



Myndigheten för
samhällsskydd
och beredskap

Sociala medier i övningar



Sociala medier i övningar

Sociala medier i övningar

Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB)

MSB:s kontaktpersoner:

Carin Rencrantz, 010-240 42 54

Christina Schenning, 010-240 42 37

Medverkande i projektgruppen från FOI:

Jiri Trnka

Magdalena Granåsen

Susanna Nilsson

Publikationsnummer MSB329 - november 2011

ISBN 978-91-7383-174-1

Förord

Övningar är viktiga för alla, såväl på lokal och regional som på nationell nivå. Vi behöver öva för att kunna förebygga, förbereda och planera och framförallt för att utveckla förmågan att hantera kriser i den egna verksamheten och i samverkan med andra. Däremot är utbudet av stöd och vägledning för att öva hantering av sociala medier idag ytterst begränsat. Vid MSB har därför Övningsenheten tagit initiativ till att utveckla ett stöd för att utveckla och öva användandet av sociala medier inom samhällsskydd och beredskap.

Generellt kan sägas att hanteringen av en kris till mycket stor del bygger på hur allmänheten uppfattar budskap och information kring krisen. Med sociala medier ändras informationslandskapet, vilket alla aktörer vid en kris måste ta hänsyn och förhålla sig till vid utformning av informations- och kommunikationsstrategier. Med sociala medier flyter informationen fortare och sker oftast i realtid. Det är ofta även ett starkt och viktigt medel att beakta vid den akuta hanteringen av olyckor och kriser. Sociala medier kan användas för att skapa dialog och främja öppenhet när det gäller att förebygga och lära av olyckor och kriser. Till exempel rapporterade norsk TV att det skickades 250 000 tweets under de fyra första dygna efter Oslobomben och tragedin på Utöya sommaren 2011 – bara från norska twittrare!

Rapporten Sociala medier i övningar bygger på erfarenheter från den svenska nationella krishanteringsövningen SAMÖ-KKÖ 2011. Två av de viktigaste lärdomarna i studien är skäligen enkla: när ni övar, öva också bemötande och användning av sociala medier. Väljer man bort sociala medier i övningen, ska man vara medveten om att det också påverkar realismen.

Förhoppningen är att denna publikation ska ge inspiration och vägledning vid utveckling och övning kopplat till sociala medier.

Rolf Olsson
Chef för övningsenheten, MSB

Innehållsförteckning

Sociala medier i övningar	1
Förord	3
Sammanfattning	7
1. Inledning – Sociala medier, krishantering och övning	11
1.1 Syfte och struktur i rapporten	11
1.2 Sociala medier	12
1.2.1 Sociala medier vid kriser	13
1.2.2 Sociala medier som verktyg för svenska myndigheter, landsting och kommuner	14
2. SAMÖ-KKÖ 2011	21
2.1 Sociala medier som en del av skede 1	22
2.1.1 Verket för sociala medier	24
3. Övandes användning av sociala medier under SAMÖ-KKÖ 2011	31
3.1 Hur övningen har analyserats	31
3.2 Interaktioner i sociala medier	32
3.3 Typer av användande	33
3.3.1 Omvärldsbevakning	34
3.3.2 Aktiv medverkan	35
3.3.3 Integrerad ansats	40
4. Reflektioner och erfarenheter från SAMÖ-KKÖ 2011	43
4.1 Planering och genomförande av övningen – reflektioner från central övningsledning och motspel	44
4.1.1 Reflektioner om planeringen av övningen	44
4.1.2 Reflektioner om genomförandet	45
4.1.3 Generella reflektioner om sociala medier och krishanteringsövningar	46
4.2 Medverkan i sociala medier under SAMÖ-KKÖ 2011 – reflektioner från lokala övningsledare och övande	48
4.2.1 Övergripande enkätresultat	48
4.2.2 Omvärldsbevakning	49
4.2.3 Aktiv medverkan samt beslut om att inte vara aktiv	50
4.2.4 Strategi för sociala medier	52
4.2.5 Allmänna synpunkter på övning av sociala medier i SAMÖ-KKÖ 2011	53
4.2.6 Nyttja, risker och utmaningar i sociala medier	55
4.3 Sammanfattning	58

5. Råd och rekommendationer – att öva sociala medier	61
5.1 Vad och hur ska vi öva?	61
5.1.1 Kommunikation - inte enbart information	62
5.1.2 Sociala medier kan inte avgränsas	62
5.1.3 Medverkan kräver öppenhet.....	63
5.2 Att öva hantering av sociala medier vid kriser	63
5.2.1 Att öva omvärldsbevakning.....	65
5.2.2 Att öva aktiv medverkan	66
5.2.3 Att öva integrerad ansats	67
5.3 Sammanfattning.....	68
Referenser	73

Sammanfattning

Sammanfattning

Den här rapporten syftar till att presentera erfarenheter från den nationella krishanteringsövningen SAMÖ-KKÖ 2011 samt att ge stöd vid utveckling av t.ex. dokument, strategier och övningar kopplat till användandet av sociala medier. Rapporten sammanfattar de erfarenheter som har gjorts under utvärdering av användandet av sociala medier under SAMÖ-KKÖ 2011 som genomfördes under våren 2011. Den utlösande händelsen för övningen var en kärnteknisk olycka.

Kriskommunikationen som pågick under övningen utgick för första gången inte bara från traditionella informationskanaler, utan även från sociala medier i form av bloggar, mikroblogg och socialt nätverk. Alla övande hade möjlighet att använda Övningswebben där de utöver egna hemsidor även kunde skapa sidor i det sociala nätverket Xbook och där interagera med de övriga användarna i Övningswebben. De kunde även följa och kommentera i ett antal bloggar och mikrobloggsflöden om händelserna i övningen.

Analysen i den här rapporten fokuserar i stor utsträckning på den aktivitet som kunde följas på det sociala nätverket Xbook. Utöver det har även enkäter, intervjuer och arbete i fokusgrupper genomförts med övande, observatörer och övningsledare.

Analysen har visat att de övande organisationerna hade olika strategier för hur de använde sociala medier – en del använde dem i väldigt begränsad utsträckning, andra främst som källor för informationsinhämtning och omvärldsbevakning, medan ytterligare andra aktivt skapade innehållet. Många nyttjade de sociala medierna både för omvärldsbevakning och för att sprida information, nå ut med budskap och svara på frågor och kommentarer från allmänheten.

Ett av de övergripande målen med användning av sociala medier i övningen var att öka medvetenheten om dem och hur de kan fungera som kommunikationsverktyg, i synnerhet vid krishantering, hos de övande organisationerna. Resultaten av intervjuer, enkäter och fokusgrupper visar att detta mål uppfylldes.

Rapporten avslutas med en sammanställning av råd och rekommendationer för framtida krishanteringsövningar. Detta innefattar även exempel på en seminarieövning för att planera, öva och utvärdera kriskommunikation i sociala medier.



1. Inledning – Sociala medier, krishantering och övning

Sociala medier får en allt större betydelse i människors kommunikation, både vid utbyte av kunskap och för att skapa relationer. De bidrar med många möjligheter ur individens perspektiv, men även ur offentliga organisationers perspektiv. Inom samhällsskydd och beredskap blir sociala medier en alltmer integrerad och naturlig del vid hantering av olyckor och kriser, t.ex. vid kriskommunikation. Det är även tydligt att sociala medier får en allt större tyngd kopplat till förmågan att förebygga och lära av olyckor och kriser. För att utnyttja de möjligheter som sociala medier medför, och för att hantera de utmaningar som kan uppstå vid användandet av sociala medier, är det viktigt att ha kunskap och förståelse för dem. Övningar är nödvändiga för att utveckla och bibehålla förmågan att använda och dra fördel av sociala medier vid kriser. Det finns därför ett behov av att dela erfarenheter samt att ge stöd för att kunna öva olika aspekter kopplade till användandet av sociala medier inom samhällsskydd och beredskap.

1.1 Syfte och struktur i rapporten

SAMÖ-KKÖ 2011 bedrevs i 3 skeden och tyngdpunkten för analysen i den här rapporten ligger på händelserna under det första skedet. Syftet med det arbete som beskrivs i denna rapport har varit:

- att analysera användandet av sociala medier under SAMÖ-KKÖ 2011, skede 1
- att utforma stöd för hur offentliga organisationer kan arbeta med övningar i relation till sociala medier.

Rapporten består av sammanlagt fem kapitel. *Kapitel 1* ger en kort bakgrund till denna rapport och till begrepp som är centrala för läsningen av rapporten. I *Kapitel 2* beskrivs övningen SAMÖ-KKÖ 2011 och de verktyg som användes av övande under övningen. *Kapitel 3* fokuserar på övades användning av sociala medier under SAMÖ-KKÖ 2011. *Kapitel 4* sammanfattar reflektioner och erfaren-

heter från både övande, övningsledning och motspel under övningen. I Kapitel 5 sammanställs de erfarenheter som gjorts och där ges råd och rekommendationer för den som vill öva användandet av sociala medier.

1.2 Sociala medier

Sociala medier är till stor del användargenererade och webbaserade. Till de mest utmärkande egenskaperna hos sociala medier hör mobilitet och interaktivitet – att användare både är skapare och användare av innehållet som kan förändras och uppdateras kontinuerligt – ofta i form av dialoger. Även om denna interaktivitet blivit allt vanligare i traditionella, redaktionella medier, till exempel genom att läsare kan kommentera artiklar och skapa diskussioner, finns det ändå en tydlig avsändare och mottagare i informationsflödet, dvs. artikelförfattaren och läsaren, och interaktiviteten dem emellan är ofta begränsad.

De främsta och mest spridda formerna av sociala medier är bloggar, sociala nätverk (som exempelvis Facebook, Myspace, LinkedIn), nätforum (som Familjeliv och Flashback), mikrobloggar (Twitter), wikis och sidor för att dela fotografier, bilder och filmer (exempelvis Flickr och YouTube). Gemensamt för alla dessa är att användare kan ladda upp och publicera material och dela information samt kommentera och diskutera med varandra.

Sociala medier utgör inte bara helt nya informationskanaler, utan har även påverkat och förändrat de redaktionella informations- och nyhetskanalerna. Radio, TV och tryckta medier måste idag förhålla sig till att vem som helst kan publicera text och uttala sig och nå mängder av människor relativt snabbt och enkelt. Redaktionella medier, liksom företag och offentliga organisationer, behöver i större utsträckning anpassa sitt kommunikationsarbete till de sociala medierna. Detta syns bland annat på att dessa organisationer nu finns representerade på sociala medier inte bara genom att vissa publika personer, exempelvis politiker, informatörer eller experter, skapar bloggar och Twitterkonton, utan även genom att organisationerna numera utöver sin vanliga hemsida uttrycker sig i sociala nätverk som Facebook.

1.2.1 Sociala medier vid kriser

Sociala medier har blivit en viktig del av informationsspridningen och kommunikationen kring stora händelser, både i ett nationellt och internationellt perspektiv. Krisen i samband med jordbävningen utanför Japans kust i februari 2011 kunde till exempel enkelt följas mer eller mindre i realtid genom de sociala medierna. Sociala medier var en viktig informationslänk under de första dagarna efter jordbävningen i Japan, då många upplevde att de japanska myndigheterna var mycket restriktiva med information. Mindre än ett dygn efter jordbävningen hade mer än 9000 filmer taggade¹ med "earthquake" och 7000 taggade med "tsunami" postats på YouTube. Några av filmerna hade setts över en miljon gånger bara på en eftermiddag. Detta visar på den oerhörda genomslagskraft den här typen av informationsdelning och kommunikationskanaler kan ha. Även redaktionella mediers bevakning har förändrats, då de istället för att behöva vänta på rapporter på plats, kan länka till iakttagarens vittnesmål i form av bilder och filmer som läggs ut på YouTube och Facebook redan innan efterskalven upphört. På Twitter hamnade snabbt "hashtags"² relaterade till katastrofen i Japan högst upp på listorna. I tidskriften *The Lancet* berättade japanska läkare om hur Twitter och andra sociala verktyg på Internet blev viktiga informationskanaler när det fasta telefonnätet slogs ut – eftersom sjukvårdspersonals och drabbades twittrande kunde ge patienter information om var medicin fanns tillgänglig³. Röda korset skapade snabbt möjlighet för människor runt om i världen att donera pengar till katastrofhjälp genom ett SMS, vilket genast spreds via Twitter och Facebook. Denna metod genererade enorma belopp på kort tid efter katastrofen i Haiti 2010 och visar på de möjligheter som finns med de sociala medierna. Även Google stöttade under krisen i Japan genom att snabbt skapa en sida för att hitta anhöriga genom att söka på deras personuppgifter. Denna tjänst fanns även vid jordbävningarna på Haiti (januari 2010), Chile (2010) och Christchurch i Nya Zeeland (februari 2011).

-
1. Med "taggad" menas att filmen eller fotot har klassificerats, eller tilldelas en kategori, och kan genom en sökning på termen (exempelvis "earthquake") hittas.
 2. En "hashtag" är en tagg i microbloggen Twitter och kallas så då den skrivs med en "hash" framför ordet, exempelvis "#earthquake".
 3. Tamura, Y., & Fukuda, K. (2011). Earthquake in Japan. *The Lancet*, 377(9778), 1552.

1.2.2 Sociala medier som verktyg för svenska myndigheter, landsting och kommuner

Den snabba utvecklingen av de nya medierna har resulterat i att det tagits fram dokument och riktlinjer för hur myndigheter ska förhålla sig till och arbeta med sociala medier⁴. Enligt direktiv från riksdagen bör myndigheter arbeta för att privatpersoner ska bli mer involverade i olika policyprocesser och få tillgång till information. Ett viktigt led i detta är att skapa tillgänglighet och dialog där medborgarna finns. Sociala medier är verktyg som myndigheter kan använda för att kommunicera och för att främja dialog och öppenhet. Regeringen gav E-delegationen i uppdrag att ta fram riktlinjer för hur svenska myndigheter bör använda sociala medier. E-delegationen uppger att nästan varannan svensk myndighet använder sociala medier.

I Sverige har över en tredjedel av befolkningen ett konto på Facebook enligt statistik från Facebook Ads⁵. I yngre åldrar är användandet ännu mer utbrett, med siffror på över 80 % i åldersgruppen 13-25. Det finns alltså all anledning för offentliga organisationer och företag att synas och finnas tillgängliga på Facebook, där en stor del av befolkningen loggar in, ofta flera gånger per dag. Genom att delta i sociala medier på olika sätt kan offentliga organisationer snabbt nå ut till allmänheten. Katrineholms kommun var tidig med att börja använda sociala medier. I februari 2011 ger kommunchefen Mattias Jansson för Katrineholms kommun följande svar i sin blogg⁶ på en journalists

”Det korta svaret är att vi ska vara tillgängliga där medborgarna, som vi är till för, finns. Sociala medier ersätter inte utan kompletterar kommunikation i andra kanaler. Samma fråga ställdes i webbens barndom – ”Varför ska kommunen finnas på webben?”. Idag är det en självklarhet att kommunen finns på webben och erbjuder information och e-tjänster.”

