

JMG

Examensarbete i medie- och
kommunikationsvetenskap

2011-05-30

Institutionen för journalistik,
medier och kommunikation
www.jmg.gu.se

Kriskommunikation i ett digitalt samhälle

Om myndigheters förhållningssätt till sociala medier i samband med kriskommunikation

Författare: Susanna Åkeräng
Handledare: Marie Grusell
Kursansvarig: Ingela Wadbring



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Ett stort

TACK!

...till min handledare Marie Grusell för alla goda råd och uppmuntran längs vägen.

...till uppdragsgivarna Tomas A. Odén och Marina Gherseti på Opti-Alert för Ert engagemang och svar på alla mina frågor och funderingar kring uppdraget.

...till Urban Wigert och Lena Hult på Jordbruksverket,

...till Annika Braide och Charlotta Källerfelt på Länsstyrelsen i Västra Götalands län,

...till Tina Persson och Linus Theorin på Miljöförvaltningen Göteborgs stad,

...till Mia Dahlström på Räddningstjänsten Storgöteborg samt

...till Fredrik Linde på Sveriges meteorologiska och hydrologiska institut

för att Ni tog Er tid och ställde upp på intervjuer – utan Er hjälpsamhet hade studien inte varit möjlig att genomföra. Ett stort tack till Er alla!

Borås den 30 maj 2011

Susanna Åkeräng

susanna.akerang@hotmail.com

Abstract

Titel:

Kriskommunikation i ett digitalt samhälle
Om myndigheters förhållningssätt till sociala medier i samband med kriskommunikation

Författare:

Susanna Åkeräng

Uppdragsgivare:

Opti-Alert

Kurs:

Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap

Termin:

Vårterminen 2011

Handledare:

Marie Grusell

Sidantal:

40 sidor (cirka 16 300 ord)

Syfte:

Syftet med studien är att belysa hur svenska myndigheter förhåller sig till sociala medier i samband med kriskommunikation

Metod:

Kvalitativa intervjuer

Material:

Åtta stycken kvalitativa intervjuer med informanter från fem olika svenska myndigheter

Huvudresultat:

Resultatet visar att de undersökta myndigheterna är medvetna om att de måste förhålla sig till sociala medier. De upplever inte att de har ett direkt behov av de nya medierna, men ser flera möjligheter med dem. Omvärldsbevakning uppges vara den största möjligheten, men även att kunna sprida information och länka vidare till den egna webbplatsen genom de sociala medierna. Den främsta svårigheten som myndigheterna upplever med sociala medier är att de är mycket resurskrävande. Jordbruksverket och Sveriges meteorologiska och hydrologiska institut är de som har kommit längst i sitt arbete med sociala medier, medan Länsstyrelsen i Västra Götalands län, Miljöförvaltningen Göteborgs stad samt Räddningstjänsten Storgöteborg inte är aktiva inom några sociala medier ännu. Myndigheterna anser att de får använda de kanaler som står till buds i en krissituation och har så här långt lite respektive ingen erfarenhet av att använda sociala medier i samband med kriskommunikation.

Nyckelord:

Kriskommunikation, strategisk kommunikation, sociala medier, svenska myndigheter

Executive summary

Denna kandidatuppsats handlar om svenska myndigheters kriskommunikation i dagens digitala samhälle. Syftet med studien är *att belysa hur svenska myndigheter förhåller sig till sociala medier i samband med kriskommunikation*. De frågeställningar som besvarats genom studien är:

- *Vilken inställning har myndigheterna till sociala medier som kanal för kriskommunikation?*
- *Vilka behov uppfattar myndigheterna att de har av sociala medier?*
- *Hur arbetar myndigheterna strategiskt med sociala medier i sin kriskommunikation?*

För att besvara frågeställningarna genomfördes åtta kvalitativa intervjuer med informatörer och experter från fem svenska krishanterande myndigheter. Urvalet av myndigheter gjordes utifrån fyra tänkta krissituationer med olika grad av allvar och av hastighet i utvecklingsförloppet. De myndigheter som ingår i studien är Jordbruksverket, Länsstyrelsen i Västra Götalands län, Miljöförvaltningen Göteborgs stad, Räddningstjänsten Storgöteborg samt Sveriges meteorologiska och hydrologiska institut (SMHI). Intervjuerna genomfördes på myndigheterna, efter en intervjuguide konstruerad utifrån studiens tre frågeställningar. Alla intervjuerna spelades in och transkriberades för att öka studiens reliabilitet.

Resultatet visar att de undersökta myndigheterna är medvetna om att de måste förhålla sig till sociala medier, men att flertalet av dem inte har kommit särskilt långt i sitt eget arbete med de nya medierna. Myndigheterna vill inte göra en värdering av om sociala medier har påverkat deras kommunikationsarbete positivt eller negativt, utan konstaterar bara att det är någonting som påverkar dem och någonting nytt att förhålla sig till. Hur lämpliga sociala medier är som kanal för kriskommunikation kan myndigheterna i dagsläget inte uttala sig om, eftersom de befinner sig i startgroparna för sitt arbete med de nya medierna. De har dock inställningen att sociala medier innebär en ny möjlighet att kommunicera snabbt och direkt med allmänheten, vilket är en stor fördel i kriskommunikationssammanhang.

Jordbruksverket och SMHI är de myndigheter som har kommit längst i sitt arbete med sociala medier och de har en stor tillit till sig själva i uppgiften. Samma trygghet finns hos Räddningstjänsten Storgöteborg, trots att de inte har börjat använda de nya medierna ännu. På Miljöförvaltningen Göteborgs stad och Länsstyrelsen i Västra Götalands län har man en avvaktande inställning till sociala medier. Osäkerhet och brist på erfarenhet uppges vara två av anledningarna, liksom bristande kompetens och resurser. Samtliga undersökta myndigheter anser att de största svårigheterna med att hantera de sociala medierna är just brist på resurser och i många fall även bristande kompetens. De upplever att det är mycket resurskrävande att vara aktiv på de sociala medierna och bevaka dem, något som flertalet av myndigheterna idag inte har medel till. De undersökta myndigheterna anser sig inte ha ett uttalat behov av sociala medier, men ser flera fördelar och möjligheter med att använda de nya medierna.

Omvärldsbevakning pekas ut som den största fördelen, med motiveringen att sociala medier ger myndigheterna möjligheten att få tillgång till allmänhetens frågeställningar och åsikter. Ytterligare en fördel med sociala medier anser myndigheterna vara att de får en direktkanal till allmänheten, utan att behöva gå via de traditionella massmedierna. Resultatet visar dock att myndigheterna har en stor tilltro till massmedierna och att de anser att det är ett effektivt sätt att nå de breda massorna.

Gemensamt för alla myndigheterna är att de inte har använt sociala medier i sin kriskommunikation i någon större utsträckning. Detta faktum innebär att myndigheterna inte har något tydligt förhållningssätt till sociala medier i samband med kriskommunikation.

Resultatet som framkom i denna studie går i linje med den tidigare forskningen som pekar på att svenska myndigheter behöver utveckla sina kommunikationsplaner vad det gäller strategier för sociala medier¹. Genom den nya kommunikationsteknologin behöver inte myndigheterna längre ta omvägen via de traditionella massmedierna, utan kan nu kommunicera direkt med allmänheten². Trots de nya möjligheterna har få svenska myndigheter utarbetat en strategi för användning av sociala medier³. Denna studie ger en fördjupad förståelse för hur myndigheterna resonerar kring och förhåller sig till sociala medier i samband med kriskommunikation.

Uppsatsen är skriven på uppdrag av det europeiska forskningsprojektet Opti-Alert. Syftet med projektet är att skapa ett effektivare system för kriskommunikation i Europa genom personligt och kulturellt anpassad flerkanalskommunikation. Mitt uppdrag var att undersöka hur svenska krishanterande myndigheter förhåller sig till sociala medier i samband med kriskommunikation, vilket ger Opti-Alert en bredare kunskapsbas att utgå ifrån när de utvecklar sitt kriskommunikationssystem.

