i sociala medier och spridas till traditionella medier. Myndigheten upplever dock att de har en stor möjlighet att dementera sådan desinformation i sociala medier och eftersom traditionella medier följer polisens sidor och rapporterar om dementierna blir det tydligt för allmänheten att det handlar om rykten.

Sammanfattningsvis anser myndigheterna att de sociala medierna har gjort det lättare att påverka mediebilderna, som blivit mer nyanserad genom att myndigheterna har sina egna kanaler och genom att fler röster kommer till tals än bara de traditionella mediernas.

Hur kommunicerar man "lagom"?

I många kriser är myndighetskommunikationen mycket viktig för den utsträckning i vilken medborgare kan komma att påverkas. Vid en annalkande storm blir denna kommunikations betydelse väldigt konkret eftersom det ofta finns ett brådskande behov av att varna allmänheten i syfte att minimera de risker som kraftiga oväder kan medföra när det gäller materiella såväl som personella skador. Budskapen som myndigheterna vill nå ut med till medborgarna kan exempelvis innehålla uppmaningar att säkra lösa föremål på tomten, undvika att ge sig ut i trafiken och att hålla sig informerad via radio om händelseutvecklingen.

Men hur varnar man "lagom" i en storm? Samtidigt som myndigheter vill understryka situationens allvar kan det hända att stormen inte blir så kraftig som befarats och konsekvenserna av den mindre allvarliga än man förberett sig för, vilket kan leda till att myndigheternas varningar upplevs som överdrivna vid nästa stora oväder. Myndigheterna i denna studie medger att det inte alltid är lätt att varna "lagom". I fallet med stormen Simone var det emellertid ingen tvekan, menar exempelvis räddningstjänsten i Göteborg eftersom SMHI gick ut med en sådan hög varningsgrad och det bara var att rätta sig efter den och formulera sina budskap utifrån den gällande varningen. I Malmö uppger stadskontoret och polisen att de har en god vana av att hantera kommunikationen vid stormar och de anser att de har hittat en bra balans i att varna utan att oroa alltför mycket. Flera myndigheter menar att samma budskap

kan kommuniceras på flera olika sätt och att de ofta är lite försiktiga till en början, exempelvis med ordval, för att sedan öka på om läget förvärras. De sociala medierna har gjort det lättare, menar Helene Persson vid Malmö stadskontor, att trappa upp allvaret i kommunikationen.

Vi försöker vara lagom i kommunikationen så att vi inte ropar för högt, för om det inte blir så allvarligt hör de oss inte nästa gång. Vi brukar börja lugnt och eftersom vi har de snabba kommunikationskanalerna i sociala medierna är det lättare att dra på om det behövs. Det är vår devis, hellre öka på än att starta stort och sedan behöva minska ner.

Anna-Maria Havskogen, räddningstjänsten Göteborg:

Vi har sagt att det är bättre att vi varnar än att vi inte gör det men vi är lite försiktiga med hur vi uttrycker oss, vi berättar att det är ”en befarad storm” och går inte ut och säger ”stormen kommer” det första vi gör, för då blir det hysteriskt. Men om vi känner att det är viktigt och det börjar eskalera då höjer vi tonläget.

I Göteborg blev stormen Simone i viss mån ovädret som kom av sig. Kommunen gick, som nämnts tidigare, ut med uppmaningar till sina medborgare att, i den mån det var möjligt, försöka ta sig hem tidigare, hämta hem sina barn och hålla sig inomhus. Det visade sig dock framåt kvällen att stormen inte drabbade Göteborg i lika stor utsträckning som vissa andra orter. Myndigheterna var beredda på att det kunde komma att riktas kritik mot dem för att ha varnat medborgarna i för hög grad när rekommendationerna innebar så pass stora samhällsstörningar.

Viss kritik uppstod visserligen, men den riktades mot SMHI för att vädermyndigheten inte hade lyckats pricka in stormens bana mer exakt. Framför allt var det medierna som var kritiska och myndigheterna tror därför att medborgarna förstod att de förberedelser de ombads göra var relevanta utifrån den information myndigheterna hade och att allmänheten därför inte upplevde att varningarna var överdrivna. Själva anser myndigheterna att de inte hade kunnat agera på något annat sätt och att de gjorde korrekta bedömningar.

Kjell Foss, Göteborgs stad:

Det är väl alltid en värdering av vem som får kritik. Det blev ju en massiv kritik under tisdagen, men den var riktad mot SMHI, för att de hade gått ut med en klass 3-varning, mycket beroende på att de andra nordiska väderinstituterna hade en annan bana för stormen, vilket visade sig vara riktigt. De hade rätt och SMHI hade fel kan man väl säga.

Sammanfattningsvis upplevde myndigheterna att det under stormen Simone inte var någon svår avvägningsfråga hur mycket de skulle varna allmänheten eftersom de inte hade något annat val än att ta SMHI:s varningar på allvar. De menar också att de har hittat en bra balans i att varna inför stormar. Göteborgs stads uppmaningar till invånarna möttes inte i efterhand av kritik mot de lokala

myndigheternas kommunikation för att ha varnat för kraftfullt. Snarare var det SMHI som fick kritik, framför allt av medierna, för att de inte lyckades förutse stormens bana bättre.

Syften med närvaron i sociala medier

Myndigheters syfte med kommunikation i de sociala medierna kan skilja sig åt avsevärt eftersom det i stor grad präglas av myndigheternas grundläggande uppdrag. En myndighets syfte kan också se olika ut i vardag och kris och även variera mellan olika typer av kriser, eftersom behovet av att snabbt nå ut med information kan vara större i en kris och behovet av att exempelvis nyansera opinionsbilden kan överväga i en annan. Myndigheterna i denna studie lyfter här fram ett flertal anledningar till att ha en närvaro i de sociala medierna.

Malmö och Göteborgs stad

Ett syfte som stadskontoret i Malmö ser med att finnas i sociala medier är att det är en snabb och användbar kanal i kris. Ett annat syfte är att sociala medier ger möjlighet till omvärldsbevakning, anser Helene Persson:

Fördelen med Facebook och Twitter är att där har man kommunikation. Det har man inte på webbplatsen, där är det mycket information. Det blir indirekt en omvärldsbevakning också i sociala medier, man vet vad som är "top of mind" i frågebatteriet och kan då anpassa webbplatsen efter det.

Myndigheten har olika målgrupper för olika kanaler, exempelvis Facebook, där man menar att allmänheten finns representerad och Twitter, där de informationsstarka individerna finns. Budskapen anpassas efter målgrupperna och kan därför skilja sig mellan olika kanaler. Helene Persson tror att det kanske kommer att ändras när gemene man hittat till Twitter i högre grad.

I fallet med stormen Simone såg budskapen emellertid lika ut i de olika kanalerna. Kjell Foss vid Göteborgs stadsledningskontor kan se att kommunikationen i sociala medier kan vara ett bra redskap i de typer av kriser där myndigheten behöver nå specifika grupper av invånare. I övrigt ser Foss de sociala medierna som en av flera kanaler som används för att både informera och kommunicera med invånare, besökare och företagare i kris såväl som i vardag.

Räddningstjänsten

Räddningstjänstens främsta syfte med att finnas i sociala medier präglas av myndighetens uppdrag att förebygga olyckor. Vid en händelse som en storm handlar det om att uppmärksamma allmänheten på nödvändigheten av att exempelvis plocka in lösa saker, fästa takpannor och förbereda sig för eventuella strömavbrott. Anna-Maria Havskogen menar att det förutom syftet med att nå ut med förebyggande information finns en föresats från myndighetens sida att berätta om den egna verksamheten och bygga upp varumärket.

Främsta syftet med alla våra sociala mediekkanaler är att vi ska nå ut med förebyggande information, hur man kan förebygga olyckor, och berätta om vår verksamhet. Räddningstjänsten som begrepp är ganska nytt för väldigt många, många tror fortfarande att vi bara släcker bränder, och man känner inte till bredden av vår verksamhet, att vi har det här förebyggande uppdraget. Så syftet är att rent konkret ge förebyggande råd och att orientera om vår verksamhet i stort.

Räddningstjänsten Syd ser också ett syfte med kommunikationen i de sociala medierna i att driva trafik till hemsidan där mer utförlig information finns. Anna-Maria Havskogen upplever att den strategin fungerade väldigt bra under stormen Simone, eftersom många medborgare nåddes via de sociala medierna och hittade vidare till hemsidan. Att ha en strategi för alla tänkbara scenarier som kan inträffa på Facebook menar hon är oerhört svårt och risken är stor att man lägger mer tid på att ta fram strategierna än på använda mediet i sig. En strategi är därför att myndigheten ska finnas i sociala medier för att lära sig.

Även Annika Boberg vid räddningstjänsten i Göteborg ser många fördelar med att finnas med i sociala medier, och liksom Anna-Maria Havskogen värdesätter hon möjligheten att visa på verksamhetens bredd.

Vi får ju andra följare till vår Facebooksida än till hemsidan. Det är väldigt bra att bygga upp det här i fredstid när det är lugnt och vi har de vänliga, mjuka budskapen, som gör att vi kan visa på bredden i vår verksamhet. Vi jobbar förebyggande, arbetar med skolor och ungdomar, vi finns på mässor och vi kan lyfta fram de här goda exemplen. Samtidigt kan vi visa den operativa delen. Där har vi fått följare och kommentarer och vi besvarar frågor. När det väl händer något kan vi snabbt nå ut med information i de sociala medierna.

Polisen

Polisen i Göteborg menar att polisens närvaro i de sociala medierna är en demokratifråga. Jan Strannegård:

Det handlar om att skapa trygghet, ge möjlighet till insyn i polisens arbete. Allmänheten får tillfälle att kommentera, ge förslag om t.ex. trafik och önskade hastighetskontroller. Det blir en demokratifråga att finnas i sociala medier, när man öppnar upp polisen som av naturliga skäl är lite sluten. De flesta får sin bild av hur polisen fungerar genom TV-serier och vad som skrivs i medier. Här har vi chansen att vara med lite.

Polisen uppger att de har färre följare på Twitter, men upplever att den kommunikationen ändå har stor betydelse. Många följare är journalister och traditionella medier kan fungera som språngbräda mellan Twitter och allmänhet, till exempel när Twittermeddelanden läses upp i radio och många fler nås än bara de som är aktiva på Twitter.

Jan Strannegård efterlyser tydligare strategier för sociala medier i krissituationer. Han menar att polisen har arbetat mycket med att bygga upp sin krets och antalet följare för att i kris kunna använda de sociala medierna som ett viktigt verktyg.

De syften med kommunikationen i sociala medier som myndigheterna lyfter fram är därmed flera. De sociala medierna utgör en effektiv kanal för kriskommunikation, kan stödja myndighetens uppdrag (exempelvis förebygga olyckor eller skapa trygghet), driva trafiken till hemsidan, ge insyn i verksamheten och visa på dess bredd. Dessutom kan sociala medier ge en möjlighet till omvärldsbevakning eftersom myndigheterna kan se vad som diskuteras och anpassa sin webbplats efter det.

Möjligheter och svårigheter med sociala medier

Några synpunkter kom fram i vår undersökning angående vilka utmaningar och vilken potential myndigheterna upplever finns inbyggda i de sociala medierna. Jan Strannegård vid polisen i Västra Götaland ser mest möjligheter, men betonar att om man ger sig in i kommunikationen i sociala medier måste man vara beredd på att ta ansvar och ta hand om allmänhetens respons, såväl människors oro som frågor och kommentarer. Det handlar inte om information utan kommunikation menar han.