-
4. E-delegationen (2011). Riktlinjer för sociala medier - Riktlinjer för myndigheters användning av sociala medier.
Hämtad 2011-06-09 från <http://www.edelegationen.se/sida/riktlinjer-for-sociala-medier>
 5. Sundén, S. (2010). Facebook Sverige 2010 – 1,2 miljoner nya medlemmar på 10 månader [blogginlägg, 2010-03-17].
Hämtad 2011-08-02 från <http://www.joinsimon.se/facebook-sverige-2010/>
 6. Jansson, M. (2011). Svar på frågor från Katrineholms kuriren – Granskning av sociala medier [blogginlägg, 2011-02-10].
Hämtad 2011-08-03 från <http://kommunchef.com/2011/02/svar-pa-fragor-fran-katrineholms-kuriren-%E2%80%93-granskning-av-sociala-medier/>

fråga om varför kommuner ska medverka i sociala medier: Kommunikation via Internet är en viktig del av kommunikationen med allmänheten. Under våren 2011 skapade till exempel Strålsäkerhetsmyndigheten (SSM) en grupp på Facebook där de följde händelseutvecklingen efter kärnkraftsolyckan i Japan⁷. På denna sida kunde andra Facebookanvändare kommentera och ställa frågor och få svar från medarbetare på SSM. Socialstyrelsen skapade en Facebooksida under svininfluensan 2009⁸. Dessa exempel visar på hur myndigheter arbetar med kommunikation via sociala medier idag.

Det finns dock ett flertal faktorer som en myndighet eller organisation behöver ta hänsyn till i samband med sina aktiviteter i sociala medier. E-delegationen skrev i december 2010 bland annat⁹:

”Innan en myndighet börjar kommunicera via sociala medier bör den göra klart för sig hur sociala medier kan bidra till myndighetens verksamhet och möta användarnas förväntningar och behov. Myndigheten bör ställa krav på funktioner, informationssäkerhet och teknik. Myndigheten bör bedöma de rättsliga kraven och överväga vilka insatser som behövs i form av tid och resurser.”

Den sista meningen i citatet visar på en viktig fråga - att lägga upp en sida på Facebook, eller skapa ett Twitterkonto är enkelt och går fort, men att sedan kontinuerligt uppdatera och hålla igång en dialog med besökare kräver att dessa aktiviteter integreras i den dagliga verksamheten. Sidan måste hållas levande, som på SSM:s sida om Japankatastrofen där medarbetare dagligen svarade på frågor från allmänheten, alternativt stängas ned när den inte längre är aktuell. En sida som inte uppdateras kan ha rakt motsatt effekt än den avsedda, och detta måste tas med i planeringen av tid och resurser. Oavsett vilken strategi som väljs är det onekligen så att sociala medier kan vara en viktig resurs vid kriser och katastrofer, vilket de japanska läkarna som skrev till *The Lancet* uttryckte¹⁰:

-
7. Strålsäkerhetsmyndigheten (2011). Strålsäkerhetsmyndigheten följer händelserna i Japan [facebookside]. Hämtad 2011-08-23 från <https://www.facebook.com/stralsakerhetsmyndighetenjapan>
 8. Socialstyrelsen (2011). Myndigheter gör vaccinkampanj på Facebook. Hämtad 2011-08-30 från <http://www.socialstyrelsen.se/pressrum/nyhetsarkiv/vaccinkampanj>
 9. E-delegationen (2011). Riktlinjer för sociala medier - Riktlinjer för myndigheters användning av sociala medier. Hämtad 2011-06-09 från <http://www.edelegationen.se/sida/riktlinjer-for-sociala-medier>
 10. Tamura, Y., & Fukuda, K. (2011). Earthquake in Japan. *The Lancet*, 377(9778), 1552.

“Our experience has shown that social networking services, run concurrently with physical support, were significant in triumphing over many difficulties in the recent catastrophe.”

Ett flertal myndigheter, kommuner och organisationer har tagit fram eller arbetar med att ta fram strategier och policydokument för sociala medier. De myndigheter, kommuner och organisationer som deltog under övningen SAMÖ-KKÖ 2011 tillfrågades via enkät, och i vissa fall även via intervju, om sin syn på strategier och policydokument. Av de 32 inkomna svaren angav drygt hälften att de har policy och/eller strategi fastställd eller under framtagning. Ytterligare några organisationer angav att utarbetande av strategi planeras. E-delegationens riktlinjer för sociala medier samt Sveriges Kommuner och Landstings skrift ”Sociala medier och handlingsoffentligheten”¹¹ har oftast varit utgångspunkten för dessa strategier och policydokument. Detta innebär att policydokument och strategier ofta ser ganska lika ut. Det som skiljer är graden av proaktivitet i de sociala medierna, där vissa organisationer skapar egna forum (exempelvis Facebooksidor), medan andra väljer att snarare bevaka det som skrivs om dem för att vid behov svara upp. Innehållet i dessa strategier och policydokument kan sammanfattas i ett antal ledord som är gemensamma för flertalet av de strategidokument som har studerats. Nedan redovisas identifierade ledord tillsammans med exempel ur fastställda strategier och policydokument för sociala medier, samt E-delegationens riktlinjer.

- Tydlighet
 - ”Livsmedelsverket måste vara tydligt och förklara syftet med sin närvaro i sociala medier, så att förväntningarna från omvärlden hamnar på rätt nivå.” (Livsmedelsverket)¹².
 - ”Din roll på Krisinformation.se ska framgå tydligt” (Krisinformation.se)¹³.

11. Sveriges Kommuner och Landsting (2011). Sociala medier och handlingsoffentligheten. Hämtad 2011-08-10 från http://www.skil.se/vi_arbetar_med/juridik/artiklar/sociala_medier

12. Livsmedelsverket. (2010). Policy för sociala medier. Uppsala: Livsmedelsverket. (gäller fr.o.m. 2010-08-30)

13. Krisinformation.se (2010). Krisinformation.se i sociala medier. Hämtad 2011-08-10 från http://www.krisinformation.se/web/Pages/Page___31339.aspx

- ”Det är viktigt att vår kommunikation via sociala medier har en tydlig avsändare” (Jordbruksverket)¹⁴.
- Kompetens
 - ”Livsmedelsverket ska medverka med den kompetens verket har i olika frågor och där vi tillför målgrupperna något som är svårt att få från andra aktörer.” (Livsmedelsverket)¹⁵.
 - ”När du uttalar dig som företrädare för Trafikverket ska det vara i frågor som ryms inom ditt kunskapsområde.” (Trafikverket)¹⁶.
- Närvaro och snabbhet
 - ”Resurserna för att klara närvaron i de sociala medierna måste vara klar för varje enskild satsning” (Livsmedelsverket)¹⁷.
 - ”Kommunicera dagligen. Se till att följa upp i dialoger så snabbt som möjligt. Alla frågor ska besvaras.” (Krisinformation.se)¹⁸.
 - ”Den egna aktiviteten ska vara hög för att mötesplatsen ska vara aktuell och angelägen att besöka och delta i” (Länsstyrelsen i Stockholms län)¹⁹.
- Öppenhet
 - ”Avsändaren får inte vara anonym” (Livsmedelsverket)²⁰.
 - ”Det är intressant för andra hur vi tänker i vårt redaktionella arbete” (Krisinformation.se)²¹.

14. Jordbruksverket (2011). Vägledning för sociala medier. Jönköping: Jordbruksverket. (gäller fr.o.m. 2010-08-30)

15. Livsmedelsverket. (2010). Policy för sociala medier. Uppsala: Livsmedelsverket. (gäller fr.o.m. 2010-08-30)

16. Trafikverket (2011). Trafikverkets närvaro i sociala medier (dnr TDOK 2011:156, v 1.0). Borlänge: Trafikverket.

17. Livsmedelsverket. (2010). Policy för sociala medier. Uppsala: Livsmedelsverket. (gäller fr.o.m. 2010-08-30)

18. Krisinformation.se (2010). Krisinformation.se i sociala medier. Hämtad 2011-08-10 från http://www.krisinformation.se/web/Pages/Page___31339.aspx

19. Länsstyrelsen i Stockholms län (2011). Länsstyrelsen i Stockholms län: Riktlinjer för sociala medier (dnr 100-11722-2011). Stockholm: Länsstyrelsen i Stockholms län.

20. Livsmedelsverket. (2010). Policy för sociala medier. Uppsala: Livsmedelsverket. (gäller fr.o.m. 2010-08-30)

21. Krisinformation.se (2010). Krisinformation.se i sociala medier. Hämtad 2011-08-10 från http://www.krisinformation.se/web/Pages/Page___31339.aspx

- ”De sociala medier där delegationen medverkar ska vara så öppna som möjligt för att främja insyn och transparens” (E-delegationen)²².
- Relevans
 - ”När du använder Twitter, skriv i första hand om de aktuella händelser vi jobbar med inom Krisinformation.se.” (Krisinformation.se)²³.
 - ”Utforma innehållet med kvalitet, ansvar och omdöme” (Jordbruksverket)²⁴.
 - ”Om du brinner för ämnet så har du säkerligen något relevant att säga. Belys det från olika sidor, lyft upp saker och ting som kanske andra inte tänker på” (Jordbruksverket)²⁵.
 - ”Informationen ska vara relevant, riktig och aktuell” (Nybro kommun)²⁶.
 - ”Gå igenom på vilket sätt sociala medier kan bidra till att nå myndighetens mål och möta användarnas förväntningar och behov” (E-delegationen)²⁷.
- Personlig integritet
 - ”Tänk på att allt du skriver blir sökbart, för all framtid. Var rädd om din egen och andras personliga integritet.” (Krisinformation.se)²⁸.
 - ”Som privatperson eller politiker är dina inlägg på Internet inte allmän handling. Men det är viktigt att inte blanda ihop sina roller.” (Oskarshamns kommun)²⁹.

22. E-delegationen (2011). E-delegationen och sociala medier. Hämtad 2011-06-09 från <http://www.edelegationen.se/sida/e-delegationen-och-sociala-medier>

23. Krisinformation.se (2010). Krisinformation.se i sociala medier. Hämtad 2011-08-10 från http://www.krisinformation.se/web/Pages/Page___31339.aspx

24. Jordbruksverket (2011). Vägledning för sociala medier. Jönköping: Jordbruksverket. (gäller fr.o.m. 2011-01-12)

25. Jordbruksverket (2011). Vägledning för sociala medier. Jönköping: Jordbruksverket. (gäller fr.o.m. 2011-01-12)

26. Intervju med företrädare för Nybro kommun.

27. E-delegationen (2011). Riktlinjer för sociala medier - Riktlinjer för myndigheters användning av sociala medier. Hämtad 2011-06-09 från <http://www.edelegationen.se/sida/riktlinjer-for-sociala-medier>

28. Krisinformation.se (2010). Krisinformation.se i sociala medier. Hämtad 2011-08-10 från http://www.krisinformation.se/web/Pages/Page___31339.aspx

29. Oskarshamns kommun (2011). Riktlinjer för sociala medier i Oskarshamns kommun. Oskarshamn: Oskarshamns kommun. (gäller fr.o.m. 2011-02-15)

- ”Var noga med att inte berätta så mycket att ditt inlägg kan kopplas till en person eller händelse i vården” (Landstinget i Kalmar län)³⁰.
- Tilltal
 - ”Tonen måste vara öppen och dialoginriktad” (Länsstyrelsen i Stockholms län)³¹.
 - ”Språket ska vara enkelt, vårdat och begripligt samt ha ett direkt och personligt tilltal” (Jordbruksverket)³².
 - ”Skriv för läsaren, inte utifrån egna behov” (Jordbruksverket)³³.
- Informationshantering
 - ”Alla inlägg som görs på ett socialt medium betraktas som allmänna handlingar om det sker inom ramen för myndighetens verksamhet” (Livsmedelsverket)³⁴.
 - ”Handlingar som inte omfattas av sekretess behöver inte registreras (diarieföras) om de kan hållas ordnade så att det utan svårighet kan fastställas om de har kommit in till eller upprättats av delegationen” (E-delegationen)³⁵.
 - ”Myndigheten ansvarar för alla inlägg som myndigheten själv gör, alla inlägg som utomstående gör på myndighetens sociala medier och vissa inlägg som utomstående gör på sociala medier som inte är myndighetens eget men som uppkommer till exempel i en dialog med myndigheten” (E-delegationen)³⁶.

30. Landstinget i Kalmar län (2011). Regel: Sociala medier. Kalmar: Landstinget i Kalmar län.

31. Länsstyrelsen i Stockholms län (2011). Länsstyrelsen i Stockholms län: Riktlinjer för sociala medier (dnr 100-11722-2011). Stockholm: Länsstyrelsen i Stockholms län.

32. Jordbruksverket (2011). Vägledning för sociala medier. Jönköping: Jordbruksverket. (gäller fr.o.m. 2011-01-12)

33. Jordbruksverket (2011). Vägledning för sociala medier. Jönköping: Jordbruksverket. (gäller fr.o.m. 2011-01-12)

34. Livsmedelsverket. (2010). Policy för sociala medier. Uppsala: Livsmedelsverket. (gäller fr.o.m. 2010-08-30)

35. E-delegationen (2011). E-delegationen och sociala medier. Hämtad 2011-06-09 från <http://www.edelegationen.se/sida/e-delegationen-och-sociala-medier>

36. E-delegationen (2011). Riktlinjer för sociala medier - Riktlinjer för myndigheters användning av sociala medier. Hämtad 2011-06-09 från <http://www.edelegationen.se/sida/riktlinjer-for-sociala-medier>



Skede 1



2. SAMÖ-KKÖ 2011

Under våren 2011 genomfördes övningen SAMÖ-KKÖ 2011. Övningen syftade till att ge en bild av och utveckla samhällets förmåga att hantera en kris till följd av en kärnteknisk olycka. Övningen involverade samtliga nivåer i samhället och avsåg hanteringen av konsekvenser både på kort och på lång sikt. Upplägget av SAMÖ-KKÖ 2011 är ett nytt sätt att öva en händelse med radioaktivt utsläpp. Två beprövade övningskoncept, Samverkansövning (SAMÖ) och Kärnkraftsövning (KKÖ), slogs ihop till en enda stor övning för att utveckla samhällets förmåga att hantera både kortsiktiga och långsiktiga konsekvenser av en kärnteknisk olycka. Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) och Länsstyrelsen i Kalmar ansvarade för övningen. Övningsorganisationen bestod av flera delar såsom övande organisationer, övningsledning, lokala övningsledare och ett motspel, inklusive spelad allmänhet, som var organiserat i så kallade moduler. Under förberedelserna arbetade flera grupper parallellt med övningen, bland annat för att utveckla scenario och övningsverktyg och för att samordna utvärderingsarbetet.

SAMÖ-KKÖ 2011 genomfördes i tre skeden med olika övningsformer och fokus. Under skede 1 fokuserades på den akuta fasen, dvs. de två första dygnens krishantering. Under skede 2 låg fokus på den långsiktiga krishanteringen, från de två första dyggen upp till fyra veckor efter olyckan. Skede 3 var inriktat på att beskriva de brister och problemområden som framkom under arbetet i skede 2, och där det ansågs finnas behov av utveckling. Utvärderingsrapporten för samtliga skeden inom SAMÖ-KKÖ 2011 finns tillgänglig som separat dokumentation (denna rapport belyser endast användandet av sociala medier).

Skede 1 genomfördes som en simuleringsövning med motspel där de övande agerade vid sina ordinarie arbetsplatser, utan uppehåll, under två dygn. Ca 6000 deltagare från ca 60 olika organisationer deltog i detta skede. Scenariot inleddes med kärnteknisk olycka vid kärnkraftverket i Oskarshamn. Händelseutvecklingen medförde ett allvarligt radioaktivt utsläpp med radioaktivt nedfall över stora delar av södra Sverige. En konsekvens av olyckan blev

problem med elförsörjningen samt långtgående social oro som påverkade hela samhället. Många samhällssektorer påverkades, vilket ledde till att viktiga samhällsfunktioner inom både offentlig och privat verksamhet inte fungerade som vanligt. I en sådan situation ställdes stora krav på god kommunikation med, och information, till allmänheten liksom på offentliga och privata organisationers förmåga att samverka vid hanteringen av krisen. Sociala medier utgjorde en tydlig del av SAMÖ-KKÖ 2011.