¹ Rapporten *Influenza A(H1N1) 2009 2011*

² Eriksson 2009

³ Rapporten *Hur används sociala medier av informationschefer inom staten?* 2009

Innehållsförteckning

Ett stort tack.....	1
Abstract.....	2
Executive summary.....	3
1. KRISKOMMUNIKATION I ETT DIGITALT SAMHÄLLE.....	6
1.1 Studiens syfte och frågeställningar.....	7
1.2 Uppdraget.....	7
2. DE FÖRÄNDRADE VILLKOREN FÖR KRISKOMMUNIKATION.....	8
2.1 Vad är kriskommunikation?.....	8
2.2 Kriskommunikation i förändring.....	10
2.3 Kriskommunikation via sociala medier.....	12
2.3.1 Vad är sociala medier?.....	12
2.3.2 Sociala medier, kriskommunikation och myndigheter.....	12
2.4 Strategisk kommunikation.....	13
2.4.1 Framgångsrik kriskommunikation.....	14
2.5 Sammanfattning.....	14
3. METOD.....	15
3.1 Metodval: kvalitativ intervju.....	15
3.2 Urval.....	15
3.2.1 Urval av tänkta kriser och myndigheter.....	15
3.2.2 Urval av informanter.....	16
3.3 Genomförande av undersökningen.....	17
3.3.1 Förberedelse inför intervjuerna.....	17
3.3.2 Intervjusituationen.....	17
3.3.3 Efter intervjuerna.....	18
3.4 Studiens validitet och reliabilitet.....	18
4. MYNDIGHETERNA I FOKUS.....	19
4.1 Presentation av myndigheterna och informanterna.....	19
5. RESULTAT OCH ANALYS.....	21
5.1 Myndigheternas inställning till sociala medier.....	21
5.2 Myndigheternas behov av sociala medier.....	26
5.3 Myndigheternas arbete med sociala medier.....	28
6. SLUTSATS.....	31
6.1 Vilken inställning har myndigheterna till sociala medier som kanal för kriskommunikation?.....	31
6.2 Vilka behov uppfattar myndigheterna att de har av sociala medier?.....	31
6.3 Hur arbetar myndigheterna strategiskt med sociala medier i sin kriskommunikation?.....	32
6.4 Övriga slutsatser.....	32
7. DISKUSSION OCH REKOMMENDATIONER.....	33
7.1 Diskussion.....	33
7.2 Rekommendationer till myndigheterna.....	34
7.3 Förslag på vidare forskning.....	35
Referenslista.....	36
Bilaga 1: Intervjuguide.....	38
Bilaga 2: Missivbrev.....	39

1. Kriskommunikation i ett digitalt samhälle

På morgonen fredagen den 11 mars 2011 inträffade ett antal kraftiga jordskalv utanför Japans östkust. Det kraftigaste av dem uppmättes till 9,0 på richterskalan och ledde till en tsunami som orsakade förödande skador. De närmast belägna kärnkraftverken stoppades, men ett utav dem, Fukushima, fick problem med kylningssystemet på grund av att strömförsörjningen slogs ut. Under de närmst följande dagarna skedde ett antal explosioner och bränder på kärnkraftverket, vilka orsakade stora utsläpp av radioaktiva ämnen. Olyckan på Fukushima klassas som en sju på den internationella INES-skala, vilket är den högsta nivån. Nyheten om jordskalven och tsunamin publicerades på de svenska myndigheternas gemensamma guide till krisinformation på internet, Krisinformation.se, klockan 07.15 på fredagsmorgonen, 29 minuter efter att händelsen hade inträffat. Ytterligare fyra nyheter publicerades under dagen, för att hålla svenskarna uppdaterade på situationen i Japan. Allt eftersom krisen eskalerade fylldes Krisinformation.se med information och fakta samt hänvisningar till vilka svenska myndigheter som har ansvar för olika områden av krishantering. Tidigt informerades man om att det inte fanns någon risk för att människor eller miljö i Sverige skulle utsättas för skadliga nivåer av radioaktiv strålning⁴. Även om krisen inte berörde svenskarna rent hälsomässigt, visade allmänheten ett stort intresse för situationen i Japan. Några dagar in i krisen, den 15 mars, hade Krisinformation.se 8842 besök, i jämförelse med ungefär 1000 besök en vanlig dag i lugnt läge⁵.

I samband med en kris, även om den sker på andra sidan jorden, är behovet av information stort hos allmänheten. Det är de svenska myndigheternas ansvar att skydda allmänheten och samhället, bland annat genom att tillhandahålla snabb och tillförlitlig information. Sedan masskommunikationssamhällets framväxt är det främst genom tv, radio, och dagspress som denna information har förmedlats. Genom redaktörer och gatekeepers har således massmedierna haft inverkan på, och makt över, hur kriser framställs för allmänheten⁶. I många fall har de ansvariga myndigheterna endast fungerat som källa till den berättelse som medierna skapar och förmedlar till allmänheten⁷. Emellertid gör dagens kommunikationsteknologi, med webb 2.0 och sociala medier i spetsen, att massmedierna inte längre har samma inverkan över krisbilden. De nya kommunikationsverktygen innebär nya villkor för myndigheterna, som nu har möjligheten att ge sin egen bild av krisen direkt till allmänheten, utan att ta omvägen via massmedier. Det innebär även att allmänheten kan uttrycka sina tankar om krisen och förmedla sitt ofiltrerade budskap, genom alternativa informationskanaler som exempelvis bloggar. Sociala medier kan således fungera som en viktig knutpunkt för snabb, problemlösande spridning av saklig information vid kriser, men kan även få kriser att accelerera genom exempelvis ryktesspridning⁸.

Användningen av sociala medier har blivit allt mer omfattande i Sverige under de senaste åren och det är främst för unga människor som sociala medier har en stor betydelse för informationshämtning. Genom de nya kanalerna har myndigheterna nu en möjlighet att nå stora delar av Sveriges yngre befolkning, som varit svåra att nå genom de traditionella massmedierna och myndigheternas informationssidor på internet⁹. En rapport från Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) och Socialstyrelsen visar att de krishanterande myndigheterna behöver utveckla sina kommunikationsplaner när det gäller

⁴ Krisinformation.se

⁵ Johan Wikström, teknisk webbredaktör för Krisinformation.se

⁶ Eriksson 2009

⁷ Karlsson 2008

⁸ Eriksson 2009

⁹ Ibid.

strategier för sociala medier¹⁰. I en studie om myndigheters medvetenhet om och användning av sociala medier framkom att endast 5 procent av de undersökta myndigheterna hade en utarbetad strategi eller policy för användning av sociala medier¹¹. Likväl visar tidigare forskning att de svenska myndigheterna tror att sociala medier kommer att bli ännu viktigare i framtiden¹²: Det är därför intressant att undersöka hur myndigheterna förhåller sig till sociala medier i samband med kriskommunikation.

1.1 Studiens syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att *belysa hur svenska myndigheter förhåller sig till sociala medier i samband med kriskommunikation.*

Jag ämnar uppnå syftet genom att besvara följande tre frågeställningar:

- *Vilken inställning har myndigheterna till sociala medier som kanal för kriskommunikation?*
- *Vilka behov uppfattar myndigheterna att de har av sociala medier?*
- *Hur arbetar myndigheterna strategiskt med sociala medier i sin kriskommunikation?*

1.2 Uppdraget

Denna kandidatuppsats är skriven på uppdrag av det europeiska forskningsprojektet Opti-Alert. Syftet med projektet är att skapa ett effektivare system för kriskommunikation genom personligt och kulturellt anpassad flerkanalskommunikation. Opti-Alerts mål är att systemet ska kunna anpassas efter olika kommunikationsstrategier som är specifika för olika typer av kriser och katastrofer. Forskningsprojektet involverar forskare från ett antal europeiska länder och är finansierat av Europeiska unionen¹³. Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) vid Göteborgs universitet är en av huvudaktörerna i forskningsprojektet och vill nu ha hjälp med att undersöka hur svenska krishanterande myndigheter förhåller sig till sociala medier i samband med kriskommunikation. Att få en ökad förståelse för detta ger Opti-Alert en bredare kunskapsbas att utgå ifrån när de utvecklar sitt system för kriskommunikation i Europa. I dagsläget finns det inte någon aktuell kvalitativ forskning som ur ett sändarperspektiv belyser hur svenska myndigheter förhåller sig till sociala medier i samband med kriskommunikation.

¹⁰ Rapporten *Influenza A(H1N1) 2009 2011*

¹¹ Rapporten *Hur används sociala medier av informationschefer inom staten?* 2009

¹² Ghersetti & Odén 2010

¹³ Opti-Alert

2. De förändrade villkoren för kriskommunikation

I detta kapitel redogörs för studiens teoretiska utgångspunkter. Inledningsvis definieras begreppen kriskommunikation och krishantering. Därefter följer en beskrivning av de förändrade villkoren för kriskommunikation samt av betydelsen av sociala medier och strategier i samband med kriskommunikation.

2.1 Vad är kriskommunikation?

Denna studie handlar om kriskommunikation, alltså kommunikation i samband med kriser. För att kunna definiera begreppet kriskommunikation närmare är det nödvändigt att först definiera de åtskilda begreppen *kris* och *kommunikation*.