Vi har byggt upp vardagsverksamheten ganska bra för att ge en grund för att jobba i kris. Men vi har inte prövat det så mycket i kris, vi håller på att arbeta in det i vårt tänkesätt. Det är lättare att lägga upp något på polisen.se och det är många som tar till sig det också. Där behöver man inte ta hand om kommentarer och frågor. Det är lätt att öppna upp för omfattande kommunikation i sociala medier men om man gör det måste man vara beredd att svara på frågor och ta hand om folks oro i sociala medier. Vi har lite kvar att jobba med, men vi pratar mycket om det. Vi försöker få med allt fler medarbetare på banan, jag är ofta ute och pratar för olika ledningsgrupper och enhetschefer om vilka möjligheter det finns att nå ut till folk med sociala medier, vilken sprängkraft det.

Jan Strannegård funderar över att han skulle vilja ta ytterligare ett steg med sociala medier och ta med dessa kanaler i myndighetens planer. Han kan se en tydlig verksamhetsnytta med den kommunikationen om den kan bidra till att färre medborgare hamnar i knipa och till att öka tryggheten för människor genom att de får vetskap om vad polisen gör för att hjälpa dem.

Helen Persson vid stadskontoret i Malmö menar att de sociala medierna har möjliggjort en direkt och snabbare kommunikation ut till allmänheten eftersom det redan finns följare som delar informationen vidare och hjälper till med spridningen och blir myndighetens ”medkommunikatörer”. Detta upplever hon som en väsentlig skillnad jämfört med tiden före de sociala medierna.

Polisen i Skåne är inte aktiva på ett samlat plan i sociala medier, men Håkan Jarbring efterfrågar en bättre strategi och tydligare inriktning för när, var och hur myndigheten ska finnas i de sociala medierna, i vardag men i synnerhet i kris. Det finns ett antal Facebooksidor runt om i Skåne med lokala perspektiv men man har också diskuterat en central kanal i sociala medier. En risk han ser med en sådan kommunikation är att det blir ett stort ansvar att följa upp de inlägg som kommer in, inte enbart de kommentarer som kan vara otillbörliga utan också de brottsanmälningar som kan komma in via de sociala medierna. Om bevakningen är bristfällig skulle en sådan anmälan kunna komma bort och

myndigheten göra sig skyldig till tjänstefel. Samtidigt ser Håkan Jarbring stora fördelar med att finnas i sociala medierna eftersom polisens Facebooksidor har 10-20 ggr högre aktivitet än webbplatsen. Ett alternativ han ser skulle vara att starta upp en tillfällig Facebooksida under en begränsad tid när det inträffar en specifik händelse, men han konstaterar samtidigt att också en tillfällig sida kräver resurser i de lägen när belastningen på personalen redan är hög.

Anna-Maria Havskogen funderar över hur räddningstjänsten skulle kunna vidareutveckla sin kommunikation i sociala medier genom att befälen kan liverapportera direkt från olycksplatser.

Det som skulle vara bra för oss är om flera av våra medarbetare skulle kunna arbeta mer aktivt i sociala medier även ute på fältet. Det är en diskussion som pågår, hur våra yttre befäl skulle kunna liverrapportera och twittra direkt från olycksplatsen, istället för kommunikatörerna som inte finns på plats och ser det som händer. De kan ju inte göra det under pågående insats, då måste de vara fokuserade. (...) Jag tror att det finns stora utvecklingsmöjligheter generellt.

Sammanfattningsvis ser myndigheterna stor potential i de sociala medierna, men också en stor utmaning i att ta ansvar för allmänhetens medverkan i de sociala kanalerna. Det handlar om inlägg och kommentarer men också om människors oro och i polisens fall också om eventuella brottsanmälningar. Myndigheterna har dock svårt att bortse från den stora räckvidden i sociala medier. Långt fler medborgare nås i dessa kanaler än på myndigheternas webbplatser och kommunikationen blir snabbare och mer direkt när följare sprider informationen vidare.

Myndigheternas lärdomar

Stadskontoret i Malmö upplever att kommunikationsarbetet i stort sett fungerade bra under stormen. Kommunikationen var måttfull och Helene Persson kan se att andra städer tilldelade mer resurser för detta arbete, men myndigheten valde en annan strategi och utgick ifrån att malmo.se inte är den huvudsakliga informationskanalen för medborgarna och att den journalistiska uppgiften inte är kommunens. På hemsidan ska det finnas sammanfattad fakta och relevant information för att kunna ta sig vidare från kommunens hemsida. Helene Persson upplevde att kommunikationen var tillräcklig och myndigheten fick heller inga reaktioner som tydde på att medborgarna fick för lite information eller hade andra förväntningar på kommunen. Hon anser att de gjorde rätt bedömningar, även om hon medger att det kan vara svårt att veta vad som är "lagom" när det gäller kriskommunikation innan man vet hur situationen ska utveckla sig och menar att det finns andra kriser med större oro som ställer högre krav på kommunen.

Medierna är fenomenala på att uppdatera och då är det att överarbeta det från kommunens sida om vi skulle göra samma sak. Vi har ju medborgaransvaret och om vi talar om vad vi anser att medborgarna ska göra och har relevanta länkar till dem som sitter med information då är det fullt tillräckligt. Vi ska inte ta på oss den journalistiska rocken när det är mediernas roll att gå så djupt in i det. Det

finns andra kriser som kräver mycket större resurser från vår sida, när det finns en stor oro som man måste ta hand om.

Anna-Maria Havskogen vid räddningstjänsten i Malmö anser att det operativa krisarbetet ofta fungerar mycket bra, men att kommunikationen är det som kan skapa problem, både i övning och i skarpt läge. Det är viktigt att ha en gemensam bild av situationen så att budskapen inte blir motsägelsefulla och att allmänheten kan hitta samlad kvalitetssäkrad information. Hon konstaterar att det som vid alla större händelser är bra att flera olika aktörer informerar om samma sak, men att budskapen behöver bli ännu mer synkroniserade. Anna-Maria Havskogen anser att det ibland kan saknas en tydlig informationssamordningsroll. Vid större katastrofer där ingen myndighet har en självklar ledningsfunktion bör länsstyrelsen ta det samordnande ansvaret menar hon, men räddningstjänsten upplever att det inte alltid fungerar som det är tänkt.

Vid stormen Simone upplevde emellertid Anna-Maria Havskogen att myndigheterna ändå kunde koordinera budskapen på ett bra sätt. Hon slår också fast att människor värdesätter medierna väldigt högt vid en större händelse och menar att de kan fungera som en viktig sambandscentral och som spindlar i det nät av kommunikation som leder åt olika håll vid en kris. Denna roll har stärkts, anser hon, i och med mediernas liverapportering som bidrar till att medierna blir det självklara valet för människor som vill ha snabb uppdatering.

De positiva lärdomarna för polisen i Malmö var att samverkanskommunikationen var väsentligt bättre än vid tidigare kriser och att myndigheterna informerade varandra på ett bra sätt. Håkan Jarbring menar att det tidigare funnits en brist i att myndigheter och aktörer delvis kommit med olika budskap när de har bedrivit kriskommunikationen var och en för sig och ibland har informationen till allmänheten varit rent av motstridig. Håkan Jarbring upplever att det nu går lättare att enas om en gemensam lägesbild och om hur myndigheterna ska förmedla den lägesbilden till allmänheten, vem som gör det och när det ska göras. Om en fullödlig information kan ges via en gemensam kanal och det tydligt framgår att detta är gemensam information för exempelvis polis, räddningstjänst, sjukvård och länsstyrelsen, anser Håkan Jarbring att det är överflödigt att alla var för sig informerar om samma sak.

Som nämnts tidigare upplever polisen att de under extraordinära samhällshändelser får ta emot många telefonsamtal som egentligen ska någon annanstans, vilket blir resurskrävande i en redan pressad situation. Polisen hoppas och tror sig kunna åtgärda problemet före nästa stora kris.

Kjell Foss vid stadsledningskontoret i Göteborg uppger att informationen vid stormen Simone fungerade mycket bra och en anledning till att det gick så bra, förutom att stormen inte drabbade regionen så hårt, var att ett samverkansmöte snabbt kom till stånd. Myndigheterna enades om budskapet att invånarna rekommenderades att ta sig hem på eftermiddagen och som nämnts tidigare riktade inte medborgarna någon kritik i efterhand mot kommunen angående detta budskap. Kjell Foss har dock reflekterat över de

ordval myndigheterna använder när de varnar allmänheten och hur ett sådant ord som ”rekommenderar” uppfattas, som en order eller bara ett råd. Om kommunen hade fått massiv kritik hade de förmodligen resonerat ännu mer kring detta tror Kjell Foss, men han menar att detta ändå kommer att finnas med i kommande diskussioner.

Även räddningstjänsten i Göteborg drar slutsatsen att kommunikationsarbetet gick väldigt bra och lyfter också de fram den lyckade samverkan som en framgångsfaktor. Alla myndigheter fick samma information och gick ut med samma budskap samtidigt, i god tid innan stormen kom. Vid exempelvis en storbrand i centrum finns ingen tid att förbereda och det kan då vara svårt att hinna samla alla aktörer för att planera budskapen. Även om stormen inte blev så allvarlig som man hade befarat fungerade ovädret som en mycket bra övning, menar kommunikator Annika Boberg. Hon reflekterar över att budskapet att ta sig hem tidigare från arbetet inte fick någon kritik i de sociala medierna eller några kommentarer. På Facebook nåddes 8 000 personer och många gillade räddningstjänstens inlägg, men inte en enda kommentar lämnades.

Jan Strannegård vid polisen i Västra Götaland menar att polisen har en speciell vana av att jobba i kris eftersom vardagen ofta präglas av exceptionella händelser och han har noterat att andra myndigheter inte har samma vana. Han konstaterar att polisen har mycket lätt att nå ut med sina budskap eftersom det finns ett stort intresse hos medierna att följa vad som händer och vad polisen säger och gör.

Sammanfattningsvis uppger myndigheterna att de är nöjda med kommunikationen under stormen Simone. Framför allt betonas en lyckad samverkan mellan myndigheter, vilken möjliggjorde en gemensam lägesbild och en synkroniserad kommunikation. Tidsaspekten talade också för ett effektivt kommunikationsarbete eftersom myndigheterna hade vetskap om stormen flera dagar innan och därmed kunde förbereda både sig själva och allmänheten, vilket minskade de materiella skadorna.

Som tidigare nämnts bedömdes mediernas rapportering överlag som rimlig och medierna uppfattades av myndigheterna under stormen mer som medhjälpare än som granskare, även om viss kritik riktades mot SMHI när det värsta ovädret dragit förbi. Kommunikationen uppges samtidigt vara det svåraste i en krissituation, både i verkliga kriser och i krisövningar, och ofta kan det vara svårt att avgöra vad som är ”lagom” när man drar upp riktlinjerna för kriskommunikationen. I fallet med stormen Simone anser dock myndigheterna att de gjorde rätt bedömningar och att den uteblivna kritiken från medborgarna i Göteborg såväl som i Malmö var en bekräftelse på att kommunikationen sågs som relevant också av allmänheten.

Jämförelse mellan Simone och Sven

Stormen Sven drog in över södra Sverige den 5 december 2013 och även denna gång drabbades Malmö hårdare än Göteborg. De högre varningarna omfattade

inte Göteborg och myndigheterna där vidtog inga specifika åtgärder. Följderna av den andra stormen blev allvarligare än den första eftersom havsnivån steg längs Skånes kust, vilket skapade stora problem med översvämningar. Myndigheterna i Malmö uppger att de denna gång fick informationen senare och att händelserna utvecklades snabbare. Möjligheterna till förberedelse var därmed sämre. Myndigheterna var dock snabba i starten med att informera allmänheten, delvis tack vare att stormen Simone hade inträffat nyligen och att vissa lärdomar hade gjorts som var till hjälp under nästa storm. Några sådana förbättringar var ökad samverkan, bättre samarbete mellan förvaltningar när det gäller både operativt och kommunikativt och bättre rutiner. När liknande händelser inträffar med tät följd blir det enklare att göra effektiviseringar och förbättringar än om det går längre tid emellan, menar myndigheterna.