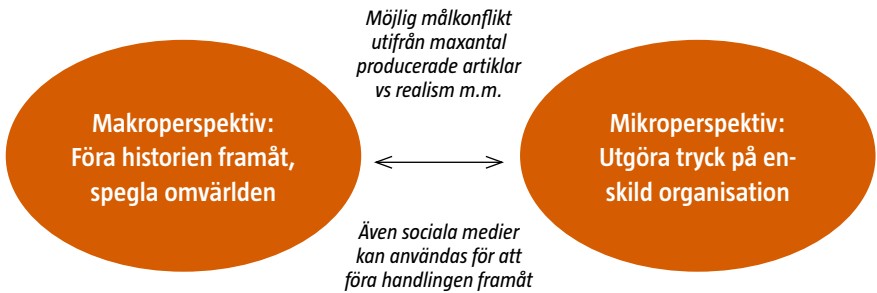
2.1 Sociala medier som en del av skede 1

Syftet med sociala medier i SAMÖ-KKÖ 2011 var att:

- möjliggöra uttryck för allmän opinion och intresseutspel i relation till övrig händelseutveckling.
- tillföra realism i övningen genom att ha ”hela” den mediala omvärlden representerad, om än i avgränsad och förenklad form.
- möjliggöra utvärdering av hur deltagande aktörer arbetar med sociala medier som en del av sin kriskommunikation.

Det övergripande målet var att öka aktörernas förmåga att kommunicera effektivt under en kris. Utöver detta sågs också övningen som en möjlighet att öka medvetenheten om sociala medier och hur offentliga organisationer kan arbeta för att hantera dem. Detta gjordes genom att öka förståelsen för och kunskapen om hur interaktionen och kommunikationen fungerar inom sociala medier. Övningen erbjöd också en utgångspunkt för att starta ett strategiskt arbete för kommunikation via sociala medier inom respektive övad organisation.

Sociala medier användes under övningen dels för att föra den övergripande händelseutvecklingen i scenariot framåt, dels för att utöva tryck på enskilda aktörer. Inför och under övningen arbetade scenariogrupp och motspel i relation till detta ur två olika perspektiv: makroperspektiv för att föra den övergripande händelseutvecklingen, och mikroperspektiv för att utföra tryck på enskilda aktörer. Dessa två perspektiv var starkt kopplade till och integrerade med varandra (se figur 2.1).



Figur 2.1 Syftet med sociala medier i SAMÖ-KKÖ 2011.

Syftet med sociala medier i SAMÖ-KKÖ var att på makro- och mikronivå möjliggöra uttryck för allmän opinion och intresseutspel i relation till övrig händelseutveckling. Sociala medier användes under övningen, dels för att föra handlingen framåt som en del i scenariot, dels för att utöva tryck på enskilda aktörer inom ramen för övningen.

Inom makroperspektivet lade gruppen som arbetade med scenariot i övningen det övergripande pusslet. När uttryck i sociala medier var viktiga för den övergripande händelseutvecklingen definierades tidsmässiga och innehållsmässiga ramar. Det skedde därmed ingen detaljerad planering av innehållet på förhand inom makroperspektivet, utan innehållet definierades och utvecklades under spelets gång. Det möjliggjorde en mer dynamisk hantering av sociala medier. Det kunde t.ex. gälla reaktioner i sociala medier som baserades på utspel från nationella och internationella fristående experter i redaktionella medier. Syftet var i det fallet att illustrera hur en bild av krisen – skild från den som kommuniceras av myndigheterna – kan spridas och få fäste hos allmänhet och andra intressenter i samhället.

Mikroperspektivet handlade om att öva enskilda aktörer i att arbeta med kommunikation i relation till sociala medier. Vissa övande organisationer hade en uttrycklig önskan att få en bred opinion emot sig, uttryckt via sociala medier, medan andra ville ha fokus på en viss fråga i relation till sin verksamhet. Detta planerades i förväg och spelades in under övningen enbart i relation till berörd organisation. Det var således inte viktigt för den övergripande händelseutvecklingen, utan var bara kopplat till berörd organisation.

Det är viktigt att understryka att den planering som gjordes i förväg utgjorde ett ramverk på övergripande nivå. En övervägande del av innehållet i sociala medier – både på makro- och mikronivå – togs fram under övningens genomförande utifrån den aktuella utvecklingen. Det gjordes på ett improviserat sätt i en interaktion mellan sociala och redaktionella medier. Detta arbetssätt liknar i stor utsträckning det i en verklig situation.

2.1.1 Verktöget för sociala medier

Under SAMÖ-KKÖ 2011 användes ett webbaserat verktyg kallat Övningswebben. Verktöget är bl.a. avsett för kriskommunikation och mediespel vid samverkansövningar.

Övningswebben består av flera delar, bland annat sektioner för redaktionella medier som TV, radio och tidningar. Det finns även möjligheter för övande organisationer och myndigheter att skapa egna hemsidor för övningar.

Övningswebben togs fram inom ramen av SAMÖ-KKÖ 2011 och användes både av övande och motspel. På grund av det begränsade tidsspannet var den första intentionen med Övningswebben och dess sektion "sociala medier" – i linje med syftet ovan – att i första hand simulera sociala medier som en "kuliss" i övningen. Tidigt under utvecklingsarbetet med övningen betraktades det i första hand som en möjlighet att öva omvärldsbevakning via sociala medier, men då de bygger på interaktion, ändrades denna intention till att, i den mån det tidsmässigt var möjligt, att bygga in interaktivitet. Detta gjordes i två av de tre delarna som lösningen utgjorde (Xbook och bloggarna). Övningswebbens sektion "sociala medier" bestod av tre delar:

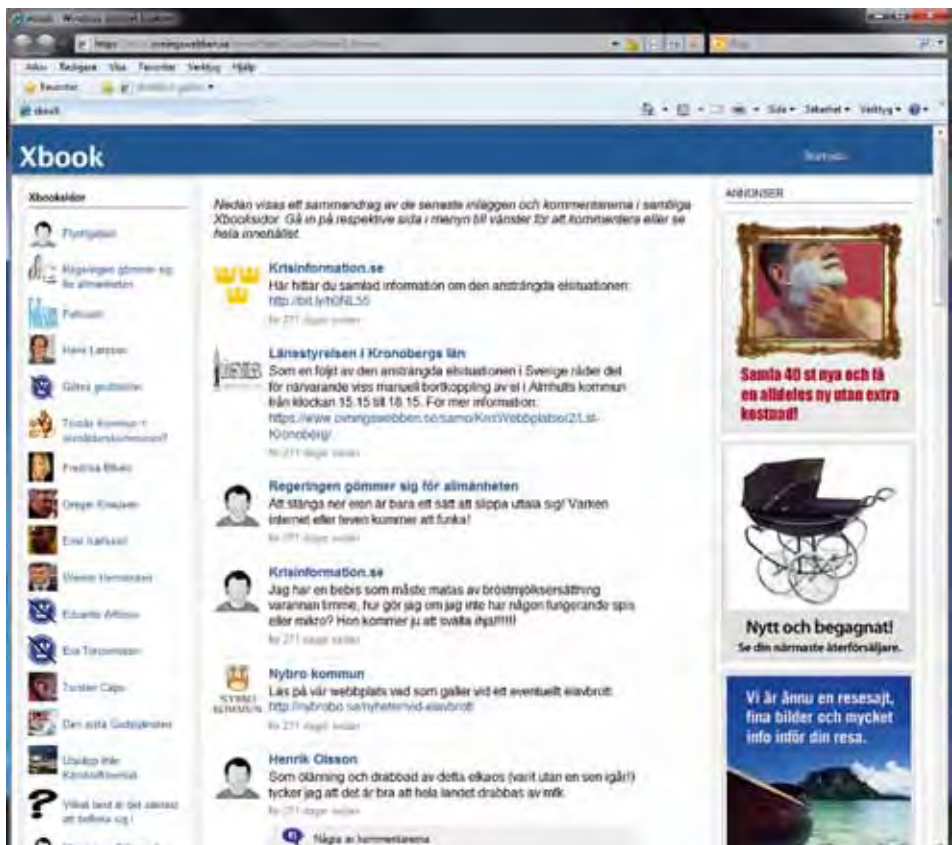
- Xbook – en förenklad form av Facebook
- Bloggar
- Kvitter – en mycket förenklad kuliss som visade ett simulerat Twitterflöde

Socialt nätverk - Xbook

Xbook fungerar som en mycket förenklad simulering av Facebook. Under förberedelsearbetet bestämdes det att Xbook inte enbart skulle utgöra en kuliss, utan skulle vara interaktivt. De

övande uttryckte inför övningen önskemål att få inspel levererade till något som inom ramen för övningen skulle föreställa organisationens Facebooksida. Xbook utformades därför på ett sätt så att både motspel och deltagande organisationer kunde starta egna sidor och kommunicera på liknande sätt som på Facebook (se figur 2.2).

Under genomförandet simulerade motspelet olika intresseutspel och åsiktsinriktningar, bland annat i form av olika Xbook-grupper. I sin roll som allmänhet skrev motspelet också frågor och kommentarer på övande organisationers sidor och agerade sedan utifrån svaret – eller, i förekommande fall, bristen på svar.



Figur 2.2
Skärmdump från Xbooks startsida.

I arbetet med utformningen av Xbook var ambitionen att organisationerna skulle få öva på ett konstruktivt sätt, delta i öppen debatt och svara på frågor från enskilda medborgare. Därmed var följande grundläggande punkter viktiga:

- Xbook ska vara ett forum som möjliggör dialog.
- Det ska vara tydligt vem som är avsändare (allmänhet eller övande organisation).
- Det ska vara möjligt att med hjälp av inlägg och kommentarer svara på frågor och föra diskussion, ungefär på motsvarande sätt som Facebook (om än förenklat)

Bloggar

Ett antal bloggar användes i SAMÖ-KKÖ 2011 för att möjliggöra ytterligare debatt och tyckande i en friare form jämfört med redaktionella medier. Övningswebben möjliggör att skapa så många bloggar man önskar. Bloggarna är grafiskt och innehållsmässigt separerade från varandra för att understryka att de är fristående.

I den grafiska utformningen av respektive blogg kan en bild och beskrivande text läggas in för att förklara för de övande vilken tyngd och inriktning den här bloggaren har. Verkttyget möjliggör inte att de övande kan starta egna bloggar, men de kan delta i diskussionerna kring de olika inläggen på de befintliga bloggarna (se figur 2.3).

I arbetet med utformningen av bloggarna var ambitionen att problematisera hur skarp kritik från en relativt stark motpart skulle hanteras. Därmed var följande grundläggande punkter viktiga:

- Möjlighet att kommentera.
- Möjlighet att via meddelanden direktkontakta personen bakom bloggen.
- Bloggen representerar en betydligt starkare motpart än enskilda besökares kommentarer och kan ha många läsare och färre möjligheter till dialog

Samhällsbloggen

Samhällsbloggen

Länsstyrelsen i Stockholm varnar: Manuell förbrukningsfrånkoppling närmar sig

Elström i hela landet - elström stängs snart av

Nu går Länsstyrelsen i Stockholm ut och varnar för att en manuell förbrukningsfrånkoppling står för dörren.

Manuell förbrukningsfrånkoppling innebär att vissa delar av elströmet helt enkelt stängs av från förbrukning under en period. Eftersom elströmet ska stängas av så snabbt som möjligt. Med tanke på det eventuella kalla väderet i norra Sverige kommer frånkoppling endast att ske i södra och mellersta Sverige.

Det kalla vädret och problemen med elförbrukningen har gjort att risken för elström utan måttligt det senaste dygnet. Enligt Svenska Kraftnät kan det därför bli aktuellt med så kallad manuell förbrukningsfrånkoppling även kort.

Fågra undantag från den eventuella förbrukningsfrånkopplingen görs även: Sjukhus, samhällsviktiga funktioner, industrier och annan energiförbrukande verksamhet kommer drivas lika normalt som privatpersoner.

Storst rik för manuell förbrukningsfrånkoppling kommer det att vara vid klockan 15 i dag, då elförbrukningen går upp. Svenska Kraftnät rekommenderar att kunna koppla på även igen vid 18-tiden. I morgon bitti är det åter stängt rik för förbrukning, liksom i morgon eftermiddag. Under helgen minskar risken, enligt Svenska Kraftnät.

Länsstyrelsen uppmanar till fortsatt sparsamhet i förbruknings syfte.

Skapad 2011-02-03, uppdaterad 12:00
 Länsstyrelsen i Stockholms län | Manuell förbrukningsfrånkoppling närmar sig
 Kommentera

Samhällsbloggen är ett av Sveriges mest aktiva bloggar om samhällsdebatt. Vi berättar om politik, kultur, miljö och andra frågor som rör oss alla. Det är ett av Sveriges mest aktiva bloggar om samhällsdebatt.

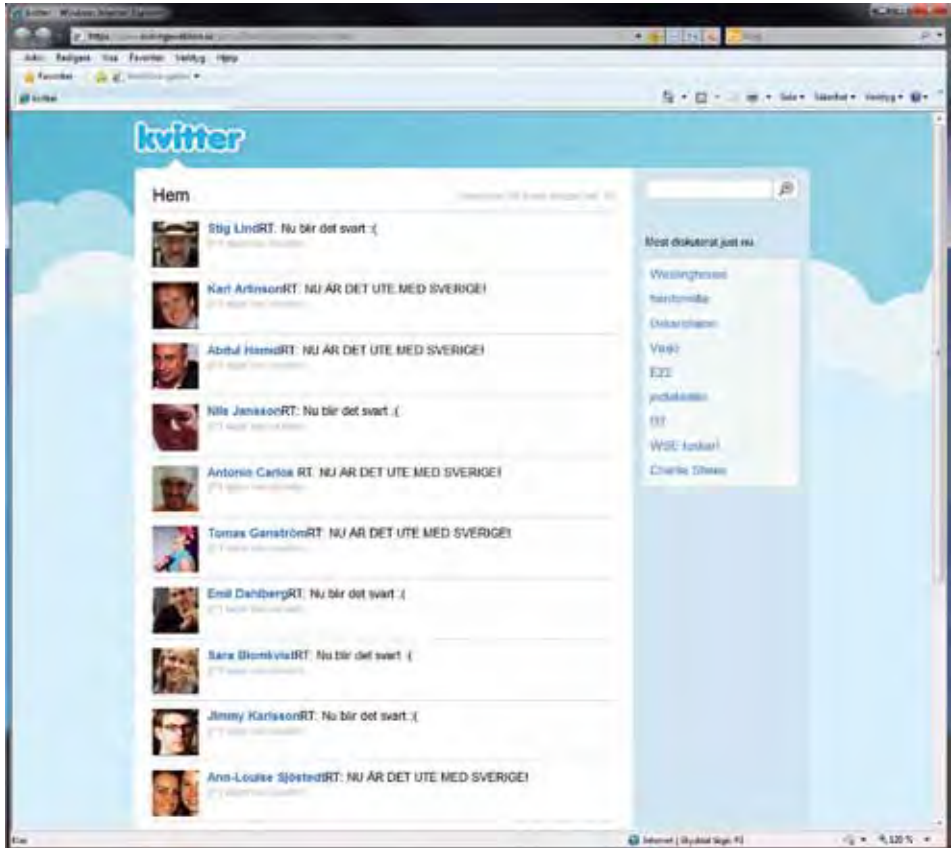
Figur 2.3
 Skärmdump från en av de mest aktiva bloggarna i övningswebben.