Kris

En kris är per definition en extraordinär händelse som ytterst utmärks av hot, osäkerhet och en stark tidspress¹⁴. En mer detaljerad beskrivning av begreppet ges av Mitroff m.fl. (1996) som menar att en kris är 1) lätt att uppmärksamma, 2) kräver omedelbar uppmärksamhet, 3) innehåller överraskningsmoment, 4) kräver någon form av agerande samt 5) står utanför myndigheternas kontroll. En kris är följaktligen inte endast en extraordinär situation, utan handlar även om agerande, valmöjligheter och viktiga beslut¹⁵. Den precisering av begreppet kris som denna studie utgår från är den som Flodin (1993) har formulerat:

*”En kris innebär att något avviker från det normala, uppstår relativt hastigt, har betydelse för samhället, hotar grundläggande värden och kräver snabba åtgärder.”*¹⁶

Definitionen är dock inte fullkomlig eftersom den inte tar hänsyn till att det finns kriser som har ett långsamt förlopp och således inte uppstår hastigt eller nödvändigtvis kräver snabba åtgärder. Coombs (1999) menar att kriser inte inträffar plötsligt, utan växer och utvecklas sakta¹⁷. I denna studie ses både extraordinära händelser med snabbt och långsamt förlopp som kriser. En kris med långsamt förlopp kan exempelvis vara en pandemi eller luftföroreningar.

Det är vanligt att dela in kriser i olika kategorier. Rosenthal och Kouzmin (1997) skiljer mellan naturliga kriser (exempelvis naturkatastrofer) och teknologiska kriser (exempelvis kärnkraftsolycka). En annan indelning är den som Ulmer m.fl. (2007) gör mellan icke-avsiktliga kriser (exempelvis naturkatastrofer) och avsiktliga kriser (exempelvis terrorattentat). Lagadec (2006) menar att kriser inte längre är endimensionella, utan är komplexa med flera bakomliggande faktorer, varför det kan vara svårt att göra indelningar på ovan nämnda vis¹⁸. Denna studie utgår ifrån Ghersetti och Odéns (2010) grundläggande inledning av kriser. Parametrarna krisens allvar och krisens hastighet ger fyra olika typer av kriser; allvarlig kris med snabbt respektive långsamt förlopp samt mindre allvarlig kris med snabbt respektive långsamt förlopp¹⁹.

Ett närliggande begrepp till kris är risk, som kan sägas vara steget före en kris. Det är problematiskt att dela in en kris i olika faser, ändå är det vanligt att man gör en sådan indelning inom kriskommunikationsforskningen. I verkligheten utvecklas inte kriser genom fasta steg, utan är snarare en flytande process²⁰. Denna studie utgår endast ifrån den mest grundläggande inledningen före, under och efter en kris.

¹⁴ Boin et al. 2005

¹⁵ Eriksson 2009

¹⁶ Flodin 1993:9

¹⁷ Falkheimer & Heide 2009

¹⁸ Eriksson 2009

¹⁹ Ghersetti & Odén 2010

²⁰ Falkheimer & Heide 2009

Kommunikation

Kommunikation är centralt i samband med krishantering²¹, då behovet av information ökar kraftigt när en kris inträffar²². I många fall är det kommunikation som får kriser att uppstå, eskalera och slutligen avta²³. Carey (1988) definierar två olika sätt att se på kommunikation; transmissionssynen och den meningsskapande synen. I transmissionssynen likställs kommunikation med överföring av information. Information flyttas från en sändare till en mottagare och processen ses som lyckad när mottagaren har fått budskapet utan att innehållet har förändrats under överföringen²⁴. Kommunikation fungerar på så vis som ett verktyg för att sprida information²⁵. Transmissionssynen uppfattas ofta som en förenklad och föråldrad syn på kommunikation²⁶. I den meningsskapande synen ses kommunikation som något heligt som förenar människor och skapar en gemenskap²⁷. Kommunikation får då betydelsen att dela, meddela, förena och göra gemensamt, med målet att bygga relationer och skapa förståelse²⁸. Utgångspunkten i den meningsskapande synen är att språket och kommunikationen skapar vår förståelse av verkligheten²⁹.

Den linjära transmissionssynen på kommunikation har varit den givna när syftet är att snabbt sprida information till en större grupp människor³⁰ och är den syn som forskningen kring kriskommunikation traditionellt har utgått ifrån³¹. Emellertid skapar nya kommunikationsteknologiska lösningar som sociala medier en möjlighet till situationsbundet meningsskapande, multipla publiker/aktörer/relationer samt varierande budskap i kriskommunikationen. Eriksson (2009) menar att myndigheternas ambition med dagens kriskommunikation inte bara handlar om att hitta en snabb form för informationsspridning, utan även en fördjupad dialog och interaktion direkt med allmänheten i krissituationer³².

Kriskommunikation

Kriskommunikation är, som tidigare nämnts, kommunikation i samband med kriser³³. Begreppet definieras ofta med inspiration från National Research Councils klassiska definition av riskkommunikation från 1989³⁴. Eriksson (2009) föreslår följande variant med ett uttalat kommunikationsperspektiv:

*”Kriskommunikation innebär en interaktiv process av utbyte av information och opinioner under pressade tidsförlopp mellan individer, grupper och organisationer (exempelvis medborgare, medier, myndigheter och företag), ofta ingripande multipla budskap avseende för de inblandade hot och överraskande moment.”*³⁵

Utöver verifierad och saklig information från myndigheter och organisationer innefattar kriskommunikation även interpersonell kommunikation där ryktesspridning kan uppstå³⁶.

²¹ Eriksson 2009

²² Ludin & Nohrstedt 1995

²³ Eriksson 2009

²⁴ Falkheimer & Heide 2007

²⁵ Eriksson 2009

²⁶ Heide et al. 2005

²⁷ Falkheimer & Heide 2007

²⁸ Falkheimer & Heide 2008

²⁹ Heide et al. 2005

³⁰ Falkheimer & Heide 2008

³¹ Karlsson 2008

³² Eriksson 2009

³³ Falkheimer et al. 2007

³⁴ Se National Research Council (1989) *Improving Risk Communication*

³⁵ Eriksson 2009:38 | Jämför med Flodin 1993

³⁶ Eriksson 2009

Krishantering

Kriskommunikation är en del av krishantering. Begreppet krishantering kan infatta mycket, men i denna studie syftar krishantering till myndigheternas agerande vid en kris. Larsson (2008) definierar krishantering som ”hur organisationer sköter – och bör sköta – kriser som kan uppstå”³⁷. Arbetet med krishantering kan delas in i olika faser. Flodin (1993) benämner dessa förebyggande fas, förberedande fas, akut fas samt återhämtningsfas. Han menar att krishanteringsarbetet skall ses som ”ett cykliskt förlopp där erfarenheter från en händelse återförs till de förebyggande och förberedande faserna och sedan implementeras vid nästa händelse, vilken i sin tur ger upphov till nya erfarenheter”³⁸. I den förebyggande fasen handlar det om att minimera risken för kriser, medan det i den förberedande fasen handlar om att förbereda inför den närmande krisen. Själva krisen och den första tiden av dess verkan kallas för akutfasen. Återhämtningsfasen handlar om att få igång samhällslivet igen efter krisen. Falkheimer m.fl. (2009) nämner även en femte fas, lärofasen, som innebär att systematiskt och långsiktigt ta till vara på de erfarenheter krishanteringsarbetet har gett³⁹.

Svensk krishantering bygger på samverkan, såväl mellan olika myndigheter och kommuner, som mellan företag och frivilligorganisationer. Även samverkan människor emellan är grundläggande för framgångsrik krishantering. Det svenska krishanteringssystemet har tre grundprinciper; ansvarsprincipen, likhetsprincipen samt närhetsprincipen. Ansvarsprincipen innebär att den som har ansvar för en verksamhet under normala förhållanden även har ansvaret under krissituationer. Verksamhetens organisation och lokalisering ska så långt som det är möjligt överrensstämma i fred, kris och krig, enligt likhetsprincipen. Med närhetsprincipen menas att kriser ska hanteras där de inträffar, av de som är närmast berörda och ansvariga. Utöver de tre grundprinciperna för krishanteringssystemet gäller även så kallat sektorsansvar och geografiskt områdesansvar. Sektorsansvaret innebär att alla myndigheter och organisationer inom ett verksamhetsområde har ansvar inom sitt område vid en kris. Det geografiska områdesansvaret innebär att de olika sektorernas arbete inom varje geografiskt område ska samordnas. De som är geografiskt områdesansvariga är kommunerna, länsstyrelserna och regeringen⁴⁰.

2.2 Kriskommunikation i förändring

Den kommunikationstekniska utvecklingen påverkar hur en kris uppstår, kommuniceras och upplevs och förändrar därmed förutsättningarna för kriskommunikation. Idag har kommunikation inte längre enbart en hierarkisk uppbyggnad där en aktör kommunicerar med massorna, utan bygger även på kommunikation från person till person, från nätverk till nätverk⁴¹. I samband med hot och kriser är myndigheter, medier och allmänheten de tre huvudaktörerna i kommunikationsprocessen⁴². Historiskt sett har massmedierna haft en viktig funktion att rapportera om kriser⁴³ och en central roll för att allmänheten ska få kännedom om en krissituation. I många fall har de ansvariga myndigheterna endast fungerat som en källa till den berättelse som medierna skapar och förmedlar till allmänheten. Genom redaktörer och gatekeepers har massmedierna således haft inverkan på, och makt över, hur kriser framställs för allmänheten. Likaså har bilden av myndigheternas krishantering förmedlats och styrts av massmedierna⁴⁴.