En reflektion angående mediebilderna av stormen Sven är också den knuten till det korta mellanrummet mellan stormarna, nämligen att det kan vara en fördel om minnesbilderna av en samhällshändelse är färsk hos medierna, eftersom rapporteringen då blir mindre dramatisk nästa gång. Rapporteringen upplevdes också denna gång som saklig och nyanserad, kanhända i ännu högre grad än under stormen Simone.

SAMMANFATTNING

En storm kan utgöra en relativt prestigelös kris för såväl myndigheter som för medier eftersom båda har en ”tredje part” (SMHI) att luta sig emot när de varnar och utfärdar rekommendationer till allmänheten. I stormens kritiska skede finns därför sällan någon debatt i opinionen om vem som ska ställas till svars. När den gemensamma faran som både medier och myndigheter varnar för är ett väderfenomen behövs inte heller några djupare tolkningar och kommunikationen blir oftast inte polariserad och svår att ta ställning till. Budskapen blir tydliga.

I ett senare skede kan dock kritik förekomma om allmänhet och medier uppfattar att myndigheter inte har vidtagit tillräckliga åtgärder, men under stormen Simone ställdes inte myndigheternas förtroende på spel i någon hög grad. Överlag var de myndigheter som ingår i denna studie nöjda med kriskommunikationen, både den egna och mediernas och de har uppfattningen att medborgarna också var tillfreds. Medan myndigheter i andra typer av extraordinära händelser kan vara mycket kritiska till mediernas rapportering upplevde de under stormen Simone att bevakningen var saklig och relevant och till stor hjälp i det egna arbetet med att varna allmänheten.

Myndigheterna uppger dock att de i andra typer av kriser kan uppleva ett stort behov av att nyansera mediernas bild och att detta har blivit enklare i och med de sociala medierna. Andra fördelar myndigheterna ser med dessa kanaler är att de kan nå många fler medborgare än tidigare, inte minst i kris, och att trafiken då också kan drivas till hemsidan där människor kan hitta mer utförlig information. Att kommunikationen kan ske direkt utan mediernas mellanhänder är också något som lyfts fram som en stor fördel, liksom att medborgare kan få

insyn i myndigheternas verksamhet. En svårighet med de sociala medier är dialogen, där allmänhetens medverkan är önskad men också resurskrävande att ta ansvar för.

Myndigheterna upplever att de har kommit en bra bit på väg när det gäller vardagskommunikationen i sociala medier och de menar att de har byggt upp sina kretsar, men flera av dem vill vidareutveckla sin närvaro och arbeta fram utförligare strategier för just kriskommunikation i sociala medier.

Som framgått av redogörelsen kring myndigheternas kommunikation i samband med stormarna anses medierna ha en nyckelroll som nav i den digitala kriskommunikationen. Av den anledningen granskas i nästa avsnitt hur medierna på sina webbplatser beskrev stormarna och rapporterade om händelseutvecklingen.

STORMARNA OCH MEDIERNA

I detta avsnitt behandlas resultaten av en studie av mediebevakningen kring de två stora stormarna Simone och Sven. Studien granskar nationella och regionala nyhetsmediers innehåll på deras respektive webbplatser och bygger på en kvantitativ innehållsanalys.

I denna studie granskades webbaserat material, i linje med studiens fokus på den digitala mediemiljön. Det material som har studerats från de olika nyhetsmedierna (närmare bestämt Aftonbladet, Expressen, Sydsvenskan och Göteborgsposten) är det som fanns tillgängligt via deras olika webbplatser, www.aftonbladet.se, www.expressen.se, www.sydsvenskan.se och www.gp.se. Det ska noteras att utöver att samla in nyhetsartiklar och analyser så inkluderades även ledare och debattartiklar, för att samla en bild av det totala medieutbudet.

Aftonbladet och Expressen valdes ut bland de nationella medierna på grund av att de i större utsträckning än andra möjliga källor använder sig av medieformer utöver enbart text och bild, som videomaterial, bildspel, chattar och andra former som var intressanta i och med undersökningens fokus på de nya digitala miljöerna. Göteborgsposten och Sydsvenskan valdes ut som de största nyhetsmedierna i de regioner som påverkas mest av kriskommunikationen kring de två stormarna och därmed var bland dem som flitigast rapporterade om händelsernas utveckling.

Som insamlingsperiod valdes en vecka vid var och ett av de två tillfällena, med start vid de första rapporterna om de två stormarna och sedan den följande veckan från detta tillfälle. Därmed samlades material gällande stormen Simone in från och med den 26 oktober till och med den första 1 november och material gällande stormen Sven samlades in från och med den 3 december till och med den 9 december. Vid båda tillfällena användes sökordet ”storm*” och sedan gallrades irrelevanta sökträffar bort.

Totalt bestod undersökningens material av 488 så kallade analysenheter från nyhetsmediernas webbplatser, vilka antingen bestod av textartiklar (med tillhörande foton och mediematerial) eller videoinslag.

Innehållsanalysen har kompletterats med intervjuer med journalister på de redaktioner som förekommer i studien.

Resultat

I denna del redovisas resultaten av innehållsanalysen i fyra avsnitt: *Omfattning*, *Centrala aktörer*, *Gestaltningar* och *Samspelet mellan nyhetsmedier och sociala medier*. Här görs jämförelser dels mellan de olika medierna, dels mellan de båda stormarna.

Omfattning

Det totala materialet fördelade sig på följande sätt över de olika nyhetsmediernas webbplatser:



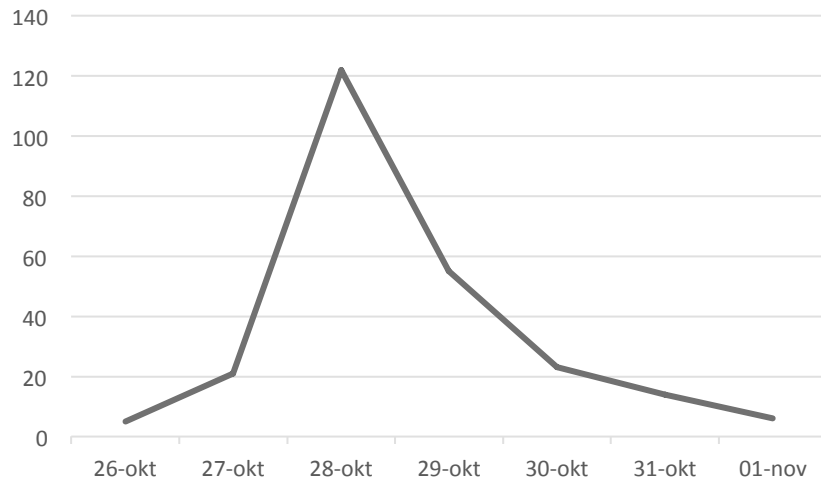
Figur 1: Omfattning av bevakningen i nyhetsmedier

N = 488 (antal analysenheter)

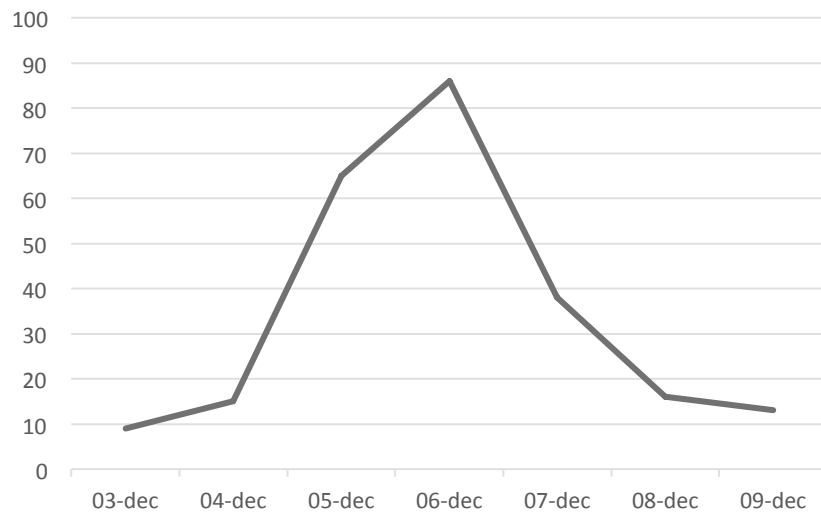
Fig. 1 visar den totala rapporteringen från nyhetsmediernas olika webbplatser under båda stormarna. Expressen rapporterade flitigast i båda fallen. Alla nyhetsmedierna rapporterade ungefär lika mycket kring båda stormarna.

Det bör påpekas att Aftonbladets låga antal artiklar beror på att de i många fall plockar bort de artiklar som vidarebefordras från nyhetsbyråer såsom TT efter en kortare tidsperiod. Därmed kunde dessa vidarebefordrade artiklar inte samlas in eller analyseras då de redan var raderade. De andra tre webbplatserna vidareförmedlar också material från nyhetsbyråer, men låter dessa artiklar finnas kvar på nätet varvid vi har kunnat samla in och analysera dem. Därmed ser Aftonbladet ut att ha publicerat mindre material även om detta under själva perioden inte nödvändigtvis var fallet.

I liknande händelser är det intressant att se hur bevakningen såg ut över tid och om det fanns tydliga toppar och dalar. Här följer nu bilder som visar hur bevakningen över tid såg ut för både stormen Simone och stormen Sven:

Figur 2: Omfattning av bevakningen av stormen Simone över tid

N = 246 (antal analysenheter)

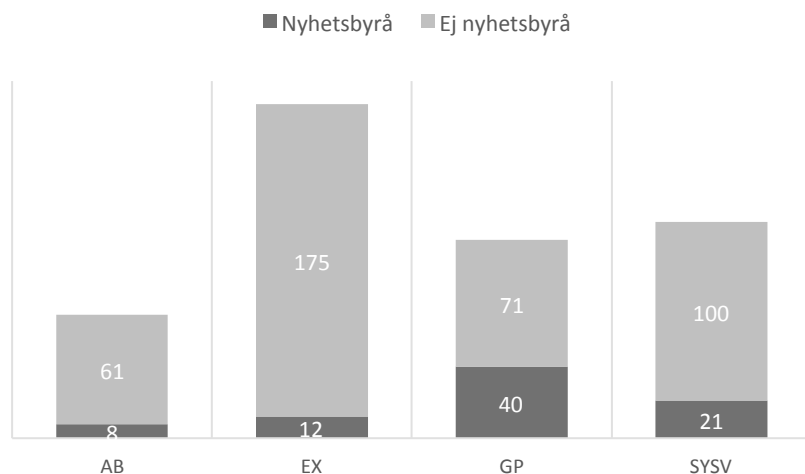
Figur 3: Omfattning av bevakningen av stormen Sven över tid

N = 242 (antal analysenheter)

Fig. 2 och 3 visar på snarlika skeenden i samband med båda stormarna, med toppar vid tillfällena då de faktiskt nådde Sverige. Dessa kurvor visar tydligt hur liknande händelser genererar ett mycket stort intresse i medier under en kortare period, men också att de är ointressanta så snart de är över. Det finns inget långvarigt intresse och den eventuella efteranalysen är minimal och marginell. Denna bild bekräftas av att medierna skrev nästan exakt lika mycket om båda stormarna.