Kvitter

Kvitter är ett sätt att möjliggöra för ett motspel, som kan vara begränsat, att simulera att många personer pratar om en viss fråga eller reagerar på en viss organisations agerande. Kvitter är inte interaktivt, utan fungerar istället som en kuliss till de övriga delarna i de sociala medierna i Övningswebben (se figur 2.4).

I arbetet med utformningen av Kvitter var ambitionen att ge myndigheterna möjlighet att reagera på information de fått i nära realtid och som många pratade om. Det medförde att följande grundläggande punkter var viktiga:

- Kvitter ska simulera en mikroblogg, ett flöde av många små meddelanden från motspelet, där många kopierar vad andra säger (så kallade "ReTweets").
- Privatpersoners realtidsfeedback på åtgärder som myndigheterna vidtar.
- "Trending topics" sammanfattar vad många pratar om för tillfället och gör mängden greppbar.
- Det krävs ett enkelt verktyg så att motspelet kan posta många likadana meddelanden från påhittade personer.



Figur 2.4
Skärmdump från Kvitters startsida som visar en ström av meddelanden samt listar de mest diskuterade ämnena till höger.

NO SECRECY - EJ SEKRETESS

INTER

Internet Explorer processid 4108

http://www.krisinformation.se/nyheter/2012/01/12/

Favoriter Verktyg

Internet Explorer

Krisinformation.se

Oskadstämans kommitté meddelar att försäkrar, gransökare och gissnisset är stängda till vidare. För mer info besök Oskadstämans kommitté: <http://istf.ly/2u1hG>

Fr 2 minuter sedan

Vinnerytts sammans K2000

Jordbruksverket har sammansatt frågor och svar till djordjuret med anledning av händerna vid kärnkraftverket i Oskarshamn.

Hjälps: <http://www.sveagrunder.se/samfundningsnyheter/2012/01/12/jordbruksverket/> och svar för djordjuret från Jordbruksverket!

Fr 2 minuter sedan

Hans Larsson

Hans, vad har hänt med den blogg? Jag förväntade mig en snabb analys av läget men fick snort när jag skulle gå in på den?!

Fr 3 minuter sedan

Krisinformation.se

Har tänkt ställa fråga om som behövs ersättning från våra försäkrare? Försäkringsbolagen bara kör oss på pengar och låter bara detta bli miljarder till oss drabbade av kärnkraftsolycka? <http://istf.ly/2u1hG>

Fr 4 minuter sedan

Hjälps av krisinformation.se

Krisinformation.se Skapade ett nytt inlägg om ersättning från försäkrare till drabbade av kärnkraftsolycka. Mer info: <http://istf.ly/2u1hG>

Fr 5 minuter sedan

Om Flödet

Skärm



3. Övandes användning av sociala medier under SAMÖ-KKÖ 2011

Scenariot i SAMÖ-KKÖ 2011 innefattade en kärnteknisk olycka och det efterföljande händelseförloppet. Under övningen nyttjades inte bara traditionella informationskanaler, utan även sociala medier i form av bloggar, mikroblogg och socialt nätverk. Alla övande hade möjlighet att utöver sina egna hemsidor även skapa sidor i det sociala nätverket Xbook och där interagera med detta nätverks övriga användare. De kunde även följa och kommentera i ett antal bloggar och mikrobloggsflöden om händelserna i övningen. Analysen i den här rapporten fokuserar i stor utsträckning på aktiviteten som kunde följas på det sociala nätverket Xbook. Utöver det har även enkäter och intervjuer genomförts med deltagande och övningsledare.

3.1 Hur övningen har analyserats

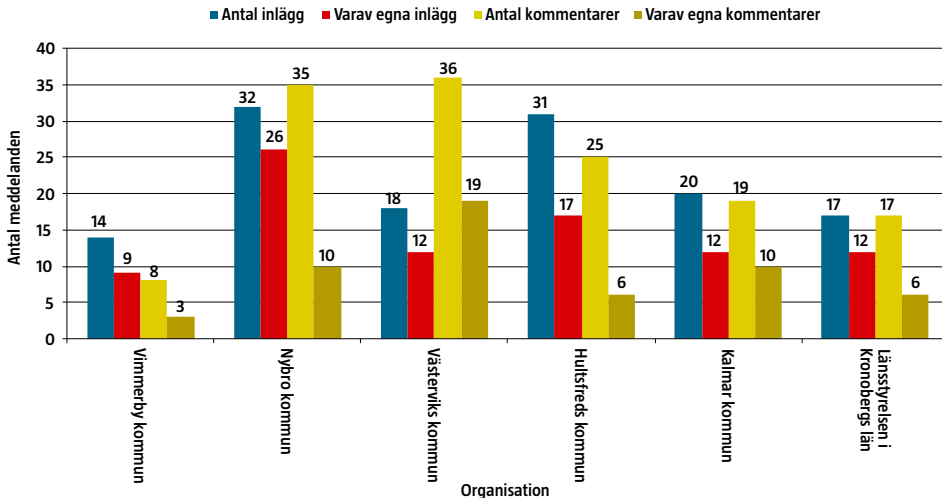
En viktig del av övningsverksamhet är utvärdering och en del av SAMÖ-KKÖ-projektet bestod i att utvärdera övningen som helhet. Övningen utvärderades även ur olika intressenters perspektiv (de övande organisationerna utvärderade sitt eget arbete). Som en del av utvärderingen fanns det av varandra oberoende observatörer på plats både hos de övande organisationerna och hos motspellet. För att fånga upp användningen av sociala medier under övningen fanns det under övningens skede 1 observatörer på plats i motspelsmodulen för sociala medier i Enköping, samt hos en övande organisation. Under övningen observerades arbetet i modulen liksom arbetet på plats i en övande organisation. Observationerna kompletterades med korta intervjuer under övningen och följdes upp med telefonintervjuer och enkäter med några av de medverkande några veckor efter övningen. Utöver detta har alla övandes aktiviteter på övningswebben följts och sammanställts både kvantitativt och kvalitativt. Kvantitativt har antalet interaktioner i form av kommentarer och inlägg sammanställts i relation till de olika organisationernas sidor och övriga grupper/forum i de sociala medierna i övningen. Kvalitativt har dessa interaktioner sedan studerats närmare. Analysen av dessa interaktioner tillsammans med enkäter och intervjuer ligger till grund för resultaten och diskussionen i rapporten.

Förutom deltagarna under övningen har diskussion med två fokusgrupper genomförts för att fånga upp erfarenheter från övningsledning och andra personer som deltog under planering och genomförande av övningen. Följande avsnitt redovisar dels en sammanställning över de övandes inspel i sociala medier på Övningswebben, dels en analys av de olika angreppssätt som använts i relation till sociala medier under övningen.

3.2 Interaktioner i sociala medier

Efter skede 1 gjordes en sökning av antalet inlägg och kommentarer på Övningswebben för att kartlägga hur de medverkande organisationerna använde verktygen. Generellt var det hög aktivitet i Övningswebbens olika delar under skede 1 av övningen. Sammanlagt gjordes det 923 inlägg och 899 kommentarer av de övande organisationerna.

Figur 3.1 nedan ger ett exempel på hur aktiviteten såg ut för de kommuner och länsstyrelser som var mest aktiva via sina Xbook-sidor.



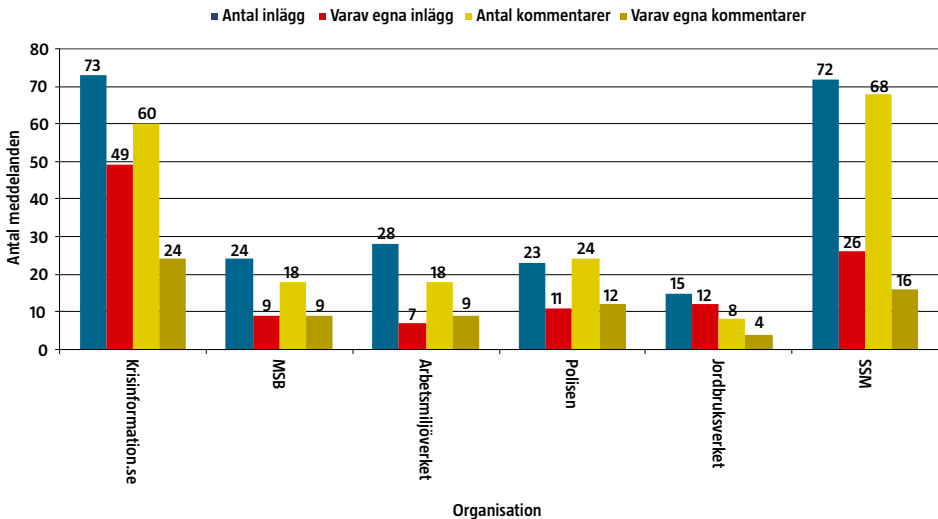
Figur 3.1

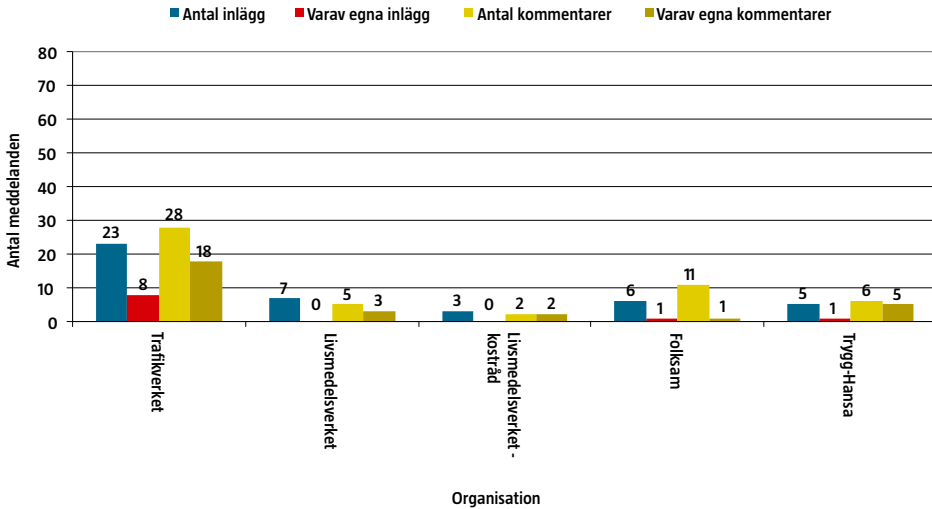
Figuren visar aktiviteten hos övande kommuner, länsstyrelser och landsting som på något sätt var aktiva på Xbook. Blå stapel visar antal inlägg på aktörernas Xbooksidor, röd stapel visar antalet av dessa inlägg som är aktörernas egna. Gul stapel visar antal kommentarer på aktörernas Xbooksidor, grön stapel visar antalet av dessa kommentarer som är aktörernas egna.

I övningen deltog utöver kommuner, länsstyrelser och landsting även ett antal myndigheter och företag. Exempel på hur aktiviteten på Xbooksidor såg ut för vissa av dessa organisationer visas i figur 3.2.

3.3 Typer av användande

De övande myndigheterna hade olika strategier för hur de använde sociala medier. En del använde dem i väldigt begränsad utsträckning, andra använde dem främst som källor för informationsinhämtning och omvärldsbevakning, medan ytterligare andra deltog aktivt på olika sätt. Många nyttjade de sociala medierna både för omvärldsbevakning och för att sprida information samt för att nå ut med budskap och svara på frågor och kommentarer från allmänheten. Det handlade både om frågor som ställts inom de sociala medierna och genom andra kanaler som telefon och presskonferenser. De olika ansatser myndigheter och organisationer haft när det gäller den mer aktiva närvaron i sociala medier kan delas in i dels aktiv medverkan, dels en integrerad ansats. I ansatsen med aktiv medverkan har aktörerna





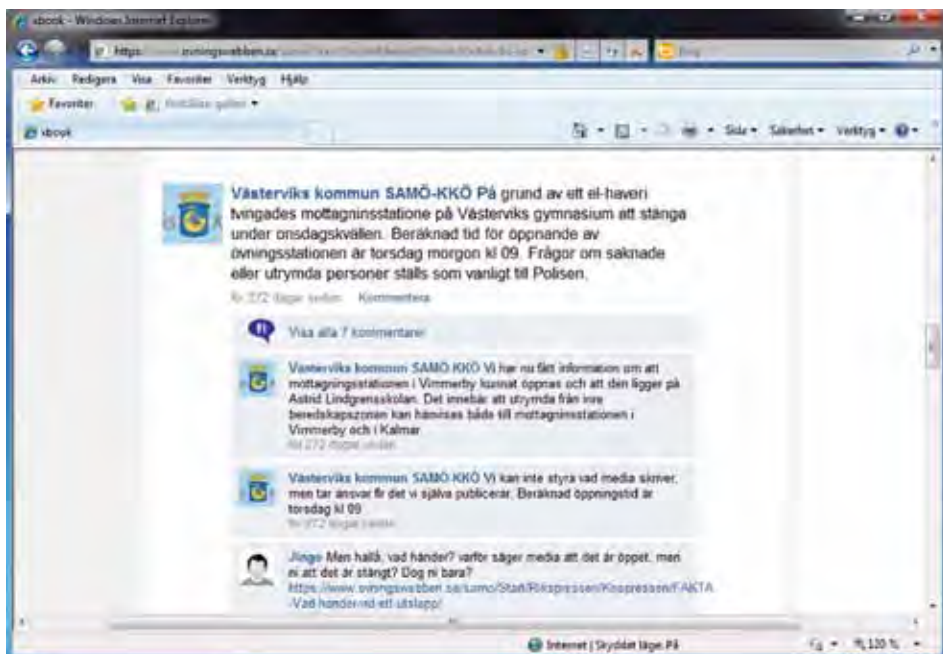
Figur 3.2

Figuren visar aktiviteten hos de övande myndigheterna och företagen som var aktiva på Xbook. Blå stapel visar antal inlägg på aktörernas Xbooksidor, röd stapel visar antalet av dessa inlägg som är aktörernas egna. Gul stapel visar antal kommentarer på aktörernas Xbooksidor, grön stapel visar antal kommentarer som är aktörernas egna.

skapat egna sidor i bland annat det sociala nätverket Xbook, samt svarat på och följt upp frågor och kommentarer på dessa sidor. I den integrerade ansatsen har aktörerna använt sin sida i det sociala nätverket som en viktig komponent i sin informations-spridning och informationsinhämtning och även i vissa fall nyttjat de sociala medierna för att koordinera sitt budskap med det budskap andra aktörer sänt ut. Exempel på detta ges i följande avsnitt.

3.3.1 Omvärldsbevakning

Västerviks kommun är ett exempel på en kommun som genomförde omvärldsbevakning, bland annat genom att följa vad andra skrev och publicerade i de sociala medierna. Kommunens två informatörer genomförde, i mån av tid, omvärldsbevakning på Xbook, Kwitter och de olika bloggarna i Övningswebben. I de fall när informatörerna var hårt belastade, till exempel vid förberedelser av presskonferenser, under informatörsmöten osv., gick omvärldsbevakningen ned, men eftersom de sociala medierna fanns tillgängliga och lättåtkomliga för alla genomfördes omvärldsbevakning även till viss del av övriga i staben, om än inte enligt någon definierad struktur.