³⁷ Larsson 2008:289

³⁸ Flodin 1993:15

³⁹ Falkheimer et al. 2007

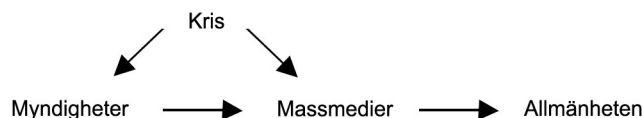
⁴⁰ Krisinformation.se

⁴¹ Eriksson 2009

⁴² Gherseti & Odén 2010

⁴³ Lundin & Nohrstedt 1995

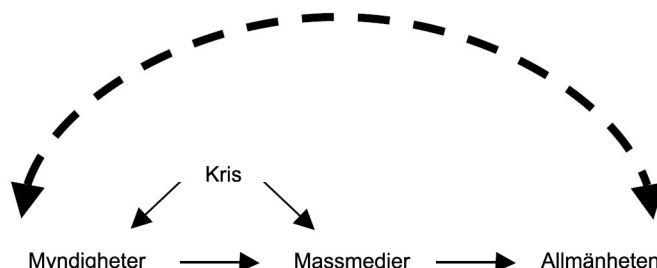
⁴⁴ Eriksson 2009



Figur 1 Illustration över massmediernas historiskt centrala roll som gatekeeper för att allmänheten ska få kännedom om en kris samt på vilka premisser myndigheternas krishantering ska bli utvärderad.

Källa: Karlsson 2008:7 (Författarens omarbetade version)

Under det senaste decenniet har användningen av internet ökat⁴⁵ och klyftorna mellan yngre och äldre internetanvändare har generellt minskat. När det gäller inhämtning av information i krissituationer, däremot, har de digitala klyftorna förstärkts. I samband med kriser ökar användningen av internet, men bara hos de vana användarna, vilka söker mer detaljerad information och alternativa bilder av krisen på internet. De mer ovana användarna söker sig istället till de traditionella massmedierna tv, radio och dagspress. Även om valet av informationskälla i krissituationer skiljer sig mellan olika åldersgrupper, är det tydligt att internet har underminerat massmediernas funktion som gatekeeper⁴⁶. Det innebär att varken myndigheter eller allmänheten längre är tvungna att gå via massmedier för att kommunicera med varandra. Allmänheten har nu möjligheten att söka information direkt hos ansvariga myndigheter samt förmedla sin egen ofiltrerade bild av krisen genom bloggar och andra sociala medier. Undermineringen av mediernas funktion som gatekeeper innebär inte bara att massmediernas makt över krisbilden minskar, utan även att det ställs helt nya krav på myndigheterna. Idag räcker det inte att myndigheterna har beredskap för att möta massmediernas frågor och behov, utan måste även tillgodose allmänhetens behov av information⁴⁷.



Figur 2 Illustration av undermineringen av massmediernas funktion som gatekeeper samt av att allmänheten och myndigheterna i teorin kan kommunicera med varandra utan inblandning av traditionella massmedier.

Källa: Karlsson 2008:9 (Författarens omarbetade version)

För att inte tappa greppet om publiken erbjuder massmedierna nu interaktiva funktioner på sina webbplatser där publiken uppmanas att bidra med sina egna foton, filmer och kommentarer⁴⁸. Interaktiviteten innebär att både myndigheter och allmänheten i teorin har möjlighet att bidra till och kontextualisera de redaktionella nyhetstexterna. De interaktiva inslagen tenderar att öka över tid, vilket innebär att de redaktionella texterna kommer att få allt mindre utrymme på webbsidorna. Den traditionella rollfördelningen där sändaren är aktiv och mottagaren passiv är inte längre självklar⁴⁹.

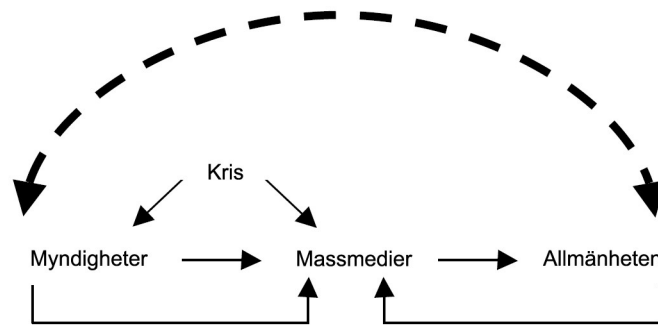
⁴⁵ Nordicom 2010

⁴⁶ Eriksson 2009

⁴⁷ Karlsson 2008

⁴⁸ Eriksson 2009

⁴⁹ Karlsson 2008



Figur 3 Illustration av hur aktörer utanför medieorganisationen med hjälp av interaktiva funktioner tar större utrymme i medierna och underminerar deras tolkningsföreträde.
 Källa: Karlsson 2008:12 (Författarens omarbetade version)

2.3 Kriskommunikation via sociala medier

Sociala medier innebär nya förutsättningar och en ny arena för kriskommunikation. Nedan ges en definition av begreppet sociala medier och en närmare beskrivning av hur sociala medier påverkar myndigheterna och deras kriskommunikation.

2.3.1 Vad är sociala medier?

Sociala medier är ett brett begrepp som syftar till en relativt ny sorts medier online, vilka karaktäriseras av deltagande, öppenhet, konversation, gemenskap samt sammanlänkning till andra webbsidor och personer. Till sociala medier räknas sociala nätverkssidor som Facebook och MySpace, innehållsorienterade sidor som YouTube och Flickr, forum, bloggar, microbloggar, wikis och poddradio⁵⁰. Boyd och Ellison (2007) definierar sociala medier som en tjänst som tillåter individer att 1) skapa en publik eller semi-publik profil inom ett avgränsat system, 2) skapa en lista över andra användare med vilka de har en relation samt 3) betrakta andras och synliggöra sina egna listor med relationer i systemet⁵¹. De sociala medierna sänker barriärerna för social interaktion och möjliggör därför kontakt mellan personer som annars troligen inte hade ägt rum⁵².

Precis som i många andra länder har användningen av sociala medier ökat i Sverige under de senaste åren⁵³. Siffror från 2009 visar att 26 procent av den svenska befolkningen mellan 9-79 år använder sociala medier dagligen. Användningen är störst bland yngre människor, men sprids till en allt bredare publik. Ungdomar i åldrarna 15-24 år är de flitigaste användarna, där hela 64 procent använder sociala medier en vanlig dag⁵⁴.

2.3.2 Sociala medier, kriskommunikation och myndigheter

Tidigare forskning visar att allmänheten i stor utsträckning litar på den information som förmedlas av vanliga medborgare via sociala medier i krissituationer och upplever att informationen är aktuell och tillförlitlig. Dessutom har informationen från medborgare ofta en mer lokal anknytning och är mer uppdaterad, än den som ges från officiella nyhetskällor. De sociala medierna ger också allmänheten nya möjligheter att interagera med varandra både inom och utom de rumsliga gränserna för krisen⁵⁵. Sociala medier kan således fungera som en viktig knutpunkt för snabb, problemlösande spridning av saklig information vid kriser, men kan även få en kris att accelerera genom felaktig information, ryktsespridning och

⁵⁰ Mayfield 2008

⁵¹ Boyd & Ellison 2007

⁵² Ellison et al. 2009

⁵³ Ibid.

⁵⁴ Nordicom: Internetbarometern 2009

⁵⁵ Palen et al. 2009

missförstånd⁵⁶. Kravet på allmänhetens källkritik blir följaktligen större, men även på myndigheternas bevakning av och medverkan på sociala medier, vilket myndigheterna är medvetna om⁵⁷.

När det kommer till kontakt mellan myndigheter och allmänheten förbättrar sociala medier förutsättningarna för tvåvägskommunikation. Genom att vara närvarande i sociala medier kan myndigheterna delta i diskussioner och svara på frågor för att förhindra missförstånd och ryktesspridning⁵⁸. Även genom att kommunicera via egna webbsidor anses myndigheterna få en snabb direktkanal till allmänheten, utan massmediernas inverkan över krisbilden⁵⁹. I Arbetsförmedlingens rapport *Hur används sociala medier av informationschefer inom staten?* från år 2009 framkom att de flesta svenska myndigheter känner till och använder sociala medier i viss utsträckning. Dock saknade drygt 95 procent av myndigheter en utarbetad strategi eller policy för användning av de nya medierna. Studien visade även att myndigheterna i relativt liten utsträckning bevakade vad som skrevs om dem i olika sociala medier. Myndigheterna visade sig vara mycket återhållsamma med sin kommunikation med allmänheten via sociala medier, trots att de tror att det är viktigt att de deltar och att användningen av sociala medier kommer att öka i framtiden⁶⁰. En rapport från Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) och Socialstyrelsen från 2011 visar att de krishanterande myndigheterna behöver utveckla sina kommunikationsplaner när det gäller strategier för sociala medier⁶¹.