Den följande figuren visar i vilken utsträckning de olika medierna använde sig av nyhetsbyråers material:

Figur 4: Omfattning av bevakningen fördelat på medier och material från nyhetsbyråer



N = 488 (antal analysenheter)

Det vi tydligt ser är att de lokala medierna i större utsträckning använder sig av nyhetsbyråernas material, till den grad att en tredjedel av Göteborgspostens artiklar och videoklipp är tagna från nyhetsbyråer.

Användning av olika medieformer i de olika medierna

I och med projektets fokus på nya digitala medier är det intressant för oss att se vilka olika medieformer de olika nyhetsmedierna använder för att rapportera om situationer såsom dessa stormar. Den följande tabellen visar hur ofta de olika medierna använde sig av olika medieformer i sin rapportering:

Tabell 1: Olika medietyper inom rapporteringen

	AB	EX	GP	SySv
Video	16	38	18	13
Foto	25	96	66	55
Bildspel	19	11	4	22
Länkad video	19	22	2	5
Interaktiv grafik	0	3	0	0
Chattlogg	5	6	1	6
Kommentarsfält	9	1	0	4

N = 331 (alla analysenheter där någon av de olika medietyperna markerats). *Kommentar: Med "Video" menas videoklipp som har analyserats som egna analysenheter. Alla de andra kategorierna ingår i de analyserade webbartiklarna. Med "länkad video" menas de gånger som textartiklar länkar till interna eller externa videoklipp (från det egna mediet eller exempelvis från Youtube).*

Den tydligaste skillnaden består i att de nationella medierna (Aftonbladet och Expressen) använder videomaterial i betydligt större utsträckning än de lokala medierna. Expressen har producerat mer än dubbelt så mycket videomaterial som något av de andra medierna. I och med att Aftonbladet har färre analysenheter inkluderade i denna undersökning så består deras rapportering procentuellt till stor del av videomaterial.

Att foton och bildspel finns med som en del av artiklarna är mycket vanligt. Mycket foto- och videomaterial är att vänta i ett fall som stormarna, då saker som blåser omkring och foton på stormskador gör läsarnas upplevelse mer visuell och dramatisk.

Interaktiv grafik använder sig enbart Expressen av, och då endast vid ett fåtal tillfällen.

Bevakningen av stormarna skilde sig från den vardagliga rapporteringen genom att en relativt stor del av nyhetsmaterialet bestod av olika former av direktrapportering. Direktrapportering ansågs vara ett bra sätt för att snabbt nå ut med konstanta uppdateringar och att involvera läsarna i rapporteringen. Samtidigt ställer direktrapportering krav på den källkritiska förmågan, menar Niklas Lindell, Sydsvenskan:

Det är alltid speciellt, vi har nu en direktrapportering där vi skriver rakt ut på sajten och där gäller det ju att hålla tungan rätt i mun och att publicera rätt material och att inte lägga ut bilder [...] som man tagit utan lov att publicera. Så man får alltid tänka ett varv till när man rapporterar direkt så här.

Centrala aktörer

Ett antal centrala aktörer undersöktes för att se hur ofta de förekom, hur de vinklades och överhuvudtaget hur de speglades i medierna i samband med de två stormarna.

De centrala aktörerna valdes utifrån att de kan förväntas spela en central roll i liknande situationer. Nio aktörer analyserades: officiella representanter för utsatta områden (till exempel lokalpolitiker), politiker på nationell nivå, polisen, räddningstjänst (inklusive brandkår och sjukvårdspersonal), SMHI, myndigheter utöver SMHI, trafikbolag, elbolag och nyhetsmedierna själva. Ytterligare två aktörer räknades när de förekom som källor: privatpersoner och övriga meteorologer (med andra ord meteorologer från andra ställen än SMHI) men deras vinkling i medierna och ansvarstagande räknades inte.

Källor och förekomster

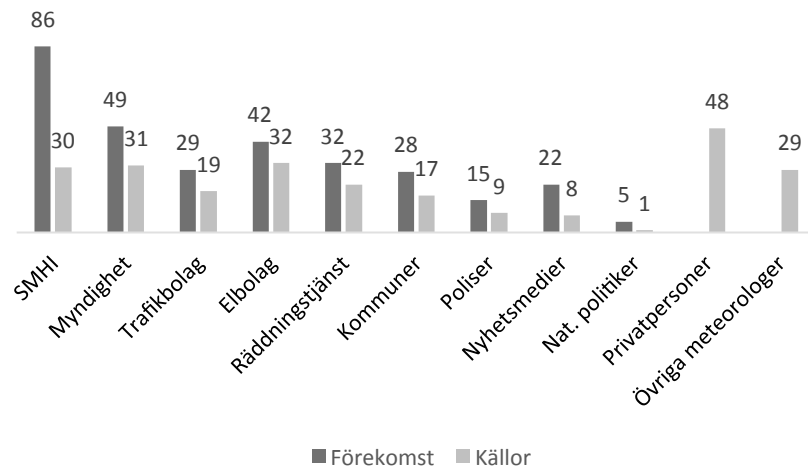
I en studie av en krissituation som den kring stormarna får källorna en viktig roll. I och med att varken läsarna eller journalisterna är tillräckligt sakkunniga vid de här och liknande situationer, som andra kriser eller krigssituationer, så får källor stor makt när det gäller att definiera en situation och ett händelseförlopp (Nord & Strömbäck 2002). Ju färre journalister och läsare som har erfarenheter och kunskaper kring en situation, desto mer behöver redaktionerna förlita sig på vad källor säger. Därför blir det viktigt för de källor som spelar en central roll i händelseförloppet att förmedla sin bild av det som pågår, och gärna i ett tidigt skede innan en annan källa har fått etablera bilden av det som pågår (Holladay 2010).

Källorna har med andra ord gestaltningsmakt över hur läsarna av medierna ser på en situation, och ju trovärdigare en källa framstår desto större makt har han eller hon. Källorna tar med sig det förtroende de tidigare byggt upp hos mediekonsumenterna när de börjar etablera en bild av ett förlopp.

Den ena stapeln i de följande figurerna (fig. 5 och 6) visar huruvida en aktör har förekommit som källa, med andra ord blivit direkt citerad i en artikel eller ett videoklipp.

Den andra stapeln visar i vilken utsträckning aktörerna förekom i de olika artiklarna eller videoklippen. För att förekomma räcker det med att aktören eller en representant för aktörsgruppen omnämns i artikeltexten eller videoklippen (någon annan som pratar om exempelvis polisen). Då förekomst är kopplad till vinkling och ansvarstagande så finns här inga siffror för de två grupperna privatpersoner och övriga meteorologer.

Figur 5: Källor och aktörers förekomst i nyhetsmedierna under Simone



N = 142 (antal analysenheter där någon aktör förekommer).

Figuren visar att privatpersoner var den vanligaste källan. ”Mannen på gatan” är en tacksam kommentator i liknande situationer. Innan stormen har slagit till kan medierna förmedla en bild av huruvida folk känner sig oroliga eller inte. Efter stormen kan journalisterna fråga dem hur de drabbades av stormen.

Dessutom uppstår under en liknande naturkris situationer där vanliga människor drabbas och därmed dyker upp som källor när de får berätta om vilka olyckor som drabbade dem under stormen. I fallet Simone finns ett antal exempel, från alla de strömlösa till de som drabbades av att lokaltrafiken ställde in, till de som fick sin egendom förstörd. Mer specifikt för just Simone är alla de fotbollssupportrar som oroade sig för att finalen i allsvenskan skulle behöva skjutas upp och som fick gott om utrymme i medierna.

Fortsätter man med att fokusera på vilka som förekom som källor så ser vi sedan att SMHI (indelade för sig), övriga myndigheter, representanter för elbolag och gruppen ”övriga meteorologer” alla förekom som källor i runt 30 fall var (av totalt 246 analyserade artiklar och videoklipp i samband med Simone). Slår man ihop grupperna SMHI med övriga meteorologer ser man därmed att meteorologer som en samlad skara var den vanligaste källan och förekom oftare än privatpersonerna. Enligt de intervjuade journalisterna är en av svårigheterna med att bevaka händelser som stormar att man som journalist lätt hamnar i händerna på experter. Kenan Habul, Aftonbladet:

Hur ska jag som nyhetsreporter kunna säga emot någon som är utbildad meteorolog, jag som knappt kan läsa en karta. Man kanske borde ha den här kompetensen men det är ju i efterhand, när du inser bristerna, som du kan ställa frågan till dem [meteorologerna].

Enligt Göteborgs-Posten kan man som journalist oftast inte hantera frågan på annat sätt än ”att fixa tillräckligt många och relevanta experter så att man kan göra en samlad bedömning. [...] Men det behöver inte vara en sanning för det” (Sofia Dahlström).

Tittar man istället på förekomst så framgår att SMHI var den vanligast förekommande av alla aktörer. De förekom nästan tre gånger så ofta som de själva var en källa. Detta indikerar att någon annan, antingen mediernas journalister eller andra aktörer i sina uttalanden, talade om dem. Enligt Göteborgs-Posten diskuterade redaktionen hur man skulle förhålla sig till SMHI:s prognos. Diskussionen växte fram i takt med oron för att rapporteringen riskerade att bli för alarmistisk, speciellt med avseende på de prognoser som kom från andra meteorologiska institut, som det danska. GP landade i hållningen att rapportera andra prognoser men att ändå gå på SMHI:s bedömning. Sofia Dahlström:

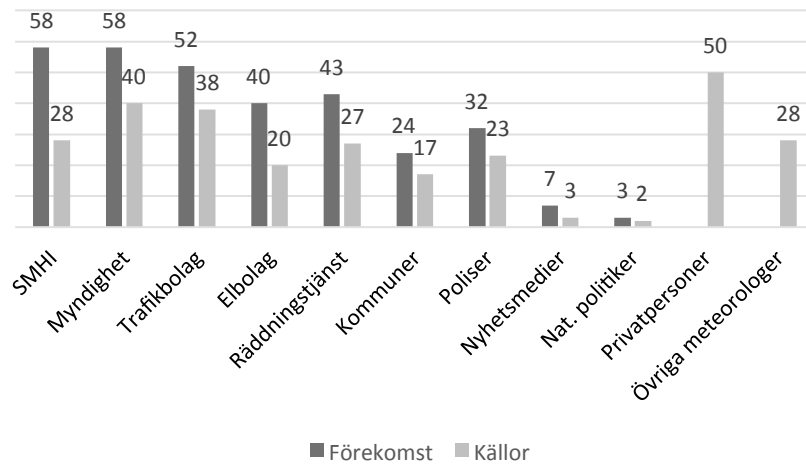
Vi hade sådana texter där vi beskrev att det fanns olika prognoser [...] men samtidigt kändes det ju som att SMHI är ju ändå den stora svenska vädertjänsten vi har, så att inte gå på den blir ju väldigt märkligt.

I och med att det efter Simone uppstod en större diskussion om huruvida SMHI hade överdrivit sina varningar och gett felaktig information som lett till kostsamma åtgärder, så är detta förklarligt. Vi kommer återkomma till diskussionen kring SMHI när vi senare diskuterar deras vinkling och ansvarstagande.

Annars är det anmärkningsvärda hur ovanligt det var att blanda in politiker på en nationell nivå i den här mediebevakningen. De förekom endast vid fem tillfällen och fungerade som källa endast vid ett tillfälle (när dåvarande försvarsminister Karin Enström i efterhand kommenterade att myndighetssamverkan under Simone verkar ha fungerat bra).

Figur 5 kan med fördel jämföras med motsvarande bild när det gäller stormen Sven:

Figur 6: Källor och aktörers förekomst i nyhetsmedierna under Sven



N = 156 (antal analysenheter där någon aktör förekommer).