Figur 3.3
Felaktig information spreds om mottagningsstation

Genom omvärldsbevakningen på Xbook upptäcktes exempelvis att felaktig information hade spridits om öppnande av mottagningsstation (se figur 3.3). När detta inlägg uppmärksammades kontaktades medierna som var källan till informationen och inlägget uppdaterades med korrekt information. Informatörerna fann informationen på Xbook som mer användbar än informationen i Kwitter och Bloggarna.

3.3.2 Aktiv medverkan

Ett antal aktörer valde att aktivt medverka i de sociala medierna, främst i det sociala nätverket. Ett exempel på detta arbetssätt är Nybro kommun, som tidigt var närvarande med egen sida på Xbook och aktivt svarade på både inlägg och kommentarer. Utöver aktiviteten på sin egen Xbooksida, valde vissa organisationer att svara, inte bara på inlägg i sina egna kommentarsfält, utan även på allmänna sidor. Se nästa sida för exempel (i figur 3.4) från MSB.



Figur 3.4 Skärmdump från Xbooksidan “Utsläpp ifrån Kärnkraftsverket”



Figur 3.5 Vimmerby kommun omvärldsbevakar och följer diskussioner på Xbox och går aktivt in och informerar oroliga Vimmerbybor.

Ytterligare ett exempel på detta kan ses i figur 3.5 där Vimmerby kommuns informationskommunikatör följer diskussionen på Xbooksidan "Våga vägra jodtabletter" och svarar på ett inlägg från en undrande kommunmedborgare.

När det gäller aktiv medverkan i sociala medier finns det bland de övande mer erfarna användare, det vill säga myndigheter och organisationer som redan tidigare har använt sig av sociala medier i relativt stor utsträckning. Exempel på denna typ av användare är Polisen och Krisinformation.se som sedan tidigare använder sig av bland annat Twitter. Denna vana visade sig även i deras sätt att använda sig av Xbook under övningen, där de frekvent uppdaterade med ny, kortfattad information.

Även en del kommuner har erfarenhet av att använda sig av sociala medier och detta kan ha bidragit till att de väldigt snabbt var igång och förmedlade information samt svarade på kommentarer och frågor på sina respektive Xbooksidor under SAMÖ-KKÖ 2011.

Andra övande aktörer visade prov på kreativitet när det gäller nyttjande av tekniken för att få fram sitt budskap. Eftersom mycket information hela tiden tillkom på Xbook, fanns det risk för att en organisation eller myndighets budskap och information lätt drunknade i mängden. Detta problem åtgärdades av vissa organisationer genom att regelbundet gå ut med samma information så att informationen hela tiden hamnade högst upp på Xbooks startsida. Bland annat använde sig SSM av denna metod när de av misstag gått ut med felaktig information och behövde korrigeras detta (se figur 3.6).

Myndigheterna och organisationerna var inte bara aktiva på Xbook, utan var även aktiva genom kommentarer på bloggar. I exemplet nedan ses ett utdrag ur kommentarer från Samhällsbloggen (figur 3.7) där bland andra Nybro kommun aktivt gick in och bad bloggaren korrigeras tidigare publicerad felaktig information.



Figur 3.6

SSM går vid upprepade tillfällen ut med samma budskap för att det ska synas i informationsflödet på Xbooks startsida.

Även Landstinget i Kalmar län och Emmaboda kommun kommenterade ett inlägg på samhällsbloggen där de ville förtydliga information och hänvisa till andra källor. Ytterligare andra myndigheter och organisationer svarade aktivt på inlägg på bloggarna med förtydliganden och hänvisning till andra informationskällor, till exempel Arbetsmiljöverket, när Samhällsbloggen tog upp frågor om skyddsbestämmelser för inhyrd personal från andra länder. Krisinformation.se svarade på liknande sätt på kritik de fick när de på morgonen första dagen av övningen inte bekräftade att det hade hänt något på OKG, genom att skriva om att de inte går ut med information innan andra myndigheter har bekräftat den.

Kaos på hälsocentraler

Många läsare hör av sig och berättar att deras lokala hälsocentral är stängda. På flera platser i Oskarshamn- och Kalmar-området har personalen inte gått till jobbet idag, och centralerna kan helt enkelt inte öppna.

En läsare skriver att när hon kom fram till sitt hälsocenter i Löttorp på Öland var det mörkt och släckt, dörren var stängd, det fanns ingen information. Här är en lista på de hälsocentraler som rapporterats vara stängda i dag. Hör av er om ni känner till fler.

- Borgholm
- Löttorp
- Mörlunda
- Slottsgatan
- Kristineberg
- Blåkusten
- Högsby
- Mönsterås
- Uppvidinge

Hör av er om ni känner till fler, eller använd kommentarspalten här.

Skrivet 2011-02-03 - Klockan 10:36

Kaos på hälsocentraler

Kommentarer:  3 Kommentarer

Postat av: Nybro kommun

OBSERVERA! Hälsocentralen i Nybro är inte stängd. Var god rätta denna felinformation.

2011-02-03 - Klockan 13:07

Postat av: en som vet

Blomstermåla också!

2011-02-03 - Klockan 13:06

Postat av: Märten

Tingsryd också stängt

2011-02-03 - Klockan 11:02

Figur 3.7

Nybro kommun korrigerar felaktig information på samhällsbloggen.

3.3.3 Integrerad ansats

Flera övande nyttjade sociala medier både för informationsinhämtning och informationsspridning och integrerade dessutom sociala medier med sina traditionella kanaler för krisinformation (hemsidor, telefon etc.). Denna integrerade ansats visade sig bland annat i att myndigheter och organisationer inte bara svarade på kommentarer och frågor som ställts direkt på samma forum, utan också fångade upp frågor och rykten i både traditionella medier och sociala medier, samt hänvisade till andra informationskällor där sådana fanns. Ett exempel på att information hämtades även utanför de sociala medierna är en kommuns Xbooksida, där de i ett inlägg besvarade frågor om dricksvattnet som lyftes i andra informationskanaler än just på deras egen Xbooksida.

Ytterligare exempel på denna ansats där de övande lyfte information från både traditionella, redaktionella medier och andra kanaler (telefonkontakt, hemsidor osv.) illustreras av Krisinformation.se, som bland annat fyller funktionen av att vara just en portal till krisinformation från andra myndigheter och andra informationskällor. Figur 3.8 visar ett utdrag från en Xbooksida tillhörande Krisinformation.se där de kontinuerligt uppdaterar med information och hänvisningar till originalkällor.

Även andra än Krisinformation.se valde att främst använda sin Xbooksida för omdirigering till andra informationskällor. Kalmar kommun valde i ett tidigt skede i övningen att från sin Xbooksida främst hänvisa till sin hemsida för vidare information. De hade dock, liksom Krisinformation.se, kontinuerlig närvaro på Xbook och svarade på inlägg och kommentarer, främst genom att hänvisa till kommunens hemsida och till radiosändningar för kontinuerligt uppdaterad information.

The image shows a vertical list of six posts from the website Krisinformation.se. Each post is preceded by a yellow crown icon. The posts contain the following information:

- Post 1:** "Krisinformation.se Utifrån det stabiliserade läget vid reaktor 3 har Länsstyrelsen i samarbete med Försvarsmakten påbörjat ett saneringsarbete vid reaktorn. Följ händelseutvecklingen på Sveriges Radio P4 Kalmar som har löpande information." (26 dagar sedan)
- Post 2:** "Krisinformation.se Akutinformation från Trafikverket: undvik väg E22. Detta på grund av mycket trafik i samband med kärnkraftsolyckan i Oskarshamn. Mer info: <http://bil.ly/tzFEKl>" (27 dagar sedan)
- Post 3:** "Krisinformation.se Kalmar kommun har beslutat att förskolor och skolor hålls öppna som vanligt under torsdagen. <http://www.kalmar.se/1/page.aspx?nd=57003>" (27 dagar sedan)
- Post 4:** "Krisinformation.se Landstingets sjukvårdsrådgivning har öppnat ett särskilt telefonnummer till ett separat callcenter: 0480-99 99 99. Dit kan allmänheten vända sig med frågor som rör hälsotillstånd med koppling till händelsen vid Oskarshamns kärnkraftverk. <https://www.ovningswebben.se/samo/krisWebbplatser2/Monsteras/Sjukvård-oppar-sarskilt-telefonnummer/>" (27 dagar sedan)
- Post 5:** "Krisinformation.se Det är elfektbrist i Sverige och Svenska Kraftnät uppmanar invånarna att vara återhållsamma med sin elanvändning under torsdagen. Det gäller särskilt alla som bor i södra Sverige." (27 dagar sedan)
- Post 6:** "Krisinformation.se Viktigt meddelande till allmänheten. Baserat på Strålskyddsmyndighetens rekommendationer har Länsstyrelsen Kalmar län fattat beslut om att utöka zonen för inomhusvistelse. Området som berörs begränsas av orterna Orrefors – Mätilla i väster, Mätilla – Fårbo i norr, Öland i öster och Orrefors - Borgholm i söder. Jordbruksverket rekommenderar att även djur i området hålls inomhus. Läs hela pressmeddelandet hos Länsstyrelsen Kalmar län. <http://bil.ly/ehz450>" (27 dagar sedan)

Figur 3.8
Krisinformation.se använder sin Xbooksida för att länka vidare till sin och andra relevanta hemsidor utanför det sociala nätverket.

nourbloggen

Xbook

kvitter

Miljöbloggen

Samhällsbloggen

Djurvännen



4. Reflektioner och erfarenheter från SAMÖ-KKÖ 2011

Det övergripande syftet med SAMÖ-KKÖ 2011 var enligt övningsbestämmelserna att:

”SAMÖ-KKÖ 2011 ska ge en bild av och utveckla samhällets förmåga att hantera en kris till följd av en kärnteknisk olycka. Övningen involverar samtliga nivåer i samhället och avser hanteringen av konsekvenser både på kort och på lång sikt.”³⁷

Ett av de områden som ingick i övningen var kriskommunikation och ett generellt mål med denna del av övningen var att öka aktörernas förmåga att kriskommunicera effektivt:

”Mål 3: Organisationerna samverkar på ett effektivt sätt för att kommunicera samstämmigt, konkret och kontinuerligt med allmänhet och medier”³⁸

En önskvärd effekt av övningen var att öka medvetenheten hos deltagarna om sociala medier och hur de kan fungera som kommunikationsverktyg, i synnerhet vid krishantering.

Analysen i den här rapporten har främst fokuserat på hur de övade använde sociala medier under övningen samt deras reflektioner om sociala medier i allmänhet. Ett brett spektrum av data har samlats in till grund för de reflektioner som presenterats i denna rapport; dels genom att observera övningen och aktiviteterna på Övningswebben under skede 1, dels genom att följa upp med enkäter, intervjuer och fokusgrupper. Bland respondenterna i enkäter, fokusgrupper och intervjuer ingick både övande, övningsledning och ledning för motspelet i modulen för sociala medier.

37. Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (2010). Övningsbestämmelser SAMÖ-KKÖ 2011 (dnr 2009-10320). Stockholm: Myndigheten för samhällsskydd och beredskap.

38. Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (2010). Övningsbestämmelser SAMÖ-KKÖ 2011 (dnr 2009-10320). Stockholm: Myndigheten för samhällsskydd och beredskap.

4.1 Planering och genomförande av övningen – reflektioner från central övningsledning och motspel

Efter skede 1 genomfördes två fokusgruppsdiskussioner med övningsledning och medverkande i motspelet och övningen under SAMÖ-KKÖ 2011. Huvudsyftet med diskussionerna var att ge deltagarna möjlighet att reflektera kring ett antal frågor om övningen och arbetet inför och under skede 1.

4.1.1 Reflektioner om planeringen av övningen

Arbetet med övningen var utmanande, eftersom det här var första gången sociala medier skulle vara med i en övning. Övningsmomentet var inte inplanerat från början, utan tillkom efter hand. Detta innebär att det blev begränsat med tid och resurser till att skapa de nya verktygen i Övningswebben, samt att det blev en stor utmaning att hinna förankra dessa verktyg hos de övande innan övningen startade.

När det gäller övningsverktygen är erfarenheten att det är viktigt att göra tydliga avgränsningar för vad som ska finnas med och inte – hur realistiska ska verktygen vara, ska man skapa en ren kopia av existerande verktyg eller ska det istället satsas på att realisera de koncept som finns i verkligheten? Det vill säga, ska intentionen fångas med de existerande verktygen men utformas oberoende av den verkliga förlagan? Under övningen framgick det tydligt att Kwitter inte användes i någon större utsträckning och kanske inte heller upplevdes fylla så stor funktion som bakgrundsbrus. Detta berodde på att Kwitter inte hade den funktionalitet som förebilden Twitter har. Konceptet i Twitter fångades istället upp till viss del av övningsverktyget Xbooks funktionalitet. Det viktigaste att tänka på när verktyg av den här typen ska utvecklas, är inte att de direkt motsvarar verktyg som finns ute på nätet. Istället bör fokus vara på att den funktionalitet verktygen erbjuder motsvarar de förväntningar användarna/de övande har på hur de ska fungera. Användarens föreställning om hur verktyget fungerar bör matcha hur verktyget sedan faktiskt fungerar i övningen.

Ofta baseras den konceptuella bilden på erfarenheter av liknande verktyg. Det kan alltså finnas en risk med att skapa övningsverktyg som alltför för mycket liknar de verktyg som redan finns, eftersom det kan skapa orealistiska förväntningar på övningsverktyget.

Utvärderingen av hur de övande använde sociala medier under SAMÖ-KKÖ 2011 visar dock att de flesta övande snabbt anpassade sig till verktygen som de var utformade och utnyttjade de tillgängliga verktygen på Övningswebben, både som det var avsett och på nya sätt.

En nära samverkan mellan de personer som planerade aktiviteterna i sociala medier och den grupp som arbetade med utvecklingen av scenariot för övningen upplevdes som väldigt givande. Sociala medier kan vara ett verktyg för att driva scenariot framåt, och det är bra om någon eller några personer har en övergripande roll och förståelse för samordningen av arbetet med inspel i scenariot.

4.1.2 Reflektioner om genomförandet

En av de positiva aspekterna med att sociala medier ingick under övningen var att frågan om medverkan i sociala medier synliggjordes och att kopplingen mellan nya medier och traditionella, redaktionella medier blev tydlig för både de övande och övningsorganisationen.

Under övningen hade alla organisationer som skulle delta i SAMÖ-KKÖ 2011 tillgång till Övningswebben och de ingående övningsverktygen i form av det sociala nätverket Xbook, bloggarna och Kvitter. Det innebär att även de organisationer som inte själva tidigare varit aktiva i sociala medier, nu hade tillfälle att pröva detta under begränsade och kontrollerade former.

Att använda inspel i scenariot via inlägg i bloggar och på det sociala nätverket Xbook upplevdes som ett väldigt effektivt sätt att driva scenariot framåt. Det är dock viktigt att se till att ha balans i motspelet när det gäller inläggen och att vara noga med vilken typ av inlägg som görs, då det kan påverka hela övningens fokus. Även om inlägg och nystartade bloggar med exempelvis tydlig, politisk inriktning är realistiska och sannolika under en verklig händelse, måste en avvägning göras om det är relevant för övningens huvudsyfte. Om övningen har som huvudsyfte att öva organisationernas förmåga till kriskommunikation via sociala medier så kan det finnas en poäng i att styra inspelerna i övningen så att fokus hålls kvar på detta och inte på politiska debatter.