2.4 Strategisk kommunikation

För att kommunikation ska vara framgångsrik, oavsett om det är i en krissituation eller inte, krävs utarbetade strategier. En strategi är metodisk planering för att nå övergripande mål. Medan målen anger *vad* man vill uppnå, anger strategin *hur* man på bästa sätt når dit och tacklar eventuella problem längs vägen. Begreppen strategi och planering ligger varandra nära. För att realisera en uttänkt strategi krävs noggrann planering, men även instinkt och intuition. En effektiv strategi innehåller tydliga mål, är flexibel, skapar fokus och motivation samt ligger i linje med medarbetarnas värderingar och omvärldens krav⁶².

Kommunikationsstrategier är en del av det som kallas strategisk kommunikation, ett begrepp som det finns många olika definitioner på. Vid användning av begreppet i denna studie syftar strategisk kommunikation till den övergripande strategiska planeringen, utförandet och utvärderingen av, i detta fall, myndigheters kommunikation. Strategisk kommunikation kan innefatta både intern och extern, formell och informell kommunikation och syftar till att leda mottagarna mot ett gemensamt mål utifrån en plan under givna resurser och förutsättningar⁶³.

⁵⁶ Eriksson 2009

⁵⁷ Rapporten *Influensa A(H1N1) 2009 2011*

⁵⁸ Solis & Breakenridge 2009

⁵⁹ Eriksson 2009

⁶⁰ Rapporten *Hur används sociala medier av informationschefer inom staten?* 2009

⁶¹ Rapporten *Influensa A(H1N1) 2009 2011*

⁶² Larsson 2008

⁶³ Falkheimer & Heide 2007

2.4.1 Framgångsrik kriskommunikation

Myndigheter behöver ha särskilda strategier för kriskommunikation med allmänheten. Det finns ett antal faktorer som påverkar hur framgångsrik kommunikationen blir. Trovärdighet, snabbhet, öppenhet och konsekvens är faktorer som återkommande omnämns i litteraturen om kriskommunikation.

Trovärdighet

De största kommunikativa svårigheterna i samband med kriser har enligt tidigare forskning varit att etablera trovärdighet för myndigheterna. En effektiv strategi har visat sig vara att etablera en relation och kontakt med allmänheten under normala förhållanden. Genom att ha en etablerad kontakt med allmänheten ökar trovärdigheten för myndigheten, vilket bidrar till att allmänhetens respons vid en verklig kris blir mer adekvat⁶⁴.

Snabbhet

I en krissituation är det av största vikt att myndigheterna i ett så tidigt skede som möjligt går ut med tillförlitlig information till allmänheten. Behovet av information ökar i samband med en kris⁶⁵ och om myndigheterna inte tillgodoser det behovet söker allmänheten information på egen hand. I sådana situationer uppstår lätt spekulationer och ryktesspridning vilket kan leda till att det framtida kommunikationsarbetet försvåras⁶⁶.

Öppenhet

Öppenhet handlar om att myndigheten måste vara tillgänglig för allmänheten, genom att delge den information som myndigheten har tillgång till samt genom att svara på frågor. Vidare handlar öppenhet även om att skapa en dialog med allmänheten, att lyssna och vara lyhörd. Tidigare forskning pekar på att det är svårt att göra budskapen förståliga och se till att allmänheten får tag i tillfredsställande information⁶⁷.

Konsekvens

Under en kris bör informationen som sänds till allmänheten upprepas ofta och genom flera olika kanaler. Genom att allmänheten exponeras för samma budskap flera gånger ökar deras förståelse för det som har hänt. Det är även viktigt att budskapen som myndigheterna förmedlar inte är motsägelsefulla på något vis⁶⁸.

2.5 Sammanfattning

Förutsättningarna för kriskommunikation har förändrats under de senaste åren, sedan sociala medier har blivit allt mer utbredd i Sverige. Massmediernas traditionella makt över krisbilden har underminerats och myndigheterna har nu både nya möjligheter och utmaningar när det gäller deras kriskommunikation. För att kunna hantera och utnyttja de nya kanalerna på ett bra sätt gäller det att myndigheterna arbetar strategiskt och medvetet med kommunikation mot allmänheten. I nästa kapitel beskrivs mitt val av metod samt hur studien har genomförts.

⁶⁴ Flodin 1993

⁶⁵ Krisinformation.se

⁶⁶ Eriksson 2009

⁶⁷ Flodin 1993

⁶⁸ Ibid.

3. Metod

I detta kapitel motiveras mitt val av insamlingsmetod samt av kriser, myndigheter och informanter. Vidare beskrivs studiens genomförande och slutligen diskuteras studiens validitet och reliabilitet. I metoddelen har jag främst utgått från *Metodpraktikan* av Esaiasson m.fl. och *Metodbok för medievetenskap* av Østbye m.fl., vilka båda ger goda råd om hur man planerar och genomför en undersökning.

3.1 Metodval: kvalitativ intervju

Det finns flera olika metoder för att undersöka hur svenska myndigheter förhåller sig till sociala medier i samband med kriskommunikation. Denna studie görs ur ett sändarperspektiv och är utförd med hjälp av kvalitativa intervjuer, vilka utgår från studiens tre frågeställningar. Kvalitativa intervjuer är ett sätt att samla in information som det annars hade varit svårt att få tillgång till⁶⁹. En fördel med insamlingsmetoden är att den ger möjlighet till att fånga upp svar som inte är väntade, på ett sätt som exempelvis enkäter inte kan. Vidare tillåter metoden intervjuaren och informanten att interagera med varandra och ger möjlighet till uppföljningsfrågor⁷⁰. Att kunna ställa uppföljningsfrågor innebär att intervjuaren kan kontrollera att denna har förstått och ta reda på hur det som sagts ska tolkas. Ytterligare gör följdfrågor att intervjuaren kan visa sig vara införstådd och intresserad samt ifrågasätta informanten för att få tillgång till resonemang eller för att styra intervjun⁷¹. En alternativ insamlingsmetod hade varit att göra en innehållsanalys av svenska myndigheters kommunikationsplaner. Eftersom jag vill få en djupare förståelse för hur myndigheterna förhåller sig till och resonerar kring sociala medier, anser jag dock att kvalitativa intervjuer är en mer lämplig metod.

Det finns flera olika sorters kvalitativa intervjuer, vilka blanda annat utmärks av vilken grad frågornas innehåll och ordningsföljd är på förhand bestämda⁷². I studien användes en semistrukturerad intervjuform, eftersom det ger stor flexibilitet och möjlighet att på ett naturligt sätt ställa följdfrågor. På förhand definierade jag de teman som intervjun gällde och sammanställde en intervjuguide (se bilaga 1), vilket är lämpligt när man genomför en semistrukturerad intervju⁷³.

Att använda kvalitativa intervjuer som insamlingsmetod kan vara mycket krävande och förutsätter att intervjuaren har goda kunskaper inom det område som intervjuerna berör⁷⁴. För att möta detta krav har jag läst in mig på de tre områdena kriskommunikation, sociala medier och strategisk kommunikation som studien utgår ifrån. Jag har även läst om systemet för svensk krishantering samt om de olika myndigheterna och deras arbetsuppgifter.

3.2 Urval

3.2.1 Urval av tänkta kriser och myndigheter

Vid urval av kriser har jag utgått från Ghersetti och Odéns (2010) indelning av olika typer av kriser. Parametrarna krisens allvar och krisens hastighet ger fyra olika sorters kriser; allvarlig kris med snabbt respektive långsamt förlopp samt mindre allvarlig kris med snabbt respektive långsamt förlopp⁷⁵. Utifrån indelningen har en kris av respektive typ valts ut. För att få bredd i

⁶⁹ Østbye et al. 2004

⁷⁰ Esaiasson et al. 2004

⁷¹ Østbye et al. 2004

⁷² Esaiasson et al. 2004

⁷³ Østbye et al. 2004

⁷⁴ Ibid.