Här framgår att anklagelserna kring SMHI:s missbedömning av stormen Simone spelade stor del i att göra dem till den vanligast förekommande aktören. Under stormen Sven blev det inte alls lika mycket diskussion kring huruvida SMHI hade hanterat situationen rätt eller inte och därmed var deras ställning som den oftast förekommande aktören inte alls lika tydlig. Intressant nog förekom de ungefär lika ofta som källa (28 respektive 30 gånger) vilket antyder att diskussionen kring SMHI inte påverkade hur ofta de fick uttala sig.

Annars påminner mycket om hur det såg ut under stormen Simone. Privatpersoner är den vanligaste källkategorin, men om SMHI och de övriga meteorologerna slås samman blir meteorologer som helhet den vanligaste källan. I och med att stormen Sven innebar större problem för flygtrafiken så blev trafikbolagen (dit flygbolag räknas in) en vanligare källa och förekom oftare än elbolagen (medan det motsatta var fallet under Simone). De ”övriga myndigheterna” (utöver SMHI) ökar också sin närvaro i medierna. Där handlar det främst om Trafikverket och Luftfartsverket som hade en större närvaro i och med att Sven slog hårdare mot både flyg- och vägtrafiken.

Polisen är den enda kategorin som mer än fördubblar sin närvaro i medierna under stormen Sven om man jämför med stormen Simone. Orsaken är att stormen Sven slog mycket hårdare mot Sverige och orsakade fler olyckor och ett antal dödsfall, varvid polisen blev en naturlig källa i rapporter om dessa händelser.

Vinkling

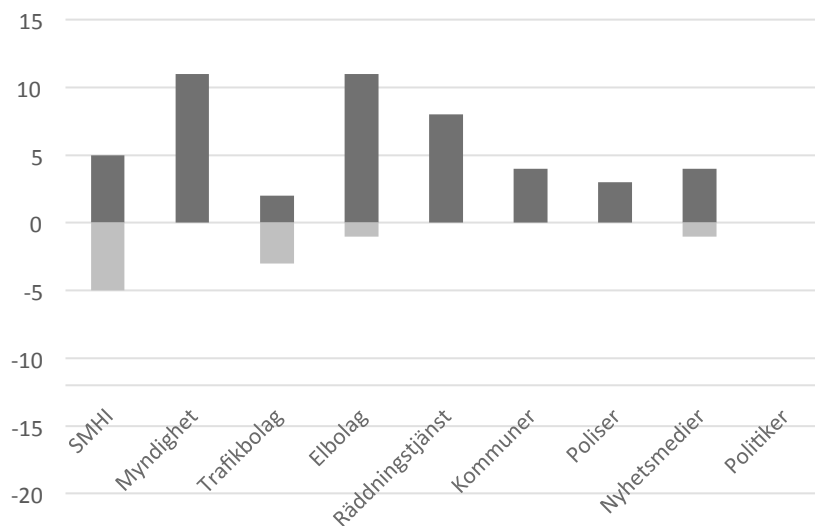
Att vinklas på ett ”rättvist och rimligt” sätt i medierna är viktigt för alla aktörer och något som ofta eftersträvas och förväntas i nyhetsmedierna. Vinklingar är oundvikliga för alla aktörer som förekommer i medierna med större frekvens. Vinklingarna tar många olika former och det som då är intressant är att försöka

se mönster i dessa vinklingar och notera huruvida specifika aktörer har fått särskilt positiva eller negativa vinklingar, av ett nyhetsmedium eller av alla medier överhuvudtaget.

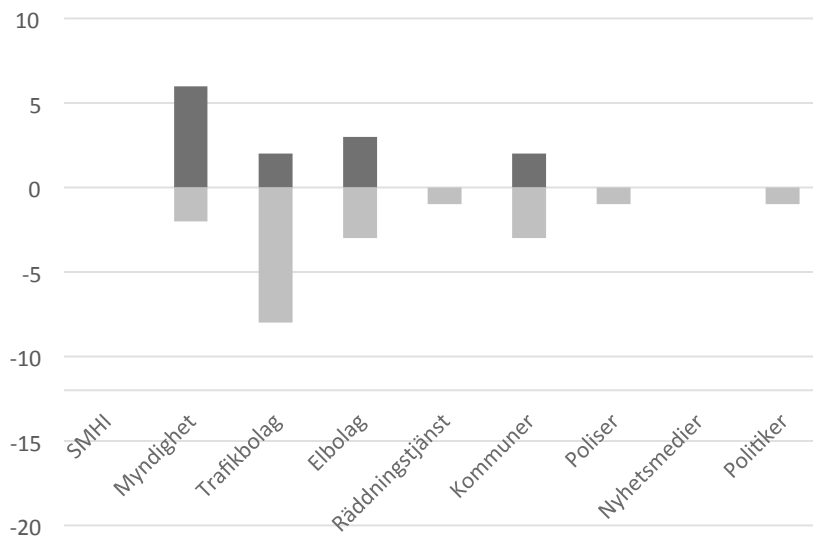
I alla de fall där aktörer förekommer har det även undersökts huruvida de på något sätt vinklats i mediernas bevakning. Har någon aktör presenterats i positiva ordalag markeras detta som en positiv vinkling, och motsvarande vad det gäller negativa vinklingar. Det viktiga i dessa fall är den huvudsakliga bilden som en artikeltext presenterar av en aktör. Till exempel kan en negativ källa som kritiserar polisen eller någon annan aktör ge bilden av att hela artikeln är negativ om han eller hon får stå oemotsagd.

De två figurerna fig. 7 och 8) visar på vinklingar av aktörer under stormarna, i den mån de förekommer:

Figur 7: Vinklingar av aktörer under stormen Simone



N = 40 (antal enheter där någon aktör vinklas positivt eller negativt). *Kommentar: Plusskalan indikerar analysenheter som är positivt vinklade till aktören. Minusskalan indikerar analysenheter som är negativt vinklade till aktören. Ett tomt utrymme indikerar att inga positivt eller negativt vinklade artiklar skrevs om aktören under perioden.*

Figur 8: Vinklingar av aktörer under stormen Sven

N = 26 (antal enheter där någon aktör vinklas positivt eller negativt). *Kommentar: Plusskalan indikerar analysenbeter som är positivt vinklade till aktören. Minusskalan indikerar analysenbeter som är negativt vinklade till aktören. Ett tomt utrymme indikerar att inga positivt eller negativt vinklade artiklar skrevs om aktören under perioden.*

I andra undersökningar, exempelvis av politiska valrörelser eller av kriser med en tydligare politisk eller social komponent, är vinklingar betydligt mer vanligt förekommande än här (Färm et al. 2013). I de här fallen kring stormarna var artiklar eller videoklipp som tydligt tog ställning för eller emot en aktör en ovanlig förekomst. Även i de fall där exempelvis SMHI:s agerande efter stormen Simone diskuterades så framfördes det på ett balanserat sätt i medierna. Om en källa kritiserade SMHI (vilket förekom) så tilläts oftast SMHI försvara sig vilket förde artikeln eller videoklippen som helhet till en neutral vinkling, vare sig överdrivet positivt eller negativt ställt till SMHI.

Det fåtal artiklar som faktiskt var vinklade för eller emot en aktör är egentligen för få för att dra några tydliga slutsatser utifrån, men vissa resultat ger ändå indikationer om trender. Trafikbolagen är som enda aktör mer negativt vinklad under både stormarna Simone och Sven, mer markant under Sven som orsakade problem för flygtrafiken. Myndigheter och elbolag får genomgående god kritik, ofta handlar det då om representanter för myndigheterna eller elbolagen själva som säger att ”vi har gjort ett gott arbete” eller variationer på detta utan att vare sig journalisten eller någon annan källa säger emot dem. I elbolagens fall drogs ofta jämförelser med stormen Gudrun 2005 då många svenska hushåll förlorade sin el under lång tid, och hur mycket de har förbättrat situationen sedan dess.

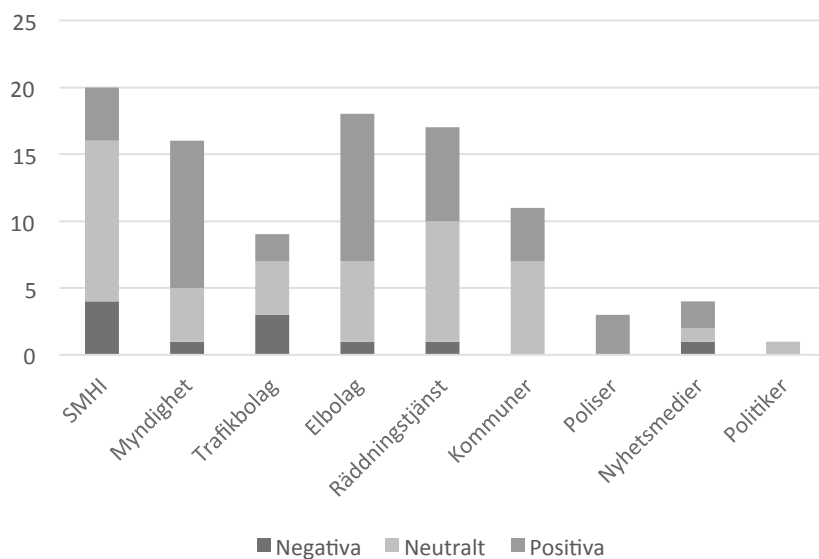
Ansvar

Utöver de vinklingar som presenterades ovan undersökte studien även hur de olika aktörernas ansvar gestaltades. Detta då ”ansvar” är ett grundläggande

begrepp i denna studie och ”ansvar” är ofta något som efterfrågas av de centrala aktörer som befinner sig i en position där de kan avkrävas detta. Dessutom blir det intressant att se på de olika sätt som begreppet kan användas i bevakningen av en händelse.

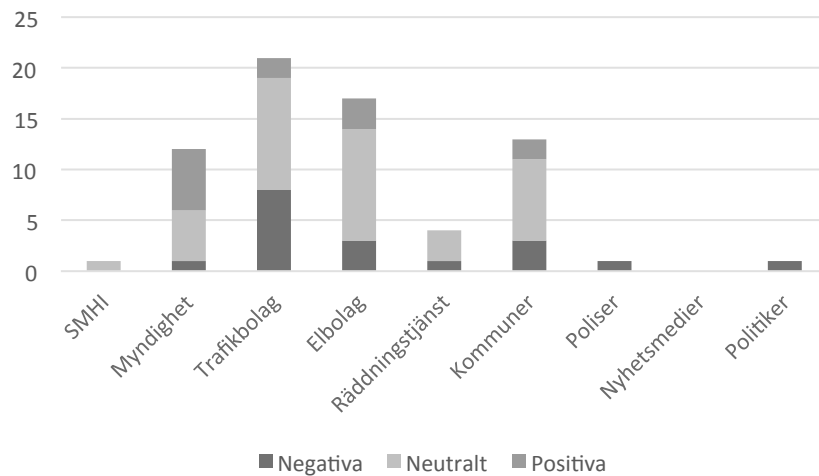
Vid en första anblick kan frågorna om vinkling och ansvar tyckas förvirrande lika, men det enklaste sättet att förklara skillnaden är att ansvar kräver ett tydligare uttryck där någon aktörs ansvar tas upp och antingen speglas positivt (en aktör tar sitt ansvar) eller negativt (en aktör tar inte sitt ansvar). Konceptet ”ansvar” måste tydligt tas upp, antingen genom användning av just detta ord eller snarlika synonymer. Medan vinklingar kan baseras på enkla uttalanden och personliga åsikter från exempelvis källor så kan gestaltningar om ansvar anses bära med sig mer vikt. Att hävda att den rödgröna regeringen inte tar sitt ansvar är allvarigare än att tycka att Stefan Löfvens tal var ofokuserat. Detta medför också att det finns betydligt färre fall där denna fråga överhuvudtaget tas upp, och i fall som de under stormarna utgick vi redan ifrån en situation med relativt få vinklingar. Därmed ser mediebilderna av ansvarstagande ut på följande vis (fig. 9 och 10):

Figur 9: Vinkling av aktörers ansvarstagande under stormen Simone



N = 62 (antal enheter där en aktörs ansvarstagande diskuteras).