Trots tidspressen under utvecklingen fungerade övningsverktygen under övningen relativt väl, och många övande var positiva till verktygen. Under diskussionen framkom dock att motspelet under övningen hade en del tekniska problem med Övningswebben, vilket försvårade arbetet. Det var även flera övande organisationer som inte deltog alls i de sociala medierna; en del uppgav att de inte hade tid, medan andra var osäkra på hur de skulle arbeta med övningsverktygen. En fråga som lyftes under diskussionerna var osäkerheten kring hur kommunikation via sociala medier bör hanteras. Bland annat var en viktig fråga för flera övande vad en medarbetare inom en organisation, eller en organisation i sin helhet, har för mandat att uttala sig i de sociala medierna. Detta är något som kan ha bidragit till att en del organisationer inte använde övningsverktygen så aktivt.

4.1.3 Generella reflektioner om sociala medier och krishanteringsövningar

Sociala medier är en del av den information och det kommunikationsflöde som pågår hela tiden och kan därför inte uteslutas vid övningar utan att övningen förlorar realism. Detta kan jämföras med antalet inspel och deras intensitet under övningen. För att begränsa SAMÖ-KKÖ 2011 kunde övningsledningen exempelvis besluta att inte ha med förorenat dricksvatten eller en trafikolycka som komponenter i övningen, utan att för den skull påverka realismen i övningen som helhet. Hade däremot sociala medier plockats bort hade realismen i övningen förändrats avsevärt. Sociala medier är en del av medieflödet i dagens samhälle, och är en så pass integrerad del att realismen blir haltande när denna del inte finns med. Det går dock att göra begränsningar i ambitionen med sociala medier i en övning (precis på samma sätt som med redaktionella medier). Man kan till exempel välja att bara ha det med som en kuliss för att skapa ett bakgrundbrus, utan att övande för den skull behöver interagera med det. Om man bortser helt ifrån sociala medier i framtida samverkansövningar bör man vara medveten om att det påverkar realismen.

Det är viktigt att organisationer och myndigheter har ett aktivt arbete med kommunikationsstrategier och policydokument för att vara beredda när det väl inträffar en händelse eller kris. Även om man inte har tid och resurser att öva i sociala medier utgör

de en del av det nya medielandskapet och kommer att påverka en händelseutveckling, vare sig man har övat på det eller ej. Därför är det viktigt att redan före en kris ha satt sig ner och reflekterat över hur man hanterar de kommunikationsvägar som sociala medier utgör.

En grundförutsättning är att man har medarbetare med rätt kompetens involverade från början om man ska öva sociala medier. På samma sätt som man måste ha med experter på kärntekniska frågor vid en övning om kärnteknisk olycka, och journalister och andra kommunikationsexperter när man övar kommunikation med medier, behöver man ha med experter på sociala medier när man ska öva sådana. Under arbetet med SAMÖ-KKÖ 2011 var bland annat erfarna bloggare och journalister involverade.

Under SAMÖ-KKÖ 2011 var motspelet för sociala medier separerat från övriga medier (de var uppdelade i två separata moduler). När en sådan ansvarsuppdelning görs är det viktigt att ha tydlig informationsöverföring mellan modulerna.

Sociala medier är en del av övriga medier och bör ses som en integrerad del av kommunikationsarbetet. Sociala medier är ett sätt att komma närmare allmänheten och ger möjlighet till dialog på ett tydligare sätt än till exempel en hemsida, eller presskonferenser. Att nyttja sociala nätverk och mikroblogger kan i en del fall vara en avlastning för andra kanaler som telefonlinjer och e-post. I andra fall kan det bidra till högre belastning, till exempel om informationen upplevs som otydlig eller inte tillräckligt utförlig.

Sociala medier är inte bara en möjlighet att nå ut med information och skapa en dialog med allmänheten. De är också en möjlighet till informationsinhämtning och omvärldsbevakning. Genom att följa vad som sägs i sociala medier kan man få en uppfattning om lägesbilden, både under en krissituation och till vardags.

En stor utmaning för alla offentliga organisationer och myndigheter är den öppenhet som förväntas vid dialoger i sociala medier. Här är det viktigt att utarbeta kommunikationsstrategier

och förankra dessa hos alla som arbetar inom organisationen eller myndigheten. Kommunikation i sociala medier är inte en uppgift enbart för presstalespersonen eller kommunikatören, utan för hela organisationen.

4.2 Medverkan i sociala medier under SAMÖ-KKÖ 2011 – reflektioner från lokala övningsledare och övande

En kortare enkät skickades ut via e-post till lokala övningsledare i ca 50 övande organisationer som deltog under skede 1 av SAMÖ-KKÖ 2011. Det inkom 31 svar. Av de organisationer som valde att inte besvara enkäten var flertalet av dem var organisationer som deltagit marginellt i övningen, medan alla deltagande organisationer med direkt koppling till krishanteringsarbetet i övningen svarade.

I enkäten ställdes följande frågor:

- om organisationen startade en Xbooksida och hur den då användes. Om en sida inte skapades, vilka skäl låg bakom detta beslut?
- om organisationen tog del av diskussioner och åsikter i sociala medier under övningen.
- om organisationen har någon policy eller strategi kring användning av sociala medier generellt (utanför övningen).
- övriga synpunkter kopplat till sociala medier i övningen.

Utöver enkäten genomfördes telefonintervjuer med övningsdeltagare, lokala övningsledare eller observatörer i fyra kommuner, en länsstyrelse och Strålsäkerhetsmyndigheten. Dessa valdes ut för att de var centrala organisationer under övningen och kan anses representera olika typer av användandet av sociala medier - från omvärldsbevakning till aktiv medverkan.

4.2.1 Övergripande enkätresultat

Fördelning av svar mellan olika typer av organisationer, svarsfrekvens och statistik över svaren återfinns i tabell 4.1.

Utifrån svaren kan det konstateras att fler statliga myndigheter än kommuner och länsstyrelser har en utarbetad strategi för sociala medier. Statliga myndigheter ser oftare användning av sociala medier som en naturlig del i sitt uppdrag. Enligt myndig-

	Kommun	Läns- styrelse	Landsting	Övrig myndighet	Förbund/ annan	Företag
Inkomna svar	10	4	1	14	1	3
Skapade Xbooksida under övningen	3	1	0	8	0	0
Tog helt eller delvis del av diskussioner i sociala medier	10	4	1	12	1	2
Diskuterade strategi under övningen	5	3	1	10	1	1
Har en strategi för sociala medier	2	1	1	7	0	0

Tabell 4.1

Inkomna enkäter samt svar på övergripande frågor

heternas egen bedömning är det några få statliga myndigheter som utnyttjar sociala mediernas fulla potential och har hög närvaro där. Utöver dem finns det ett antal myndigheter som har en viss närvaro i sociala medier. Möjligen är det denna skillnad som gör att fler statliga myndigheter än kommuner och länsstyrelser skapade en Xbooksida under övningen och diskuterade strategi under övningen. Generellt antyder det övergripande enkäteresultatet att statliga myndigheter har kommit något längre i sitt arbete med sociala medier än övriga offentliga organisationer, något som också återspeglades under SAMÖ-KKÖ 2011.

4.2.2 Omvärldsbevakning

Enligt inkomna enkätsvar tog de flesta övande organisationerna del av diskussioner i de sociala medierna under SAMÖ-KKÖ 2011. Denna typ av omvärldsbevakning syftade framför allt till att få kunskap om hur allmänheten reagerade på händelseutvecklingen, svängningar i, och riktningar på de åsikter som framfördes samt vilka frågor som allmänheten behövde få svar på. Övande organisationer nyttjade denna information i sin tur för att kunna besvara allmänhetens frågor och bemöta felaktig information, som fanns i både de sociala och redaktionella mediernas rapporter, genom att hänvisa till tillförlitliga källor och föra in verifierad och saklig information i debatten. Vidare nyttjades informationen i de sociala medierna som en del av underlaget för kommunikationsstrategiska överväganden.

Även om enkätsvaren visade att många övande organisationer nyttjade sociala medier för omvärldsbevakning, noterade observatörer och lokala övningsledare vid några organisationer att information i de sociala medierna förkastades, eller att rutiner saknades för att hantera denna information.

En observatör vid en övad organisation fångade följande kommentar: "Vad som skrivs på Xbook är fullständigt irrelevant för vårt arbete", samt noterade att omvärldsbevakaren inte fick gehör i staben när denne rapporterade om oro i sociala medier. En annan observatör vid en annan övad organisation menade att teman i de sociala medierna aldrig fångades upp eller gjorde avtryck i arbetet.

En intervjuperson som medverkade i övningen beskrev en rutin där informationen i de sociala medierna samlades upp och rapporterades strukturerat tillsammans med övrig omvärldsbevakningsinformation en gång i timmen. Däremot ledde tidsbrist till att informationen i dessa rapporter inte omhändertogs i tillräcklig utsträckning. Detta resulterade bland annat i att organisationen vid något tillfälle tappade mycket tid på informationsidan, när tillgänglig information inte kom fram till berörda parter inom organisationen.

4.2.3 Aktiv medverkan samt beslut om att inte vara aktiv

De organisationer som skapat en Xbooksida under SAMÖ-KKÖ 2011 uppger via enkätsvaren att sidan användes som en kanal för att löpande lägga ut aktuell information från sin organisation. Sidan användes också som ett sätt att svara på frågor från allmänheten och för att samla in kunskap om målgruppen som underlag till kommunikationsstrategin. Flera övande organisationer påpekade vikten och nyttan med att aktivt medverka i sociala medier, bland annat genom följande citat:

"Nyckelaktörerna inom krisberedskapen borde vara mycket mer aktiva i sociala medier för att få ut mer information snabbare till fler, för att skapa dialog och ge insikt och för att grundlägga ett förtroende hos medborgarna. Men det kräver tid, engagemang och resurser!"

De organisationer som valde att inte skapa en Xbook-sida under övningen angav i huvudsak fyra skäl för detta. Det första, och enligt organisationen tyngst vägande skälet, var brist på tid, resurser och kompetens, samt att andra informationsinsatser prioriterades framför att upprätthålla en Xbook-sida. Exempel på kommentarer i enkätsvaren var:

- ”det [skapandet av en Xbooksida] hade i så fall fått ske på bekostnad av andra resurser”,
- ”det fanns inte tillräckligt med informationspersonal med kompetens för uppgiften [att skapa en Xbooksida]”.

Observatörer och lokala övningsledare har dock inte alltid haft samma uppfattning om orsaker till varför en Xbooksida inte skapades av övande organisationer. En observatör med stor erfarenhet av användandet av sociala medier påpekade att det var brist på erfarenhet och kunskap som var orsaken, snarare än brist på resurser och tid.

Det andra tungt vägande skälet var att en ledningsnivå inom eller utanför övningen fattat beslut om att sociala medier inte skulle nyttjas aktivt, eftersom det låg utanför fokus för organisationens egna övningsmål eller utanför organisationens uppdrag:

- ”eftersom extern kommunikation inte var i fokus [för vår organisation] aktualiserades inte frågan om skapandet av en Xbook-sida”.
- ”eftersom vår krisorganisation är under förändring var det andra dimensioner av kriskommunikation som vi prioriterade att öva.”
- ”beslutande person i ledningsbefattning ansåg att sådan verksamhet inte låg i uppdraget, vilket innebar att kommunikationsverksamhet i allmänhet var lågprioriterad, med undantag från att lägga ut pressmeddelanden.”

Det tredje skälet var att sociala medier inte är normal rutin i det dagliga arbetet. Enligt organisationerna var det viktigt att under övningen arbeta på ett sådant sätt som de skulle ha gjort i verkligheten. Detta var ett skäl till att användandet av sociala medier inte prioriterades:

- ”kommunen arbetar inte normalt med denna typ av medier och därför var det inte aktuellt att starta upp den verksamheten under övningen.”

- ”som myndighet nyttjar vi inte Facebook men väl Twitter. Detta omprövades inte under SAMÖ-KKÖ.”

Som sista skäl angav organisationerna att de inte hade sett något behov av att skapa en Xbooksida, eftersom informationen distribuerades genom andra kanaler:

- ”Det fanns inget behov av att skapa [en Xbooksida]. Information som ges läggs ut på hemsida.”

Detta noterades även av observatörer på plats. En observatör vid en övad organisation noterade att ”från staben framgick inget intresse av att man skulle synas i sociala medier. Inte heller visades intresse av att bemöta, stävja eller ta hänsyn till rykten och spekulationer som pågick i de sociala medierna.”

4.2.4 Strategi för sociala medier

Omkring hälften av organisationerna som svarade på enkäten angav att de har en policy eller strategi kring sociala medier. Dessa policydokument och strategier var av varierande omfattning och detaljeringsgrad, allt ifrån flersidiga dokument till en enda rad i existerande informationspolicy. De elva organisationer som hade en strategi för hantering av sociala medier sedan tidigare och som var vana att använda sociala medier i det dagliga arbetet, nyttjade sin strategi även under SAMÖ-KKÖ 2011:

”Vi har policy och strategi för sociala medier som vi redan följer och det kändes inte svårt att följa dem även under övningen”.

Exempel på strategiska beslut kring aktivitet i sociala medier kunde vara att:

- ”avsändaren ska vara tydlig. Vi ska alltid svara på frågor. Informationen ska vara relevant, riktig och aktuell”.

Ett strategiskt beslut i motsatt riktning var ett:

- ”[beslut om] att inte använda sig av X-book, Kwitter eller liknande för kommunikation med medborgarna, utan det sköts från hemsidan och de kanaler som finns där.

Flertalet av de organisationer som inte har en policy angav att den planeras eller är under utarbetande.

Hos några organisationer fördes det tidigt i övningen en diskussion där det beslutades att endast nyttja sociala medier för omvärldsbevakning. I andra organisationer hanterades situationer rörande sociala medier allteftersom de dök upp. En lokal övningsledare vid en övad organisation menade att en diskussion startade i och med att organisationen blev överrumplad och, enligt dennes egna ord, ”närmast panikslagen av de sociala mediernas kraft.”

4.2.5 Allmänna synpunkter på övning av sociala medier i SAMÖ-KKÖ 2011

De allmänna synpunkterna kopplade till sociala medier i SAMÖ-KKÖ 2011 var över lag mycket positiva. Några exempel på enkät- och intervjusvar är:

- “[Organisationen] fick en kraftfull inblick i hur det kan gå till och vilken påverkan sociala medier har på andra organisationer och klassiska medier.”
- ”SAMÖ-KKÖ var ett mycket intressant och realistiskt sätt att återspegla dynamiken mellan myndigheters agerande och medier/allmänhet och även mellan ”gammelmedia” och sociala medier.”
- ”Övningen väckte frågan om hur man kan arbeta med sociala medier.”
- ”Xbook-delen av övningen kändes realistisk och riktigt givande.”

Några ifrågasatte den typ av information som förekom i de sociala medierna under SAMÖ-KKÖ 2011 och menade att det i verkligheten troligtvis skulle ha varit större andel sakliga frågor och färre inslag av aggressivitet och känslor:

”Under en verklig händelse tror jag att det hade varit mycket fler faktaorienterade frågor och påståenden som hade kommit via sociala medier.”

Behov av övningar framfördes, där ett förslag var att genomföra spel där enbart sociala medier övades, exempelvis genom att turas om att vara motspel och övande. Detta skulle inte kräva så stora förberedelser eller resurser att genomföra, bara övningsverktygen är enkla att använda. En intervjuperson menade att myndigheter och kommuner inte riktigt är redo ännu att hantera sociala medier på det sätt som förväntades och krävdes under SAMÖ-KKÖ 2011.