⁷⁵ Ghersetti & Odén 2010:33 Figur 3.2.

studien har hänsyn tagits till att det ska vara olika myndigheter som är ansvariga vid de tänkta krissituationerna. Följande krissituationer behandlas i studien:

- 1) *Allvarlig kris med snabbt förlopp*: Kärnkraftsolycka på Ringhals som påverkar Göteborg
- 2) *Allvarlig kris med långsamt förlopp*: Spridning av BSE i Västra Götalands län
- 3) *Mindre allvarlig kris med snabbt förlopp*: Oväder i Göteborgsområdet
- 4) *Mindre allvarlig kris med långsamt förlopp*: Luftföroreningar i centrala Göteborg

Om en kris inträffar är det olika myndigheter som har ansvar på lokal, regional respektive nationell nivå i samhället. Vid urvalet av myndigheter har jag utgått från närhetsprincipen, vilken innebär att kriser ska hanteras där de inträffar, på lägsta möjliga nivå i samhället⁷⁶. För att få reda på vilken myndighet som ansvarar vid de olika tänkta krissituationerna kontaktades Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB), som har till uppgift att ge ett samlat stöd till de aktörer som handhar krishantering i Sverige⁷⁷. Följande myndigheter är ansvariga vid de givna krissituationerna:

- 1) *Kärnkraftsolycka på Ringhals*: Länsstyrelsen i Västra Götalands län
- 2) *Spridning av BSE i Västra Götalands län*: Jordbruksverket
- 3) *Oväder i Göteborgsområdet*: Räddningstjänsten Storgöteborg
- 4) *Luftföroreningar i centrala Göteborg*: Miljöförvaltningen Göteborgs stad⁷⁸.

Ovanstående fyra myndigheter är de som ingår i studien, tillsammans med Sveriges meteorologiska och hydrologiska institut (SMHI), vilket motiveras nedan.

3.2.2 Urval av informanter

På de fyra myndigheterna valdes två personer ut för att intervjuas; en informatör och en expert på respektive område. Anledningen till att jag valde att intervjua både en person som arbetar med kommunikation och en person som är sakkunnig på krisområdet är att det är intressant att se om deras förhållningssätt till sociala medier i samband med kriskommunikation överrensstämmer eller skiljer sig åt. För att ta reda på vilka personer som skulle kunna vara lämpliga att intervjua på myndigheterna sökte jag information på deras respektive hemsidor samt talade i vissa fall med deras växletelefonister. När jag fått uppgifter om namn och mejladresser till en informatör och en expert på respektive myndighet skickade jag ett missivbrev (se bilaga 2) där jag presenterade mig själv samt studien och dess syfte. I brevet ombads mottagaren att vidarebefordra brevet till ansvarig person, om mottagaren själv inte var rätt person att uttala sig i frågan. I de flesta fall hade jag korrespondens med flera personer på myndigheterna och de diskuterade även internt innan de lämnade ett slutgiltigt förslag på mest lämplig person till mig. Det kan både vara en fördel och en nackdel med att myndigheterna själva hjälpte till med urvalet av informanter. Hade intervjuerna varit ämnade att kritiskt granska myndigheterna, hade det självfallet inte varit lämpligt att låta chefer eller andra uppsatta inom myndigheterna avgöra vilka personer som ska intervjuas. I detta fall tror jag dock att det var en fördel att låta personer från myndigheterna hjälpa till att hitta lämpliga informanter, eftersom jag med deras hjälp fick kontakt med personer som är mycket kunniga inom sina respektive områden. Det är viktigt att de personer man väljer för kvalitativa intervjuer är noga utvalda⁷⁹, vilket jag anser att informanterna i denna studie är.

Då det inte finns någon som är expert på väder och meteorologi på Räddningstjänsten Storgöteborg, har istället en expert från SMHI intervjuats. Det är SMHI som ansvarar för de prognoser och varningar som Räddningstjänsten utgår ifrån.

⁷⁶ Krisinformation.se

⁷⁷ Nationalencyklopedin: MSB

⁷⁸ Torkel Schlegel, enhetschef rättsenheten MSB

⁷⁹ Esaiasson et al. 2004

3.3 Genomförande av undersökningen

3.3.1 Förberedelse inför intervjuerna

När jag hade kommit i kontakt med en informatör och en expert som var intresserade av att ställa upp på intervju på respektive myndighet, bokades tider in för intervjuer med dem. För att förbereda mig inför intervjuerna läste jag om de olika myndigheterna, besökte deras webbplatser samt undersökte om de var aktiva på några sociala medier. Självklart tog jag även med mig den kunskap kring kriskommunikation och -hantering som jag fått genom teoriinläsningen. På förhand hade jag, som tidigare nämnts, konstruerat en intervjuguide efter studiens tre frågeställningar. Jag hade även lånat en diktafon från Göteborgs universitet för att kunna ha möjlighet att spela in intervjuerna.

3.3.2 Intervjusituationen

Det är viktigt att informanterna känner sig bekväma och trygga i intervjusituationen⁸⁰. Av den anledningen kändes det lämpligt att genomföra intervjuerna på de olika myndigheterna som informanterna arbetar på. De fick själva avgöra vilket rum som vi skulle samtala i, för att de skulle känna sig så bekväma och avslappnade som möjligt. Vissa av intervjuerna genomfördes på informanternas kontor, medan andra genomfördes i konferensrum. I båda fallen satt vi avskilt och ostört, utan avbrott från ringade telefoner eller liknande. Hade vi suttit i en miljö där vi ständigt blivit avbrutna hade det kunnat påverka intervjusituationen negativt och därmed även resultatet.

Innan intervjuerna påbörjades försäkrade jag mig om att svarspersonerna var införstådda med att de ingår i en vetenskaplig studie, så kallat informerat samtycke⁸¹. Jag informerade även om att intervjuerna skulle spelas in, vilket de flesta av informanterna inte verkade besvärade av alls. Jag upplever att informanterna var mycket vana vid att bli intervjuade och kändes relativt avslappnade i situationen. Intervjuerna inleddes med några konkreta frågor om informanterna och deras yrkesroll för att skapa god stämning och få igång samtalet. Målet var sedan att låta informanterna tala så fritt och så mycket som möjligt, för att få ta del av deras infallsvinklar och resonemang. Därmed följde jag inte intervjuguiden uppifrån och ner, utan hade den mer som ett sätt att se till att jag fick svar på alla mina frågor. Jag såg även till att fråga om informanterna själva hade något mer att tillägga samt om det gick bra att jag kontaktade dem igen om något var oklart innan jag avslutade intervjuerna och tackade för mig.

Intervjun med Annika Braide och Charlotta Källerfelt på Länsstyrelsen i Västra Götalands län genomfördes i grupp, liksom intervjun med Tina Persson och Linus Theorin på Miljöförvaltningen Göteborgs stad. Övriga intervjuer skedde enskilt med respektive informant. Fördelen med gruppintervjuer är att samtal kan utvecklas som intervjuaren inte skulle nå fram till annars⁸². Nackdelen med gruppintervjuer är att det finns en risk att informanterna håller med varandra och inte ger det svar som de hade gjort om de blivit tillfrågade ensamma. I de fall som gruppintervjuer genomfördes var det på informanternas egen förfrågan. Det skulle kunna vara så att de kände sig mer bekväma i intervjusituationen när de hade en kollega med sig, vilket i så fall bör ha haft en övervägande positiv inverkan på resultatet. Personligen upplever jag att de intervjuer som genomfördes i grupp blev bäst. Informanterna hade i många fall följdfrågor till varandra och resonerade med varandra på ett sätt som jag som intervjuare inte hade kunnat uppnå. Dock krävdes det av mig att jag såg till att båda verkligen fick komma till tals och att jag bollade över frågan i de fall då det behövdes.

⁸⁰ Østbye et al. 2004

⁸¹ Esaiasson et al. 2004

⁸² Østbye et al. 2004

Intervjun med Fredrik Linde från SMHI genomfördes via mejl, på grund av det stora geografiska avståndet mellan oss. En nackdel med att inte träffa informanten personligen var att jag inte kunde ta del av ansiktsuttryck, tonfall eller gester. Likaså försvann möjligheten att ställa följdfrågor, vilket är en av de stora fördelarna med kvalitativa intervjuer. En fördel med att genomföra intervjun via mejl är att det gav informanten möjlighet att svara på frågorna i lugn och ro, utan den stress som en intervjusituation kan innebära. Ett alternativ hade varit att genomföra intervjun via telefon. Troligen hade svaren blivit mer omfattande om frågorna hade ställts via telefon, än vad de blev via mejl, men eftersom jag inte hade någon möjlighet att spela in samtalet hade det varit svårt att tillgodogöra mig allt som informanten uttryckte.

3.3.3 Efter intervjuerna

Redan efter de första intervjuerna påbörjades det mycket mödosamma arbetet med att transkribera. Genom att göra det direkt kunde jag även utvärdera min egen insats som intervjuare och förbättra mig för varje intervju. Jag upplever att det viktigaste som intervjuare är att kunna lyssna aktivt och ställa naturliga följdfrågor, vilket blev lättare efter några intervjuer. När jag genomfört alla intervjuer och transkriberat dem var det dags att börja strukturera upp materialet. För att kunna jämföra informanternas svar och analysera dem strukturerade jag upp dem efter studiens frågeställningar och teman.