Figur 10: Vinkling av aktörers ansvarstagande under stormen Sven



N = 61 (antal enheter där en aktörs ansvarstagande diskuteras).

Fig. 9 och 10 visar på alla de tillfällen som en aktörs ansvarstagande är en del av en artikel, oavsett om aktören vid detta tillfälle vinklas som att ta sitt ansvar, som att *inte* ta sitt ansvar eller om deras ansvar diskuteras utan att vinklas vare sig positivt eller negativt (neutralt). Detta sätts ofta i nära samband med den generella vinklingen som diskuterades tidigare. Därmed kan vi bland annat utläsa att SMHI:s ansvarstagande är ett ämne som diskuterades i 20 olika artiklar och videoklipp under stormen Simone, men bara en enda gång under stormen Sven.

På samma vis kan konstateras att trafikbolagens ansvarstagande blir ett mer omdiskuterat ämne under stormen Sven när flygtrafiken stod still. Här kan vi också se att elbolagen vinklades som att ta sitt ansvar under stormen Simone, men diskussionen om deras ansvar hade en mer neutral ton under stormen Sven.

Överlag kan man se att positiva omdömen om aktörernas ansvarstagande var vanligare än negativa omdömen. Ungefär dubbelt så många positiva som negativa noterades i vår undersökning (57 positiva mot 29 negativa).

Efter att ha avslutat denna genomgång av aktörer i medierna skiftas nu fokus mot de gestaltningar som förekom i rapporteringen.

Gestaltningar

För att förmedla nyheter effektivt använder sig journalister ofta av gestaltningar. Med detta menas hur de väljer att beskriva den verklighet de rapporterar om, med olika metoder, begrepp och förhållningssätt. Här granskas några av de vanligt förekommande gestaltningar som användes när nyhetsmedierna skrev om stormarna.

Kontextuell gestaltning

Traditionellt inom medieforskning granskas förekomsten episodisk och tematisk gestaltning. Den episodiska gestaltningen är fokuserad på ”här och nu” och tar inte in ett bredare synfält. Det viktiga är vad som har hänt och att få ut rena fakta och källors uttalanden som informerar om händelseförloppet.

Den tematiska gestaltningen handlar mer om att få in dessa händelser i ett sammanhang och undersöker inte bara vad som har hänt utan även varför. I och med att denna undersökning även granskar ledare och debattartiklar så kan man lätt göra kopplingen att dessa oftare är tematiska än episodiska. Det är sällan någon skriver en debattartikel för att beskriva en händelse utan att sätta in den i ett större sammanhang. Den tematiska artikeln ska inte misstas för att alltid vara diskuterande, tyckande eller tolkande men det stämmer i de flesta fall. Förekomsten av episodiska och tematiska artiklar framgår av tabellen nedan (tab. 2):

Tabell 2: Kontextuell gestaltning i nyhetsmedier

	Episodisk	Tematisk	Totalt antal artiklar
Simone	95 %	5 %	246
Sven	99 %	1 %	242

N = 488

Resultatet i tabell 2 kan verka anmärkningsvärt i sin övervikt på episodiska artiklar, men så är det inte under händelser som stormar. Allt, både före och efter att stormen väl nått Sverige, handlar om här och nu. Inför stormarna handlar nyheterna om var stormen kommer ifrån, hur mycket skada den orsakat där, och att förbereda människor på hur stormen kommer påverka deras vardag (inställda tåg, uppmaningar att hålla sig inomhus och så vidare). Här och nu-rapporteringen förstärks vidare av att medierna till stor del använder sig av direktrapportering via webbupplagorna.

När stormen väl har blåst förbi är fokus istället på vilka skador som har orsakats och huruvida situationen överhuvudtaget blev katastrofal eller om samhället klarade sig relativt smärtfritt undan. Allt detta, inklusive ett stort fokus på vanliga människors vardagsberättelser, är typisk episodisk nyhetsjournalistik. Till skillnad från exempelvis politiska debatter är stormar inte fall som ofta leder till att man försöker ta ”ett bredare grepp” och jämförelser med händelser i det förflutna eller dylikt. I de fall som tematiska artiklar faktiskt förekom gjorde de oftast jämförelser med tidigare stormar, främst Gudrun 2005, och jämförde skadenivåer, stormstyrka och samhällets reaktioner.

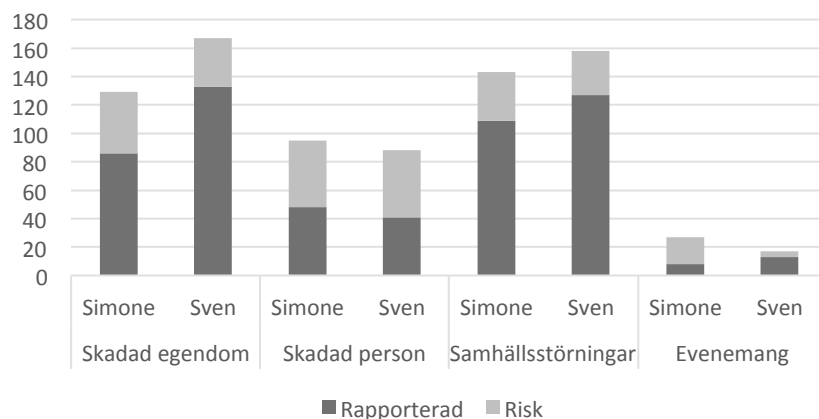
Rapporterad skadegörelse och störningar under stormarna

Utöver denna kontextuella gestaltning har undersökts vilka skador och risker som medierna rapporterade att stormarna förde med sig. Typen av skador eller

risker har delats in i fyra olika kategorier: Skador mot egendom eller fysiska strukturer, skador mot levande varelser (främst personer men även i vissa fall djur), störningar gentemot samhällsfunktioner (elnät, lokaltrafik och så vidare) och störningar gentemot evenemang (exempelvis konserter, möten eller sportevenemang som påverkats av en av stormarna).

Fig. 11 jämför hur ofta som medierna rapporterade om liknande skador eller störningar (eller om det fanns risk för dem) under båda stormarna:

Figur 11: Gestaltningar av stormarnas skadegörelse och störningar i medierna



N = 420 (analysenheter där rapporterad skada eller risk noterats).

Det vi kan se tydligt här är att Sven orsakade såväl fler rapporter i medierna om skador gentemot egendom och fler rapporterade samhällsstörningar (med ett särskilt fokus på flygtrafiken). Den största skillnaden är mellan antalet rapporteringar om skador på egendom, 86 artiklar nämnde skador av olika slag under Simone, 133 under Sven.

Intressant nog så rapporteras det mer om skador mot personer och djur under Simone, trots att det var på grund av Sven som nio människor omkom i Sverige (åtminstone sex av dessa fall hann rapporteras under vår insamlingsperiod). Under Simone dog ingen på svensk mark.

En tredje sak värd att notera är att under Simone rapporterades det mycket om risken för att evenemang skulle påverkas av stormen i och med finalen i allsvenskan, men ändå spelades matchen och inte många andra evenemang påverkades. Däremot rapporterades det om fler påverkade evenemang under Sven, men inte mycket i förhand om risken för detta.

Dessa var de gestaltningar som vi undersökte i samband med de två stormarna. Nästa avsnitt granskar särskilt samspelet mellan nyhetsmedier och sociala medier under denna period.

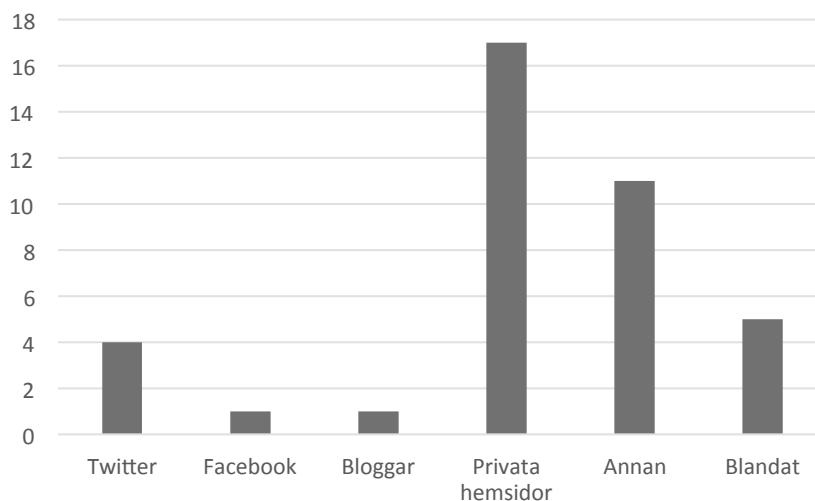
Samspelet mellan nyhetsmedier och sociala medier

För att undersöka huruvida sociala medier och resten av internet spelade in i rapporteringen kring stormarna har fyra olika områden undersökts. I denna del har materialet från båda stormarna slagits samman. Det blir intressantare i dessa fall att hålla diskussionen mer allmän kring sociala mediers roll och betydelse i rapporteringen av liknande krissituationer. Det är också av större intresse att i dessa fall jämföra de olika mediernas vanor kring hur man förhåller sig till sociala medier i sin rapportering.

Omnämning av sociala medier

Den första av dessa områden undersöker huruvida några sociala medier eller hemsidor omnämndes i rapporteringen (fig. 12).

Figur 12: Omnämning av sociala medier i rapportering kring stormarna



N = 39 (analysenheter där någon av ovan nämnda sociala medier noterats).

Figuren visar att det som refereras till oftast är det som benämns ”Privata hemsidor” (myndigheters hemsidor faller in under kategorin ”Annan”). Exempel på sådana hemsidor som har omnämnts i rapporteringen är till exempel olika lokaltrafikbolags eller flygbolags hemsidor och fotbollsklubbarnas hemsidor under diskussionen angående finalmatchen i allsvenskan. Twitter och Facebook har omnämnts vid ett par tillfällen men inte i någon större utsträckning. Youtube och kommentarsfält fick nollresultat och är därför inte med i figuren. ”Blandat” inkluderar de fall där mer än en av de andra

kategorierna omnämns i en och samma artikel och även i de fall som termen ”sociala medier” används utan att specificeras närmre.

Enligt de intervjuade journalisterna spelade sociala medier en viktig roll för nyhetsrapporteringen. Niklas Lundell, Sydsvenskan:

Det [sociala medier] hade vi koll på hela tiden [...] och det var ganska lätt att hitta folk som var påverkade eller hade bilder som vi kunde kontakta när det behövdes.

Göteborgs-Posten har särskilda dialogredaktörer vars arbete är att hålla koll på sociala medier och dess innehåll. Enligt Göteborgs-Posten hade sociala medier, i samband med Simone, om det hade börjat blåsa än mer i Göteborgstrakten blivit ”jätteviktiga för att hitta röster; vilka kan vi åka hem till, hur mycket blåser det där” (Sofia Dahlström). Göteborgs-Posten använde även sociala medier för att information från berörda myndigheter vilken man uppfattade som både snabb och relevant. I övrigt påpekar de intervjuade journalisterna hur deras respektive tidningar blev samlingspunkter då:

[...] det inte går att få en enhetlig bild över sociala medier. Så här blev vi lite av en naturlig samlingspunkt och mötesplats [...]. Sen kan man väl hitta sitt eget sociala medieflöde men jag tror att en tidning underlättar när det gäller att göra det jobbet (Niklas Lundell, Sydsvenskan).