En organisation framförde en fundering över informations-samordning:

”Samtal skulle behöva föras om att MSB/Krisinformation.se på sikt skulle kunna samordna aktörers användning av sociala medier vid en allvarlig händelse.”

En annan organisation hade en liknande synpunkt:

”Myndigheterna har inte löst ansvaret när det gäller vem som tar hand om vilken information. Om det funnits en samordning så skulle man ha diskuterat hur man skulle ha agerat i de sociala medierna.”

Under en annan intervju framfördes att en förutsättning för att både våga och lyckas med användning av sociala medier är att individerna använder det privat, eftersom ”man gärna generaliserar sin egen medieanvändning”.

Positiva effekter av att öva sociala medier i SAMÖ-KKÖ 2011
Medan skede 2 av SAMÖ-KKÖ 2011 pågick inträffade en rad allvarliga händelser i Japan med anledning av jordbävningen under februari månad. Landet drabbades i samband med jordbävningen av en tsunami, och som följd av både jordbävning och tsunami brast skyddet runt en kärnteknisk anläggning, vilket bland annat resulterade i utsläpp av radioaktiv strålning. Strålsäkerhetsmyndigheten (SSM) skapade i samband med händelserna kring de japanska kärnkraftverken en Facebooksida för att fånga upp allmänhetens frågor angående händelseutvecklingen i Japan. Kommunikationschefen vid SSM uttryckte att SAMÖ-KKÖ

2011 gav erfarenheter om sociala medier i kriskommunikation, och de spelade en viktig roll i beslutet att skapa och använda en Facebooksida i det skarpa läget i samband med händelserna i Japan. Utöver spelet med sociala medier fanns det många andra aspekter av SAMÖ-KKÖ 2011 som innebar att SSM stod bättre rustade inför kärnkraftsolyckan, i Fukushima än de hade gjort utan övningen. I och med att SSM inte var tillsynsmyndighet under händelserna i Fukushima innebar denna kris ett lämpligt tillfälle att pröva detta.

4.2.6 Nytt, risker och utmaningar i sociala medier

Sociala medier kan medföra stor nytta i kriskommunikationen mellan offentliga organisationer och allmänheten. Det finns samtidigt vissa risker och utmaningar som är kopplade till användandet av sociala medier, något som är viktigt att vara medveten om.

En organisation påpekade att en organisation kan sprida, lyssna på, delta i och skapa information genom användandet av sociala medier och att det är olika höga trösklar för dessa aktiviteter. Detta speglades också genom intervjuer och enkäter. Under telefonintervjuerna poängterades främst nyttan med att sprida information genom sociala medier:

”Det handlar om att nå ut med information och skapa den interaktivitet, dialog, med individer som numera kräver det i allt högre grad.”

Användandet av Twitter nämndes av flera övande organisationer som ett exempel på hur en organisation kan nå ut med information genom sociala medier. *Lyssnandet*, dvs. omvärldsbevakning, sågs av många organisationer som en nytta som samtidigt kräver stora resurser, eftersom antalet kanaler och mängden information är så stor. Däremot är det en förutsättning att offentliga organisationer kan fånga upp allmänhetens stämningar för att sedan svara upp på de frågor och åsikter som allmänheten har (delta). En organisation uttryckte att sociala medier ger förutsättningar för att skapa en dialog mellan offentliga organisationer och allmänheten, ge drabbade och ”vittnen” tillfälle att komma till tals, att uttrycka sina farhågor och framställa önskemål. En

annan organisation menade att medverkan i sociala medier gör dem till en öppnare organisation, eftersom det då finns ytterligare en kanal för att kommunicera med allmänheten. Däremot fanns det hos andra organisationer en tveksamhet kring nyttan med en egen Facebooksida, och vad det innebär, dels när det gäller att öppna sig för den typen av dialog, dels när det gäller vilka resurser som krävs för att kunna upprätthålla ett sådant forum.

En utbredd uppfattning hos de organisationer som redan är aktiva i sociala medier är att de behöver verka i de sociala medierna till vardags för att etablera sig i det sociala medierummet (skapa anhängare), arbeta upp kompetensen hos personalen i organisationen, skapa rutiner, förkorta uppstartstiden och undvika fallgropar vid ett skarpt läge:

”Nyckelaktörerna inom krisberedskapen borde vara mycket mer aktiva i sociala medier, för att få ut mer information snabbare till fler, för att skapa dialog och ge insikt och för att grundlägga ett förtroende hos medborgarna.”

Några av de organisationer som inte idag är aktiva i sociala medier menade däremot att de inte har resurser att upprätthålla den närvaron eller att kontinuerligt gå in och bemöta synpunkter från allmänheten, även om det skulle behövas:

”Vi vet inte vad ett normalläge innebär, eftersom ingen hos oss har en grundläggande kunskap av att använda Twitter i det dagliga”

En observatör med erfarenhet från sociala medier menade att argumentet att det skulle kräva mycket resurser av organisationen snarast är en myt, och att det är kompetensen som är den avgörande faktorn, och att man får den endast genom att ge sig in i de sociala medierna.

I samband med intervjuerna ombads de intervjuade att identifiera vilka utmaningar och risker de såg med nyttjandet av sociala medier i sin egen organisation. De identifierade riskerna och utmaningarna kan organiseras i följande kategorier:

- *Falsk information och ryktesspridning.* Risk hos den egna organisationen att det finns för dålig kunskap inom ämnesområdena för att se vilken information som är falsk.
- *Mängden av frågor och längden på dialogen.* Det kan bli ett stort inflöde av frågor genom sociala medier, till exempel genom en Facebooksida. Organisationen behöver fundera igenom sin interna organisation för att kunna hantera detta. Det finns dessutom risk för långa dialoger och trådar som spårar ur.
- *Åsikter som presenteras.* Det finns en risk att en organisation ger intryck av att den legitimerar åsikter som går emot vetenskapen, ifall sådana åsikter presenteras på organisationens Facebooksida. En utmaning är exempelvis hur organisationer bör förhålla sig till kontroversiella frågor.
- *Tid och resurser.* Det finns en risk att organisationen lägger för stor kraft på sociala medier och missar andra delar, eller inte hinner upprätthålla det de har påbörjat inom sociala medier.
- *Snabbheten.* En viktig fråga är hur organisationer bör hålla reda på alla sociala medier och vilket de bör satsa på. Just nu är Twitter och Facebook de största kanalerna i Sverige, men detta kan ändras snabbt och organisationen måste följa med i den utvecklingen.
- *Kunskapsbrist.* Organisationerna har inte samma kunskap och sociala medier som om andra, traditionella medier. Därför finns det risk för en lång uppstartssträcka och för osäkerhet. Detta kan leda till ett avvaktande beteende.
- *Allmänhetens intresse.* Det kan finnas svårigheter att fånga allmänhetens intresse för offentliga organisationer genom sociala medier, vilket innebär att organisationer inte vill lägga resurserna på dem, med risk att nå ut till för få människor.
- *Ytterligare kanal för kriskommunikation.* Kriskommunikation i sociala medier innebär inte att det ersätter andra sätt att kommunicera. I ett läge utan elektricitet, till exempel, behöver det fortfarande finnas andra sätt att nå ut med information.
- *Sociala medier drivs av kommersiella aktörer.* Facebook är en kommersiell aktör, vilket organisationer behöver tänka på, bland annat när det gäller rättigheter till informationen.

- *Organisationens mandat och rykte spelar en viktig roll.* Hur ”ansatta” organisationer blir i sociala medier beror på ”vilket varumärke organisationerna har i stunden.” Vissa organisationer kan väcka mer känslor än andra och kräver en annan försiktighet.
- *Resurser kontra nyttan.* Det är svårt att hitta ”guldkornen” i den enorma informationsmängd som finns i sociala medier. Omvärldsbevakning i sociala medier kräver därför mycket resurser, ofta med svagt resultat.

4.3 Sammanfattning

Vid planeringen av SAMÖ-KKÖ 2011 ställdes ett antal mål för övningen av sociala medier upp:

- Att öka aktörernas förmåga att kommunicera effektivt under en kris.
- Att öka medvetenheten om sociala medier och hur offentliga organisationer kan arbeta för att hantera dem.
- Att öka förståelsen för och kunskapen om hur interaktionen och kommunikationen fungerar inom sociala medier.
- Att skapa möjligheter för att starta ett strategiskt arbete för kommunikation via sociala medier inom respektive övad organisation.

Den här rapporten har visat att det övergripande syftet med sociala medier i SAMÖ-KKÖ 2011 har uppfyllts. Detta styrks av kommentarer från de övande som visar att övningsverktygen kopplat till sociala medier i Övningswebben hjälpte till att skapa realistisk kriskommunikation. Flertalet av de övande organisationerna ansåg också att övningen gav många insikter om hur sociala medier fungerar och hur de kan nyttjas för att kommunicera med allmänheten under en kris. Flera övade organisationer uttryckte dessutom att övningen var en väckarklocka för dem, då de fick insikter om de brister som de haft i sitt arbete med sociala medier. Detta har lett till att de övade organisationerna efter övningen har en större medvetenhet om sociala medier och en förmåga att planera och arbeta med, och genom, sociala medier på ett mer strategiskt sätt än före övningen.



SEARCH
INDEX
MENU

subject

structure



5. Råd och rekommendationer – att öva sociala medier

SAMÖ-KKÖ 2011 var den första svenska nationella krishanteringsövningen där sociala medier ingick som en del av övningen. Erfarenheterna som gjordes under övningen, av både spelledning och övande, är viktiga att ta tillvara på och bygga vidare på i framtida krishanteringsövningar. I det här kapitlet finns en sammanställning av de råd och rekommendationer som vuxit fram under arbetets gång, samt några exempel på enkla seminarieövningar.

5.1 Vad och hur ska vi öva?

Det första steget i alla övningar är att avgränsa vad som ska övas och i vilken omfattning. Tillgången på resurser i form av tid och personal samt behoven som finns i den övande organisationen måste avgöras tidigt. Det är även viktigt att motivera en organisation att arbeta med sociala medier vid övningar. Det finns flera aspekter av sociala medier som är viktiga att ta hänsyn till:

- Sociala medier handlar om kommunikation, inte enbart information.
- Sociala medier är inte en avgränsad del av verkligheten.
- Medverkan i sociala medier kräver öppenhet.

Att öva kriskommunikation och användandet av sociala medier kan, precis som vid alla andra typer av övningar, göras på flera olika sätt och med varierande ambitionsnivå; allt ifrån seminarieövningar till simuleringsövningar med motspel motsvarande det som fanns vid SAMÖ-KKÖ 2011. Det första som måste göras är att utifrån sin verksamhet avgöra vad syftet med övningen är – ska de övande *utbildas* i sociala medier och hantering av dessa, eller ska de *pröva* att tillämpa en strategi för sociala medier, eller ska de övades förmåga att kriskommunicera via sociala medier *mätas*? När syftet är klart blir det lättare att sätta *tydliga mål* för

övningen som sedan övningen kan utvärderas emot. När detta är gjort bör övningens förutsättningar förtydligas: vilka ska/kan delta, hur lång tid får planering och genomförande ta, vilka ekonomiska resurser finns tillgängligt osv. För ytterligare tips och råd kopplat till övningsverksamheten se MSB:s publikation "Öva krishantering"³⁹.

5.1.1 Kommunikation - inte enbart information

Traditionellt har offentliga organisationers informationsarbete handlat om enkelriktad informationsspridning, med undantag för särskilda tillfällen då allmänheten även kan ställa frågor. Det finns därför en stor risk att denna ansats används även när organisationen skapar sidor i sociala medier. Sociala medier handlar dock i väldigt hög utsträckning om interaktivitet och möjlighet till dialog, vilket inte stämmer överens med en traditionell syn på kommunikation som informationspridning.

För att hantera kriskommunikation via sociala medier krävs att organisationerna är medvetna om att det är en kommunikationsfråga som inte kan avgränsas till "informationsenheten". Man måste arbeta med kommunikationsstrategier på alla nivåer i offentliga organisationer, och det är personer i ledningsbefattning som behöver initiera och stödja förståelsen för vikten av kommunikation.

5.1.2 Sociala medier kan inte avgränsas

Arbete med sociala medier kräver att organisationer inser att det inte går att separera de nya medierna från övrig omvärld. Det som tidigare var öppna torgmöten finns nu spritt i den digitala världen. Det går inte att dra några skarpa gränser mellan redaktionella medier och sociala medier, då även traditionella papperstidningar och tv-/radiostationer finns på nätet och har öppna kommunikationsvägar med sina läsare och lyssnare via hemsidor och bloggar. Om offentliga organisationer ska öva hantering av "medier" och interaktion med "allmänhet", inkluderar detta idag även sociala medier. De sociala medierna kan användas som verktyg och kommunikationskanaler vid en kris. För att kunna göra detta vid en eventuell verklig kris är det dock viktigt att organisationerna redan före krisen har

39. Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (2009). Öva krishantering: Handbok i att planera, genomföra och återkoppla övningar (publ.nr MSB 0063-09). Stockholm: Myndigheten för samhällsskydd och beredskap.

förståelse för och kunskap om vad sociala medier är och hur de ska arbeta med dem.

5.1.3 Medverkan kräver öppenhet

Att medverka i sociala medier kräver att offentliga organisationer är villiga att föra en öppen dialog med allmänheten. Kommunikation via mer traditionella kanaler, såsom telefon eller e-post, är mer slutna och tillåter att en dialog endast hålls mellan de deltagande parterna. När samma kommunikation istället sker via en kommentarsfunktion eller en sida på ett socialt nätverk, som Facebook, är den öppen för en större mängd människor att ta del av. Kommunikationen blir på så sätt mer synlig, offentlig och spårbar, vilket kan vara både positivt och negativt. Positivt, därför att fler som har samma frågor kan få svar genom att följa när andra ställer frågor. Negativt, därför att kommunikationen kan bli mer hämmad när den förs öppet till skillnad mot en e-postkonversation eller telefonsamtal. Detta är frågor som måste beaktas i organisationens/myndighetens generella kommunikationsstrategi. Övningar kan vara ett starkt verktyg för att säkerställa att organisationen som helhet har kunskap om och beredskap för att hantera öppen kommunikation. I vissa lägen kanske det behöver utarbetas särskilda strategier eller policydokument för hur organisationer ska svara på frågor och kommentarer och på vilket sätt de ska formulera sig.

5.2 Att öva hantering av sociala medier vid kriser

I detta avsnitt ges ett exempel på hur tabletop-/seminarieövningar kan användas för att öva kommunikationsarbete i sociala medier. Detta är dock bara ett fåtal exempel av många

- | | |
|--------|--|
| Steg 1 | Bestäm syfte och mål med övningen |
| Steg 2 | Utifrån syfte och mål – vilka ska delta i övningen? |
| Steg 3 | Gör en tidsplan för övningen, till exempel att den ska pågå under 2 timmar |
| Steg 4 | Utarbeta ett scenario med händelseutveckling och inspel |
| Steg 5 | Förbered frågor som diskussionsunderlag |
| Steg 6 | Utse seminarieledare och dokumentationsansvarig |

möjliga⁴⁰. Generellt finns det några steg som är viktiga vid planering av alla övningar:

Tidsplan för övningen

Det finns flera sätt att disponera tiden vid en seminarieövning. Det kan vara viktigt att ha ett realistiskt tidsspann där inspelen kommer i "realtid". Övningsledningen kan även välja att ha ett snabbare tempo där en hel dags händelser komprimeras till de timmarna som är avsatta för övningen. Ytterligare ett sätt är att pausa händelseförloppet och bryta ur en del i scenariot för att diskutera frågorna i relation till just denna tidpunkt. Valet av tidsspann i övningen beror givetvis på syfte och mål med övningen – om hantering under tidspress ska övas bör övningen utformas på det sättet. Är syftet att problematisera och medvetandegöra strategier och inriktningar i relation till sociala medier, kan det vara lämpligt att välja ut en del av scenariot och ett fåtal inspel och fördjupa diskussionen kring dessa.