3.4 Studiens validitet och reliabilitet

Validitet betyder giltighet och handlar om hur väl man mäter det som man avser att mäta⁸³. Med andra ord kan man säga att validitet handlar om att empiriskt undersöka det som man påstår att man undersöker på den teoretiska nivån⁸⁴. För att säkerställa detta använde jag mig av en intervjuguide som utgår från studiens frågeställningar vid alla intervjutillfällena. Med hjälp av myndigheterna gjorde jag ett genomtänkt urval av informanter, vilket är mycket viktigt för att kunna mäta det man avser att mäta. Jag upplever att alla informanterna var rätt personer att uttala sig och att de var positivt inställda till att medverka i studien. Vidare verkade informanterna vara bekväma i intervjusituationen, vilket ökar studiens validitet.

Reliabilitet betyder tillförlitlighet och handlar om kvaliteten i undersökningens insamling, bearbetning och analys⁸⁵. Om reliabiliteten är hög innebär det att metoden är tillförlitlig och att studien skulle kunna genomföras på samma sätt vid ett annat tillfälle med samma resultat⁸⁶. För att öka reliabiliteten använde jag en diktafon och spelade in alla intervjuer för att sedan kunna transkribera dem. Inspelningarna gjorde att jag kunde lyssna på intervjuerna i efterhand och transkriberingarna gjorde att materialet blev mer överskådligt och konkret. Det faktum att jag intervjuade informanterna kring deras förhållningssätt till sociala medier i samband med en specifik krissituation, gör att reliabiliteten sänks. Även det faktum att sociala medier är en så pass ny företeelse gör att man troligen skulle få ett annat resultat om undersökningen görs om efter några år. Eftersom jag bara har intervjuat åtta informanter går resultaten inte att generalisera och det är inte heller avsikten med kvalitativa intervjuer. Om urvalet av informanter är genomtänkt, kan det räcka att intervjuar ett litet antal personer⁸⁷, vilket jag upplever att det gjorde i detta fall. Utifrån det insamlade materialet kan jag se mönster och tendenser som är tillräckliga för att kunna besvara studiens frågeställningar.

⁸³ Østbye et al. 2004

⁸⁴ Esaiasson et al. 2004

⁸⁵ Østbye et al. 2004

⁸⁶ Esaiasson et al. 2004

⁸⁷ Ibid.

4. Myndigheterna i fokus

I detta kapitel ges en kort presentation av de fem myndigheter och åtta informanter som medverkar i studien.

4.1 Presentation av myndigheterna och informanterna

En myndighet, eller förvaltningsmyndighet som det egentligen heter, är ett samhällsorgan med egen maktbefogenhet inom ett visst område. Det är en självständig organisatorisk enhet inom antingen den statliga eller den kommunala förvaltningen⁸⁸. De myndigheter som ingår i studien är Jordbruksverket, Länsstyrelsen i Västra Götalands län, Miljöförvaltningen Göteborgs stad, Räddningstjänsten Storgöteborg samt Sveriges meteorologiska och hydrologiska institut (SMHI). Nedan ges en presentation av dessa och de informanter som blivit intervjuade från respektive myndighet.

Jordbruksverket

Jordbruksverket är en expertmyndighet på det jordbruks- och livsmedelspolitiska området och arbetar under regeringen. Myndigheten har ett samlat sektorsansvar för jordbruk och trädgård. Jordbruksverket arbetar för ett hållbart jordbruk, varierat odlingslandskap och god djurhållning. Ett medel för att uppnå målet om en god djurhälsa är att begränsa och förebygga spridningen av smittsamma djursjukdomar. Vid utbrott av allvarliga smittsamma djursjukdomar har Jordbruksverket ett övergripande ansvar och har huvudansvaret för beredskap och bekämpning⁸⁹.

Jag har intervjuat två personer på Jordbruksverket. Urban Wigert arbetar med kommunikationsfrågor på informationsenheten sedan 1994 och har ett samordningsansvar för mediefrågor och presskontakt. Kollegan Lena Hult är utbildad veterinär och specialist på nötkreatur. Hon har arbetat på enheten för idisslare och gris sedan 2005. Intervjuerna genomfördes enskilt med informanterna på Jordbruksverkets huvudkontor i Jönköping den 10 maj 2011.

Länsstyrelsen i Västra Götalands län

Länsstyrelsen är en statlig myndighet som finns i varje län och som lyder direkt under regeringen. Myndigheten har ett brett verksamhetsområde och ska fungera som en länk mellan länet och centralmakten. Länsstyrelsen ansvarar bland annat för den statliga förvaltningen i länet, för att utvecklingen främjas samt för civilt försvar och räddningstjänst⁹⁰. Vid utsläpp av radioaktiva ämnen eller fara för sådana utsläpp svarar länsstyrelserna för räddningsinsatsen⁹¹. I Västra Götalands län bor 1,5 miljoner invånare, vilket utgör 17 procent av Sveriges befolkning⁹².

Jag har intervjuat två personer på Länsstyrelsen i Västra Götalands län. Annika Braide arbetar som informationschef sedan tre och ett halvt år tillbaka. Kollegan Charlotta Källerfelt arbetar som säkerhetskonsulent på enheten för skydd och säkerhet sedan augusti 2010. Intervjuerna genomfördes i grupp på Länsstyrelsens kontor i Göteborg den 13 maj 2011.

⁸⁸ Nationalencyklopedin: Förvaltningsmyndighet

⁸⁹ Jordbruksverket

⁹⁰ Nationalencyklopedin: Länsstyrelse

⁹¹ Nationalencyklopedin: Räddningstjänst

⁹² Länsstyrelsen Västra Götalands län

Miljöförvaltningen Göteborgs stad

Miljöförvaltningen arbetar på uppdrag av miljö- och klimatnämnden, vilken är en kommunal myndighet som kontrollerar att lagar som rör miljö och hälsa följs. Miljöförvaltningen i Göteborg övervakar miljötillståndet i området genom mätningar, beräkningar och undersökningar av luft, mark och vatten. Information om luftföroreningar uppdateras på Göteborgs stads hemsida varje timma⁹³.

Jag har intervjuat två personer på Miljöförvaltningen Göteborgs stad. Tina Persson arbetar som informatör på förvaltningen sedan 1980 och är inriktad på kontakt med media och webbinnehåll. Kollegan Linus Theorin är enhetschef för övervakningsenheten som bland annat övervakar luftkvaliteten i Göteborg. Han har arbetat på Miljöförvaltningen sedan 2003. Intervjuerna genomfördes i grupp på Miljöförvaltningens kontor i Göteborg den 12 maj 2011.

Räddningstjänsten Storgöteborg

Räddningstjänsten Storgöteborg är ett kommunalt räddningstjänstförbund mellan Göteborg, Mölndal, Kungsbacka, Härryda, Partille och Lerum⁹⁴. Räddningstjänsten arbetar både förebyggande och med att begränsa skador på människor, egendom och miljö om en olycka inträffar⁹⁵. Uppdragen innefattar utryckning i samband med bland annat bränder, trafikolyckor, drunkningstillbud och väderhändelser⁹⁶.

På Räddningstjänsten Storgöteborg har jag intervjuat Mia Dahlström, som arbetar som kommunikationschef sedan mars 2011. Hon har tidigare bland annat arbetat som länssamordnare med inriktning mot samhällsskydd och beredskap. Intervjun genomfördes på Räddningstjänsten Storgöteborgs kontor i Göteborg den 12 maj 2011.

Då det inte arbetar någon expert inom väder och meteorologi på Räddningstjänsten i Storgöteborg har jag istället genomfört en intervju med en expert från Sveriges meteorologiska och hydrologiska institut, se nedan.

Sveriges meteorologiska och hydrologiska institut

Sveriges meteorologiska och hydrologiska institut (SMHI) arbetar med att producera planerings- och beslutsunderlag för väder- och vattenberoende verksamhet. SMHI ger dagliga väderprognoser och utfärdar varningar om bl.a. stormar, halka och dimma. Myndigheten verkar både i det nationella och internationella miljöarbetet⁹⁷. SMHI:s prognos- och varningstjänst har som viktigaste uppgift att bidra till ökad säkerhet i samhället. Väl genomarbetade prognoser och beslutsunderlag utgör en viktig del inom krishanteringssystemet och leder till att insatser sätts in på rätt plats vid rätt tid⁹⁸. SMHI:s huvudkontor ligger i Norrköping.

Jag har intervjuat Fredrik Linde på SMHI som är enhetschef för prognos- och varningstjänsten. Han är utbildad meteorolog och har arbetat på SMHI i 12 år. Intervjun genomfördes via mejl. Frågorna skickades till informanten den 9 maj 2011 och svaren lämnades tio dagar senare.