Även Göteborgs-Posten ser sig själva som en samlingspunkt:

För vår del känns det som att när göteborgarna är oroliga för något som kan drabba dem lokalt i stan så är det väldigt tydligt att gp.se är ett av dom ställena där man går in. Jag tror att det finns ett behov av att någon samlar ihop, är den plattformen, för sociala medier blir lätt spretigt (Sofia Dahlström).

Länkar till externa hemsidor

Den följande tabellen (tab. 3) visar alla de tillfällen som de olika medierna i samband med sin rapportering om stormarna har länkat till ett socialt medium eller en hemsida. Här finner vi det av intresse att dela in resultaten per medium eftersom det säger något om vilka vanor medierna har lagt sig till med i den nya digitala miljön.

Tabell 3: Länkar som del av rapporteringen kring stormarna

	AB	EX	GP	SySv
Myndigheters hemsidor	5	2	0	3
Kommuners hemsidor	0	0	1	0
Andra nyhetsmedier	5	13	2	3
Annan	2	5	0	7
Blandat	0	2	0	2

N = 52 (analysenheter där någon länkning gjorts).

Ovan ser vi att det vanligaste var att länka till andra nyhetsmedier än det egna (om exempelvis Expressen har länkat till en artikel i Aftonbladet). Bland dessa länkar gick flera länkar till utländska nyhetssajter, exempelvis brittiska nyhetsrapporter om stormen Simone under dagarna innan stormen nådde Sverige.

Tabellen visar även att ingen av de undersökta medierna någonsin länkade till uttalade sociala medier såsom Youtube, Facebook eller Twitter. Vi hittade inga förekomster av länkar till liknande sociala medier under vår undersökningsperiod.

Vid ett par tillfällen länkades det även till myndigheters hemsidor, främst då till SMHI.

GP utmärkte sig genom att i mindre utsträckning än de andra medierna länka till externa sidor och sociala medier. Detta skedde endast vid tre tillfällen vilket kan jämföras med de 22 tillfällen som Expressen länkade till externa sidor.

Användargenererat material och ursprung i sociala medier

Därutöver undersöktes huruvida artiklar eller videoklipp hade sitt ursprung i sociala medier, med andra ord om exempelvis en Facebook-postning, ett Twitter-meddelande ("tweet"), en Youtube-video eller en bloggpost med relation till någon av stormarna fick sådant genomslag att det rapporterades om i nyhetsmedierna. Detta skedde endast vid fyra tillfällen under dessa två stormar. Två av dessa fall blev så kallade "klickmonster", underhållande nyheter med koppling till stormen som fick stor spridning på internet. En berörde den video som filmades och lades upp på Youtube där en busschaufför körde rätt ut i vattnet under översvämningarna i Malmö i samband med Sven för att det var hans bussrutt, trots att vattnet uppenbarligen var för djupt att köra en buss igenom. Det andra fallet rörde den till synes tomma glasburk som sades innehålla en del av stormen Sven och som lades upp till försäljning på sajten Blocket.

Generellt sett var användargenererat material i form av bilder och läsarinlägg en central del av nyhetsrapporteringen kring stormarna. Till exempel Sydsvenskan rapporterade via verktyget *covering live* där läsarna tilläts kommentera löpande. Till detta kom även olika chattar, till exempel med en meteorolog där läsarna kunde ställa egna frågor. Enligt Göteborgs-Posten finns det numera ett antal kanaler för dialog vilket öppnar upp för dialog både mellan journalister och läsare men även läsare emellan. Sofia Dahlström, GP:

Jag tycker att den här typen av läsarkontakter hela tiden tar oss till ställen där vi aldrig varit innan, där det händer grejer, till skillnad från att bara ringa, eller den vanliga uppdateringen baserat på experter.

De intervjuade journalisterna påpekar att en viktig skillnad om man jämför nyhetsrapporteringen under de aktuella stormarna med för bara några år sedan var den stora mängden bildmaterial som kom direkt från läsarna. Journalisterna

i studien var generellt positiva till den här utvecklingen och såg inga större källkritiska problem, i alla fall inte så länge det handlar om väderfenomen som stormar. Niklas Lundell, Sydsvenskan:

De flesta som skickar in saker till oss när det stormar vill ju att vi ska publicera det, men om man hade rapporterat om, till exempel, ett pågående mordfall så hade ju läget varit helt annorlunda, då måste man ju tänka ännu mer på vad man publicerar.

Vid 18 olika tillfällen förekom så kallat användargenererat material i samband med rapporteringen kring stormarna. Detta bestod i nästan alla fall av bilder eller videoklipp som läsare fotat eller filmat där man antingen kunde se att det blåste kraftigt eller som visade skador som stormarna orsakat.

AVSLUTANDE DISKUSSION

Mediebilderna av stormarna Simone och Sven är intressanta att jämföra. Stormen Simone ansågs delvis vara en ”besvikelse” där medier, kommuner och samhällstjänster först hade förberett allmänheten på ett katastrofläge som sedan inte inträffade. Det resulterade både i en känsla av lättnad över att stormen inte så allvarlig, men i en del upprörda reaktioner för att prognoserna överdrev stormen.

En och en halv månad senare kom dock stormen Sven, som verkligen blev så allvarlig som befarades. Sven stängde flygplatser, höll folk inomhus, vält träd, översköljde båtar och hus och tog ett antal människoliv. Så medan de två mediala stormberättelserna började på liknande vis, med varningar och oro och information, så utvecklades förloppen med tiden på helt olika sätt.

I det här sammanhanget blir mediernas roll som informationsbärare särskilt intressant att granska. Medierna får sin information från olika källor och vidarebefordrar den till allmänheten, men majoriteten av kritiken när det gäller Simone riktades mot SMHI och mot mediernas rapportering.

Resultaten visar vidare att båda stormarna fick likartad mediebevakning trots att Sven slog mycket hårdare mot det svenska samhället än Simone. Ungefär lika mycket uppmärksamhet ägnades båda stormarna. Under Sven rapporterades det av förklarliga skäl något mer om samhällsstörningar och skadad egendom. Intressant att notera är att det rapporterades lika mycket om skadade personer under båda stormarna trots att betydligt fler människor omkom under Sven.

I båda fallen växte mediebevakningen dag för dag fram till den punkt då stormen väl nådde Sverige, och sedan sjönk bevakningen dramatiskt. Med andra ord förefaller det vara själva varningarna och oron för stormarna som genererar mest mediematerial snarare än rapporter om stormarnas faktiska effekter. Fram till den punkt då det kunde konstateras att Simone inte skulle utvecklas så dramatiskt var medierapporteringen likartad i båda fallen.

Behandlingen av SMHI skiljer sig dock åt i de båda stormarna. SMHI var fortfarande en populär källa i medierna under Sven, men efter att deras ansvarstagande och roll i sammanhanget hade diskuterats i de senare delarna av Simone-bevakningen så skedde ingen särskild vinkling av myndigheten under Sven. Medierna förväntade sig rimligen att SMHI skulle komma med korrekt information, och när så inte skedde resulterade det i kritik, men när deras information stämde fanns inget intresse av att vinkla eller rapportera om SMHI som en aktör, utan dess roll reducerades till att vara källa för väderinformationen.

Utöver SMHI var flygbolagen de enda aktörer som blev kraftigt kritiserade i medierna under någon av stormarna. Sven gjorde det omöjligt att flyga och många människor blev strandsatta på flygplatser, ofta med bristfällig information om vad som gällde eller huruvida de skulle ersättas på något sätt för sina inställda resor.

Naturhändelser av det här slaget är huvudsakligen inte situationer där mediestudier av aktörsperspektiv och vinkling av aktörer nödvändigtvis ger

kraftiga och tydliga resultat. Det allra viktigaste i rapporteringen är i stället oftast att informera människor om vad som kan förväntas hända i deras område, och komma med rekommendationer om hur de ska gå till väga för att undvika att komma till skada. Om ingen särskild aktör kan tyckas ha ansvaret för ett krisförlopp verkar såväl medierna som deras läsare vara överens om att ingen kan lastas för naturens krafter. Det går alltid att i efterhand diskutera krisberedskap och hantering av liknande händelser, men i jämförelse med exempelvis den stora skogsbranden i Västmanland sommaren 2014 diskuterades ansvar och beredskap ganska lite i medierna under de här två stormarna.

Stormarna var skäl för medierna att använda sig mycket av videoinslag. Saker som blåser runt eller blåser ner är tacksamt visuellt material för att ge människor på andra platser en bild av vad som pågår, och under båda stormarna använde sig främst de nationella tidningarna Aftonbladet och Expressen flitigt av sådana rörliga bilder. Medierna hittade också ovanliga sätt att illustrera vad som pågick: en reporter gick inför Simone in i en vindturbin som var programmerad att ge stormnivåer av blåst och försökte läsa tidningen. När stormen Simone först kom in över Storbritannien gick en av Aftonbladets reportrar runt på de lokala pubarna där och frågade lokalbefolkningen om de var rädda och hur de trodde stormen skulle jämföra sig med den som kallades ”Stora Stormen” i Storbritannien 1987. Det var även vanligt i flera av medierna att skapa chattar där läsarna kunde ställa frågor till meteorologer och andra sakkunniga.

Däremot fanns det en signifikant andel av mediematerialet som inte bara handlade om stormens risker eller skador. Det fanns även en hel del artiklar som syftade till att underhålla: busschauffören som bestämde att köra sin rutt trots att den tog honom ut på djupt vatten, mannen som sålde en burk med luft från stormen på Tradera och testerna av om det går att läsa tidningen i en storm. Vidare fanns ett antal nyheter om våghalsar som tog chansen och passade på att surfa på de kraftiga vågor som stormarna skapade, och om ungdomar som samlades på höga platser för att uppleva och skåda stormen med egna ögon. Detta bidrog med en annan bild av stormarna som inte bara skrämmande och förstörande, utan också som spännande och underhållande. Till skillnad från den akuta fara som exempelvis en stor skogsbrand medför beskrevs stormarna som att inte vara direkt livsfarliga för människor i tätort, och därmed öppnades dörren för att det var okej att även skapa viss underhållning kring situationen. Det är svårt att föreställa sig liknande ”skojiga” nyheter kring skogsbranden, trots att betydligt fler människor omkom under stormen Sven än under skogsbranden i Västmanland.

Även i fortsättningen lär stormen Gudrun i Sydsverige 2005 förbli den svenska storm som andra stormar jämförs med. Mediebevakningen kring Simone och Sven hösten 2013 är inte främst intressant som en studie av hur medierna hanterade en unik situation, utan snarare som ett exempel på hur de hanterar en situation som i framtiden lär bli allt vanligare. Stormar lär i större utsträckning komma att bli ett vanligt inslag under vissa årstider. Huruvida det betyder att bevakningen kommer att minska med tiden, eller om mediernas stormbevakning alltid kommer att vara en stor händelse är i nuläget en öppen

fråga. Sannolikt lär medierna utveckla nya sätt att bevaka den här typen av händelser, inte minst på olika digitala plattformar, och i samspel med sociala medier, myndigheter och andra aktörer.

REFERENSER

Bechman, A. (2012), *Towards Cross-Platform Value Creation. Four Patterns of Circulation and Control, Information, Communication & Society*, Volume 15, Number 6, pp. 888-908.