Exempel på scenario

Nedan ges ett exempel på scenario som kan utvecklas och sedan användas för att öva aspekter kopplat till sociala medier. Beroende på vilket syfte, mål och tidsplan för övningen som satts upp, bör scenariot hanteras på olika sätt.

"En allvarlig trafikolycka mellan en långtradare och en buss har skett på väg 01 vid östra påfarten till E4:an. Räddningstjänst och polis är på plats och trafiken har spärrats av och leds om via mindre vägar. Tre skadade har förts till sjukhus och ett tiotal skadade som reste ombord på bussen finns kvar på plats. Ett av de inblandade fordonen i olyckan är en lastbil med farligt gods, som nu har läckt ut. Medierna bevakar på plats och händelserna har kommenterats aktivt i sociala medier, bland annat har det på Facebook och Twitter varnats för att det nu läckt ut farliga kemikalier i det intilliggande vattendraget som mynnar ut vid en badstrand

40. Strukturen för övningen är hämtad från MSBs publikation "Öva krishantering"

Exempel på inspel

- 15 min efter olyckan: Ett Twitterinlägg uttrycker att kommunen väljer att undanhålla information om vilken typ av kemikalie det rör sig om.
- 20 min efter olyckan: En Facebookgrupp skapas där deltagarna menar att badsjön nu är förgiftad och att minst en hund har insjuknat efter att ha fått i sig vattnet.
- 25 min efter olyckan: En journalist från en lokal TV-station ringer och ber kommunen uttala sig om det är farligt att bada i badsjön eller inte.
- Och så vidare....

med många besökare. Många oroliga har hört av sig till bland andra SOS Alarm, Landstinget och räddningstjänsten för att få information om eventuellt inblandade anhöriga.”

5.2.1 Att öva omvärldsbevakning

Ett av de vanligaste sätten att använda sociala medier är för omvärldsbevakning. Ett sätt att systematisera omvärldsbevakningen är att identifiera vilka källor som är mest relevanta att följa, beroende på händelseutvecklingen. Under SAMÖ-KKÖ 2011 fanns ett begränsat antal bloggar och Xbooksidor, men även då upplevde många övade att det blev för mycket att följa allt. Ofta går det dock att identifiera ett antal sidor där det finns särskilt stor aktivitet, eller där man ser att det som publiceras får stor spridning i andra medier. Genom att försöka följa kommentarflöden och länkar i redaktionella mediers Internetartiklar, eller söka på de mest diskuterade ämnena på Twitter, är det möjligt att se om vissa bloggar eller andra källor länkas upprepade gånger från flera olika aktörer. Ett sätt att arbeta kan vara att ha en eller helst flera personer som följer dessa utvalda sidor eller kanaler och regelbundet gör en sammanställning enligt en förutbestämd mall med frågor/punkter av särskilt intresse. Denna sammanställning kan sedan användas som underlag för kommunikationsstrategier.

För att kunna utöva omvärldsbevakning i sociala medier vid en kris krävs dock att personalen har kunskaper om och erfarenheter av omvärldsbevakning sen tidigare. Ett sätt att tillägna sig

dessa kunskaper och erfarenheter är att öva detta, till exempel genom en seminarieövning. När de övande ska öva omvärldsbevakning, behöver scenariot inte nödvändigtvis innehålla detaljerade inspel, utan fokus kan istället vara på en mer övergripande diskussion om utvalda frågeställningar.

Exempel på frågor/uppgifter till övande:

- Vilka källor behöver ni följa? Tidningar/TV/sociala medier?
- Hur ska omvärldsbevakningen genomföras – strategi, resursfördelning – och av vem (peka ut ansvariga roller)?
- Hur ska omvärldsbevakningen överföras i organisationen? Vems är ansvaret för att viktig information når rätt beslutsfattare?

5.2.2 Att öva aktiv medverkan

Att aktivt medverka i sociala medier kan innebära att ha egna sidor i sociala nätverk, att använda Twitter eller kommentera och svara på forum eller andras sidor på nätet. Detta kan göras dels genom att besvara frågor från allmänheten på sina egna sidor, att korrigera felaktiga uppgifter som förekommer på andras sidor (och egna), dels genom att sprida information om det egna arbetet. Även denna typ av aktiviteter går att öva på olika sätt, vilket SAMÖ-KKÖ 2011 illustrerade.

Aktiv medverkan i sociala medier kan göras på olika sätt. Dels kan man vara en aktiv part genom att ha egna sidor, bloggar och twitterflöden, dels kan man vara aktiv genom att delta i andras kanaler. Att vara aktiv i sociala medier kan kräva att organisationen redan har resurser avsatta för omvärldsbevakning. Liksom för en övning i omvärldsbevakning är det bra att fundera på målet för övningen: är det att lära sig att uttrycka sig på rätt sätt på Twitter/Facebook, eller är det att lära sig fånga upp trådar och svara på kommentarer, eller är det att lära sig hantera sociala medier på en mer praktisk/teknisk nivå? En bra utgångspunkt är dock ett gemensamt scenario att diskutera kring. I stora drag ser ett sådant scenario ut som exemplet för omvärldsbevakning. En skillnad är dock att det blir viktigare att skriva in tydliga inspel för att scenariodiskussionen ska bli mer konkret.

Exempel på frågor till övande

- Hur skulle du/ni hantera information till allmänheten?

- Ska ni svara på Twitterinlägget i det första inspelet?
- Vilken information (till exempel om toxologiska provtagningar, information om kemikalier osv.) ska publiceras på hemsidan respektive eventuell Facebooksida?
- Hur ska informationen hållas uppdaterad? (utses någon ansvarig görs roterande schema för regelbunden uppdatering?)
- Ska du/ni publicera ytterligare information på er hemsida?
- Hur kan sociala medier bli en konkret integrerad del av arbetet med kommunikationsstrategier?
- Hur bemöts eventuell ryktesspridning eller felaktigheter på Twitter/Facebook?

5.2.3 Att öva integrerad ansats

Medverkan i sociala medier ger möjligheter att samordna information, dels internt mellan sina egna informations- och kommunikationskanaler, dels externt i samverkan med andra myndigheter och organisationer. Detta kan dock kräva att det finns en på förhand given strategi för hur arbetet med den här typen av koordinering ska se ut, eller hur en strategi för hur man ska använda de olika kommunikationskanalerna ska användas.

Exempel på frågor att fokusera på under övningen

- Vilka organisationer/myndigheter bör vi koordinera informationen med?
 - Ska eventuellt svar på Twitterfrågor koordineras och därefter publiceras via andra organisationer?
 - Ska länkar till en organisation som sköter provtagning av vattnet publiceras, eller ska informationen enbart gå via den organisationens kanaler?
- Vilka kanaler ska vi använda för detta ändamål?
 - Ska koordinering ske via direkt kommunikation, exempelvis telefonkontakter eller
 - Ska koordinering ske indirekt, via någon som utses att följa uppdateringar på exempelvis Krisinformation.se, eller via andra berörda organisationer?

- Ska vi ha särskilda strategier för vissa målgrupper?
 - Ska riktad information gå ut via exempelvis kennelklubbar till hundägare?
 - Via förskolor/skolor till föräldrar?

Vid övning av sociala medier – tänk på följande:

- Avgränsningar och fokusering:
 - Ha en tydlig målbild för övningen och sociala medier.
 - Plocka ut relevanta frågeställningar och utveckla dem.
- Kompetens, förkunskaper och förväntningar
 - Utbilda alla i organisationen och sociala medier och de riktlinjer som finns.
 - Uppmuntra och ge exempel på aktiv medverkan i sociala medier till vardags.
 - Informera övande om verktygen och möjligheterna i förväg.
- Tekniken
 - Anpassa den efter behoven och fokus i övningen.
 - Vid seminarieövning – lägg fokus på konkreta inspel och frågor.
- Scenarioarbetet
 - Ha med sociala medier i planeringen.
 - Utnyttja sociala medier som motor för att generera inspel och föra handlingen framåt.
- Resurser (tid och personal)
 - Se till att det finns tid för utvecklingen av eventuella verktyg och scenario.
 - Se till att det finns tid för utvärdering och uppföljning.
 - Rätt kompetens på rätt plats – ta hjälp av personer inom organisationen som har erfarenhet av sociala medier, eller erfarenhet av verkliga händelser/incidenter där sociala medier har påverkat utvecklingen.

5.3 Sammanfattning

Diskussionerna under utvärderingen av hur sociala medier användes under SAMÖ-KKÖ 2011 visar tydligt att sociala medier är en del av medieflödet i dagens samhälle. Det är en så pass integrerad del att realismen uteblir om inte denna del finns med i myndighetens eller organisationens kriskommunikation. Övningen visade också att genom att ha med sociala medier som komponent, gjordes den betydligt mer realistisk än om de inte varit med. Nedan ges en kort sammanfattning av både positiva erfarenheter samt utmaningar och krav:

- Informera tydligt:
 - När och hur avser man att använda sociala medier och andra kanaler för att sätta förväntningar på rätt nivå och hänvisa rätt? Ett exempel är att det kan vara bra att vara tydlig med hur man tänker uppdatera informationen. Man kan via sin hemsida eller Facebooksida informera om att man svarar på frågor mellan vissa tider. Detta görs av bland andra SSM på deras sida för frågor gällande olyckan i Fukushima.⁴¹
- Informationen måste vara snabb, korrekt och uppdaterad:
 - Det krävs att frågor som gäller informationens varaktighet och kvalitet uppmärksammas i mycket högre grad. Man kan tydligt informera om att till exempel uppmätta värden är preliminära och kan komma att ändras när ytterligare mätningar utförts. Felaktig information kan spridas fort och även korrekt information kan användas på fel sätt.
- Egen medverkan måste förberedas:
 - Precis som vid skarpa händelser är det en utmaning att bedriva effektiv kriskommunikation i sociala medier om detta inte har planerats för och förberetts. Det är svårt att hitta "guld-kornen" i den enorma informationsmängd som finns. Omvärldsbevakning i sociala medier kräver därför mycket resurser, och det är inte alltid man uppnår önskat resultat.
- Jobba systematiskt (fusion av de första tre punkterna).
- Tänk innovativt!
 - Genom att utnyttja de sociala mediernas egenskaper kan man nå ut med information genom ett aktivt uppdateringsarbete.

41. Strålsäkerhetsmyndigheten (2011). Strålsäkerhetsmyndigheten följer händelserna i Japan [facebook sida]. Hämtad 2011-08-23 från <https://www.facebook.com/stralsakerhetsmyndighetenjapan>

På en hemsida blir aktiva besökare uppdaterade, på Facebook eller Twitter kan en organisation publicera information till många passiva ”följare”/inloggade användare. På detta sätt kan sociala medier ses som ett hjälpmedel för att kompensera brister eller begränsningar som kan finnas i andra medier.

Sammanfattningsvis har SAMÖ-KKÖ 2011 tydliggjort att om man bortser helt från sociala medier i övningar av den här typen, bör man vara medveten om att det kan påverka realismen, i och med att en numera etablerad kommunikationsväg till både medier och myndigheter/organisationer då saknas. Oavsett om man har tid och resurser att öva sociala medier så utgör de en del av det nya medielandskapet och kommer att påverka en händelseutveckling. Detta gäller oavsett om man har övat på det eller ej. Övningsexemplet i föregående avsnitt visar att det går att öva hantering av sociala medier på ett enkelt och begränsat sätt, där man bara behöver avsätta några timmar för diskussion och reflektion. Det är dock viktigt att komma ihåg att kommunikation i sociala medier inte är en uppgift enbart för presstalespersonen eller kommunikatören, utan för hela organisationen.

Referenser

Referenser

E-delegationen (2011). Riktlinjer för sociala medier - Riktlinjer för myndigheters användning av sociala medier. Hämtad 2011-06-09 från <http://www.edelegationen.se/sida/riktlinjer-for-sociala-medier>

E-delegationen (2011). E-delegationen och sociala medier. Hämtad 2011-06-09 från <http://www.edelegationen.se/sida/e-delegationen-och-sociala-medier>

Jansson, M. (2011). Svar på frågor från Katrineholms kuriren – Granskning av sociala medier [blogginlägg, 2011-02-10]. Hämtad 2011-08-03 från <http://kommunchef.com/2011/02/svar-pa-fragor-fran-katrineholms-kuriren-%E2%80%93-granskning-av-sociala-medier/>

Jordbruksverket (2011). Vägledning för sociala medier. Jönköping: Jordbruksverket.

Krisinformation.se (2010). Krisinformation.se i sociala medier. Hämtad 2011-08-10 från http://www.krisinformation.se/web/Pages/Page___31339.aspx

Landstinget i Kalmar län (2011). Regel: Sociala medier. Kalmar: Landstinget i Kalmar län.

Livsmedelsverket. (2010). Policy för sociala medier. Uppsala: Livsmedelsverket.

Länsstyrelsen i Stockholms län (2011). Länsstyrelsen i Stockholms län: Riktlinjer för sociala medier (dnr 100-11722-2011). Stockholm: Länsstyrelsen i Stockholms län.

Oskarshamns kommun (2011). Riktlinjer för sociala medier i Oskarshamns kommun. Oskarshamn: Oskarshamns kommun.

Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (2009). Öva krishantering: Handbok i att planera, genomföra och återkoppla

övningar (publ.nr MSB 0063-09). Stockholm: Myndigheten för samhällsskydd och beredskap.

Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (2010). Utvärdering av övningar (publ.nr MSB 0175-10). Stockholm: Myndigheten för samhällsskydd och beredskap.

Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (2010). Övningsbestämmelser SAMÖ-KKÖ 2011 (dnr 2009-10320). Stockholm: Myndigheten för samhällsskydd och beredskap.

Socialstyrelsen (2011). Myndigheter gör vaccinkampanj på Facebook. Hämtad 2011-08-30 från <http://www.socialstyrelsen.se/pressrum/nyhetsarkiv/vaccinkampanj>

Strålsäkerhetsmyndigheten (2011). Strålsäkerhetsmyndigheten följer händelserna i Japan [facebook sida]. Hämtad 2011-08-23 från <https://www.facebook.com/stralsakerhetsmyndighetenjapan>

Sundén, S. (2010). Facebook Sverige 2010 – 1,2 miljoner nya medlemmar på 10 månader [blogginlägg, 2010-03-17]. Hämtad 2011-08-02 från <http://www.joinsimon.se/facebook-sverige-2010/>

Sveriges Kommuner och Landsting (2011). Sociala medier och handlingsoffentligheten. Hämtad 2011-08-10 från http://www.skl.se/vi_arbetar_med/juridik/artiklar/sociala_medier

Tamura, Y., & Fukuda, K. (2011). Earthquake in Japan. *The Lancet*, 377(9778), 1552.

Trafikverket (2011). Trafikverkets närvaro i sociala medier (dnr TDOK 2011:156, v 1.0). Borlänge: Trafikverket.