Beck, U. (2000). *Risksambället: på väg mot en annan modernitet*. Göteborg: Daidalos.
Eriksson, M. (2014). *Kommunala kommunikatörers beredskap för kriskommunikation via sociala medier*. Sundsvall: DEMICOM, Mittuniversitetet Sundsvall (DEMICOM, rapportserie 14).

DN (2015). *En av tre svenskar känner klimatångest*. Publicerad i Dagens Nyheter, 2015-03-24.

Eriksson, M. (2006). *Kriskommunikation via webben: studier av dubbelmordet i Linköping, Kemiraolyckan och stormen Gudrun*. Stockholm: Krisberedskapsmyndigheten.

Hede, S., Enander, A. & Lajksjö, Ö. (2007). *Storm i tsunamins skugga: kommunala aktörers erfarenheter vid hantering av Gudrun*. Stockholm: Institutionen för ledarskap och management, Försvarshögskolan.

Hedman, L. (1999) *Snökaoset runt Gävle*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar

Hinderson, J. (2013). *Webbens vägar: om webbjournalistikens etablering och utveckling vid tre svenska regionala och lokala dagstidningar 1995-2013*. Diss. Lund : Lunds universitet, 2013. Lund.

Holladay, S. J. (2010). *Are they practicing what we are preaching? An investigation of crisis communication strategies in the media coverage of chemical accidents*.

Nord, L. & Strömbäck, J. (2002). *Tio dagar som skakade världen*. Styrelsen för psykologiskt försvar.

Hvitfelt, H. (2003). *Nyheter vid kriser*. Stockholm: Krisberedskapsmyndigheten.

Hoang, T.S (2015). *Blogging during a Crisis: Threat and Efficacy in Online Communication during a Hurricane*. Online Journal of Communication and Media Technologies Volume: 5 – Issue: 2 April – 2015.

Jarlbro, G. (2004). *Krisjournalistik eller journalistik i kris?: en forskningsöversikt om medier, risker och kriser*. Stockholm: Krisberedskapsmyndigheten.

Karlsson, M. (2008). *Kriskommunikation i förändring. Internet, den ökade*

publiceringshastigheten och de förändrade villkoren för kriskommunikation. Studier i Politisk kommunikation nr 20. Sundsvall: Demokratiinstitutet Demicom.

Larsson, L. (2008). *Kris och lärdom: kriskommunikation från Tjernobyl till Tsunamin.* Örebro: Medie- och kommunikationsvetenskap, Örebro universitet.

Medievärlden (2013). Aftonbladet slår alla rekord tack vare mobilen. Nedladdat från: <http://www.medievarlden.se/nyheter/2013/10/aftonbladet-slar-alla-rekord-tack-vare-mobilen>.

Mendelsohn, R., Emanuel, K., Chonabayashi, S. och Bakkensen, L. (2012). *The impact of climate change on global tropical cyclone damage.* Nature Climate Change, 2, 205–209.

NORDICOM (2014). *Nordicom-Sveriges mediebarometer.* 2013. Göteborg: Nordicom-Sverige, Nordiskt informationscenter för medie- och kommunikationsforskning, Göteborgs universitet.

Ottestig, T. A. (2015). *Gilla! Dela! Följ! En studie av myndigheters kriskommunikation i sociala medier.* DEMICOM nr 23. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-87557-79-8

Tierney, K., Bevc, C. och Kuligowski, E. (2006). *Metaphors matter: Disaster myths, media frames, and their consequences in Hurricane Katrina.* *The Annals of the American Academy of Political and Social Science.* Volym 604, 57-81.

Rummukainen, M., 2012. *Changes in climate and weather extremes in the 21st century.* WIREs Clim Change 3, 115-129.

Muntliga källor

Annika Boberg, Kommunikatör Räddningstjänsten Storgöteborg

Kjell Foss, Kommunikationsstrateg Stadsledningskontoret, Göteborgs stad

Anna-Maria Havskogen, Kommunikationsstrateg Räddningstjänsten Syd, Malmö

Håkan Jarborg, Chef Länsoperativa avdelningen Polisen i Skåne län

Helene Persson, Enhetschef Kommunikationsavdelningen Stadskontoret, Malmö stad

Jan Strannegård, Presstalesman för Polisen i Västra Götaland

INTERVJUMANUAL MYNDIGHETER

1. Namn och titel. Ansvarsuppgifter i organisationen.
2. Kan du beskriva hur er kommunikation såg ut under stormen?
3. Vilka kanaler använde ni er av och vilka motiv fanns bakom de valen?
4. Vilka var det som skötte kommunikationen och varför var det just de?
5. Hur skiljer sig myndighetens syfte med närvaron i sociala medier, i vardagen och i kriser som den här? Har ni skilda strategier och målgrupper för olika plattformar?
6. Hur resonerade ni kring enade budskap? Kanalerna är många och de som kommunicerar från organisationen kan ju också vara flera i en och samma kanal.
7. Vilka problem uppstod och hur löste ni dem?
8. Hur kommunicerar man ”lagom” i en storm? Varnar lagom, lugnar lagom. Svår balansgång? Undvika att förstora upp risker i onödan så människor tar det på allvar nästa gång. Vargen kommer.
9. Har ni fått kritik i efterhand för att ni varnade för mycket?
10. Hur uppfattade ni samarbetet med medieredaktionerna?
11. Hur viktiga var de som kanaler för er? Hade ni mycket trafik på er hemsida? Prioriterade ni mediekanalerna?
12. Kunde ni påverka mediernas bild av vad som skedde under den här krisen? Har det blivit enklare eller svårare att göra det när medierna i större utsträckning hämtar upp nyheter från de sociala medierna?
13. Har ni fungerande strategier och policies för sociala medier? Var de tillräckliga under den här veckan och var det lätt att arbeta efter dem? Var de till hjälp?
14. Går det att bygga upp ett förtroende i sociala medier och är det något ni strävar efter? Hur stor betydelse har ett sådant förtroende i så fall vid en händelse som den här stormen?
15. Hur påverkas ni av andras kommunikation via de sociala medierna och hur omvärldsbevakar ni det?
16. Har ni dragit några lärdomar efter stormen?

Rapporter från Demicom

Följande rapporter finns utgivna av DEMICOM. Rapporterna kan laddas ner från hemsidan: www.miun.se/demicom. Tryckta rapporter beställs från Mittuniversitetet, Grafisk service: grafiskservice@miun.se, tel: 060-14 86 00.

1. Johansson, C. & Nord, L. (2011). *Konsten att kommunicera oro utan att oroa. Svenska myndigheter under finanskrisen 2008*. DEMICOM nr 1. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-80-7
2. Shehata, A. (2012). *Finanskrisen och förtroendet*. DEMICOM nr 2. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-83-8
3. Grusell, M. (2012). *Unga om reklam*. DEMICOM nr 3. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-82-1
4. Johansson, C., Miller, V. D., & Hamrin, S. (2011). *Communicative Leadership. Theories, Concepts, and Central Communication Behaviors*. DEMICOM nr 4. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-81-4
5. Lundgren, L., Strandh, K., & Johansson, C. (2012). *De sociala intranätens praxis. Användning, nytta och framgångsfaktorer*. DEMICOM nr 5. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-84-5
6. Jendel, L. & Nord, L. (2012). *Från dörrknackning till gröna pjasnäsor – en studie av riksdagspartiernas särskilda medel inför valet 2010*. DEMICOM nr 6. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-85-2
7. Lundgren, L., Strandh, K. & Johansson, C. (2012). *The practices of the social intranets. Usage, benefits and success factors*. DEMICOM nr 7. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-86-9
8. Westlund, O. (2012). *Från gammalt till nytt. Om tidningsledarskap och nyhetsanvändning*. DEMICOM nr 8. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-87-6
9. Färm, K-A., Jendel, L. & Nord, L. (2012). *Bilden av finanskrisen. En studie av svenska mediers nyhetsrapportering hösten 2008*. DEMICOM nr 9. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-87103-54-4
10. Olsson, J. & Johansson, C. (2013). *Kommunikationens värde i offentlig verksamhet. En nulägesanalys av Trafikverket*. DEMICOM nr 10. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-88-3
11. Nord, L. & Shehata, A. (2013). *Finanskrisen, förväntningarna och förtroendet*. DEMICOM nr 11. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-89-0
12. Lozanovski, J & Wadbring, I. (2013). *Unga nyheter. Unga reflekterar kring nyheter och nyhetsvanor*. DEMICOM nr 12. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-87103-90-2

13. Andersson, U. (2013). *Från fullformat till tabloid. Om formatets betydelse för nyhetsjournalistiken*. DEMICOM nr 13. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-87103-91-9
14. Eriksson, M. (2014). *Kommunala kommunikatörers beredskap för kriskommunikation via sociala medier*. DEMICOM nr 14. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN:978-91-87103-92-6
15. Öhgren, J. & Johansson, C. (2014). *Sociala intranät för kommunikation och lärande. En studie av Svenska Spels intranät Hemmaplan*. DEMICOM nr 15. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-87103-93-3
16. Jalakas, A. & Johansson, C. (2014). *Kommunikation som ger samhällsnytta. Kommunikationens värde i Trafikverket*. DEMICOM nr 16. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-87103-94-0
17. Jalakas, A. (2014) *Metoder och möjligheter – Sveriges Radio som agendasättare*. DEMICOM nr 17. ISBN: 978-91-87557-34-7
18. Nord, L., Färm, K-A., Jendel, L. & Olsson, E-K. (2014). *Efter Husbykravallerna – En studie av mediebilder och kriskommunikation*. DEMICOM nr 18. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-87557-35-4
19. von Krogh, T. (2014). *Pizzerian brinner igen! Skillnader och likheter mellan läsning av lokala nyheter på papper och nät*. DEMICOM nr 19. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-87557-36-1
20. Wadbring, I. & Ödmark, S. (2014). *Delad glädje är dubbel glädje? En studie om nyhetsdelning i sociala medier*. DEMICOM nr 20. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-87557-37-8
21. Eriksson, M. (2014). *En kunskapsöversikt om krishantering, kriskommunikation och sociala medier*. DEMICOM nr 21. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-87557-38-5
22. Andersson, U. (2014). *Publikforskning i en digitaliserad och konvergerad mediavärld. En forskningsöversikt*. DEMICOM nr 22. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-87557-78-1
23. Ottestig, T. A. (2015). *Gilla! Dela! Följ! En studie av myndigheters kriskommunikation i sociala medier*. DEMICOM nr 23. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-87557-79-8
24. Johansson, C., Jendel, L., & Ottestig, T. A. (2015). *Nätverk för kriskommunikation. Om myndigheters informationssamordning vid kriser*. DEMICOM nr 24. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-87557-80-4 (MSB Publ. Nr. MSB549 – mars 2013)

25. Johansson, C. & Bäck, E. (2015). *Nätverksledarskap för samordning vid kriser. En studie av skogsbranden i Västmanland*. DEMICOM nr 25. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-87557-81-1
26. Jalakas, A. & Nord, L. (2015). *Folkinitiativ och medielogik. En studie av mediebevakningen av lokala folkomröstningar i fyra kommunala valrörelser*. DEMICOM nr 26. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-87557-82-8
27. Grusell, M & Nord, Lars. (2015). *Vinnande kampanjer, förlorade val, Partiernas politiska kommunikation i valrörelsen 2014*. DEMICOM nr 27. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-88025-14-2
28. Färm, K-A. Jendel, L. Nord, L. Eriksson, M & Olsson, E-K. (2015). *En stormig höst. Studier av mediebilder och kriskommunikation*. DEMICOM nr 28. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-88025-15-9



DEMICOM

 MITTUNIVERSITETET