⁹³ Göteborgs Stad

⁹⁴ Räddningstjänsten Storgöteborg

⁹⁵ Nationalencyklopedin: Räddningstjänst

⁹⁶ Räddningstjänsten Storgöteborg

⁹⁷ Nationalencyklopedin: SMHI

⁹⁸ Fredrik Linde, enhetschef prognos- och varningstjänsten SMHI

5. Resultat och analys

I detta kapitel presenteras de resultat som jag har kommit fram till, sammanflätat med en analys. Resultaten redovisas efter studiens tre frågeställningar och exemplifieras med citat från informanterna. Då de mest talande citaten har valts ut, kan vissa informanter ha citerats mer än andra.

5.1 Myndigheternas inställning till sociala medier

Myndigheterna har ett stort intresse för sociala medier och är införstådda med att det är någonting som de måste förhålla sig till. Informanterna ser framförallt möjligheter, men även svårigheter med sociala medier. Den största fördelen som de uppfattar är möjligheten till omvärldsbevakning. Genom de sociala medierna får myndigheterna tillgång till allmänhetens frågeställningar och synpunkter, på ett sätt som tidigare inte har varit möjligt. Att sociala medier är mycket resurskrävande är det som myndigheterna uppfattar som den största svårigheten. Hos Miljöförvaltningen Storgöteborg och Länsstyrelsen i Västra Götalands län finns det en osäkerhet kopplad till de nya medierna och de har en avvaktande inställning till dem. De andra myndigheterna har en större trygghet i sin inställning till sociala medier. Som jag tolkar det har myndigheterna generellt en positiv inställning till sociala medier, men hur väl de nya medierna lämpar sig som kanal för kriskommunikation har myndigheterna ingen uppfattning om ännu. I dagsläget har myndigheterna inställningen att de i en krissituation får använda de kanaler som finns tillgängliga.

”Sociala medier är, alltså måste vi förhålla oss till dem.”

I frågan om vilken inställning myndigheterna har till sociala medier var alla myndigheterna eniga; sociala medier är här för att stanna, vilket innebär att de måste förhålla sig till dem. Myndigheterna menar att de får anpassa sig till de kanaler som allmänheten använder, vilket i allt större utsträckning är sociala medier. Det stämmer överrens med den tidigare forskningen som pekar på att användningen av internet och sociala medier har ökat under de senaste åren och att de vana internetanvändarna utnyttjar internet för att söka information om en kris inträffar⁹⁹. Lena Hult på Jordbruksverket säger att *”Vi får anpassa oss efter var vi når folk någonstans. Det är ingen idé att vi sitter och ropar någonstans där ingen hör. För oss är det viktigt att nå ut med information och då är det självklart att man får lära sig att använda de sociala medierna.”* De flesta av informanterna vill inte göra en värdering av om sociala medier påverkar myndigheternas kommunikationsarbete positivt eller negativt, utan konstaterar bara att det är någonting som berör dem och någonting nytt att förhålla sig till. *”Vi har sociala medier som en företeelse, vare sig man gillar det eller inte. De är, alltså måste vi förhålla oss till dem.”* menar Annika Braide på Länsstyrelsen. Det ligger i myndigheternas uppdrag att kommunicera med allmänheten¹⁰⁰ och sociala medier innebär en ny kanal som myndigheterna kan använda för att nå sina målgrupper. Linus Theorin på Miljöförvaltningen säger att *”Vår uppgift är att nå ut till folk där man söker information.”*, vilket är ytterligare ett exempel på att man inte vill göra en värdering, utan bara accepterar att nya kanaler står till buds för att nå sina målgrupper.

Sociala medier är ett relativt nytt sätt att kommunicera och är ännu mer nytt när det gäller myndighetskommunikation. En anledning till att informanterna har insett att sociala medier är mycket utbredd och att myndigheterna måste förhålla sig till dem, kan vara att informanterna själva som privatpersoner har använt sig av sociala medier under några års tid. Tina Persson

⁹⁹ Eriksson 2009

¹⁰⁰ Ibid.

på Miljöförvaltningen säger att *”Som privatpersoner ligger vi långt före vår arbetsgivare. De flesta av oss är ute och grejer på sociala medier hela tiden.”*

”Det är den här osäkerheten...”

Resultatet visar att det råder en osäkerhet kring användningen av sociala medier hos Miljöförvaltningen och Länsstyrelsen. Osäkerheten handlar mer om *hur* och *när* man ska börja använda sociala medier, än *om* man ska göra det. Myndigheterna upplever att de är ovana vid att använda sociala medier och att de inte känner till hur de ska möta de krav som gäller för dem i egenskap av offentlig myndighet. Av den anledningen har de inte börjat använda sociala medier, trots att de upplever att det är viktigt att de deltar. Linus Theorin på Miljöförvaltningen säger *”Har vi på sociala medier att göra? Det tror jag, men det är den här osäkerheten... Hur ska vi agera när vi inte längre är på vår egen spelplan? Vi måste börja använda sociala medier, men vi vet inte riktigt hur.”* Osäkerheten som finns hos de båda myndigheterna och som gör att de inte använder sociala medier aktivt, stämmer överrens med den bild som gavs i rapporten *Hur används sociala medier av informationschefer inom staten?* Där framkom att myndigheterna är mycket återhållsamma i sin kommunikation med allmänheten via sociala medier, trots att de tror att det är viktigt att de deltar¹⁰¹.

Miljöförvaltningen och Länsstyrelsen har en avvaktande inställning till sociala medier, de vill inte vara först ut och göra misstag. Istället väntar de hellre in andra myndigheter eller delar av den egna organisationen och lär sig av deras erfarenheter. Anledningen till att myndigheterna känner en osäkerhet kring användningen av sociala medier beror, som jag tolkar det, på att det är en relativt ny företeelse och att det finns en begränsad mängd erfarenhet kring hur man bäst ska arbeta med dem. *”Det är mycket som känns som ’det beror på...’ Det finns inga självklara svar och det finns, så här långt, relativt lite erfarenhet av användning av sociala medier kopplat till kris.”* säger Annika Braide på Länsstyrelsen. Vidare har det inte funnits några riktlinjer för hur de ovan nämnda myndigheterna ska använda sociala medier fram tills nu, vilket också kan vara en orsak till att myndigheterna känner sig osäkra. Med de riktlinjer som nu är framtagna är det troligt att myndigheterna känner sig mindre osäkra på hur de ska hantera de sociala medierna i framtiden.

Jordbruksverket, Räddningstjänsten Storgöteborg och SMHI har en annan trygghet när det kommer till inställningen till sociala medier. De har alla kommit olika långt i sitt arbete med de sociala medierna, men gemensamt är att de känner sig säkra inför uppgiften. Urban Wigert på jordbruksverket säger *”Vi är så pass krisvana att vi ser att sociala medier passar också in i pusslet, det är något att förhålla sig till. Det kan vara bra och det kan vara dåligt, det är samma sak med de traditionella medierna. Det är vår uppgift att se till att det inte blir ett problem.”* Han är samtidigt medveten om att många andra myndigheter känner en osäkerhet kring sociala medier. *”Många myndigheter är nog skräja för sociala medier. Man vet inte riktigt hur man ska se på dem, man kanske inte har kommit så långt att man har satt ner foten.”*

”På myndigheterna är sociala medier lite som Jesus – alla snackar om dem, men ingen har sett dem.”

Resultatet visar att informanterna upplever att många svenska myndigheter inte har kommit särskilt långt i sitt arbete med sociala medier. Annika Braide på Länsstyrelsen säger *”På myndigheterna är sociala medier lite som Jesus – alla snackar om dem, men ingen har sett dem.”* Vidare menar hon att *”I offentlig sektor så är användningen av sociala medier generellt inte väl utbredd ännu. Jag kan inte komma på ett enda intressant konkret exempel där en myndighet har jobbat med sociala medier.”* Uppfattningen stämmer överrens med den

¹⁰¹ Rapporten *Hur används sociala medier av informationschefer inom staten?* 2009

tidigare forskningen som pekar på att få svenska myndigheter aktivt har börjat använda sociala medier¹⁰². Som jag tolkar det tycker de myndigheter som inte har börjat arbeta med sociala medier ännu, att det är skönt att de inte är ensamma om det. De upplever inte ännu att de är sent ute, eftersom de är medvetna om att de inte är ensamma om att inte ha börjat använda sociala medier. Jordbruksverket, som har kommit längst i sitt arbete med sociala medier av de undersökta myndigheterna, är medvetna om att de var tidigt ute. Urban Wigert säger *"Vi har varit väldigt tidigt ute och sett att sociala medier ger oss en möjlighet att nå andra och som väldigt viktig omvärldsbevakning."* Både på Jordbruksverket och på Räddningstjänsten Storgöteborg är man överrens om att svenska myndigheter inte per automatik ska börja använda sociala medier bara för att de står till buds. Mia Dahlström på Räddningstjänsten påpekar att det inte finns något självändamål med att kommunicera via sociala medier: *"Jag kan känna att många hoppar på det här med att använda sociala medier idag bara för att man är rädd att någon ska tycka att man är omodern för att man inte använder dem. Det är en kanal som alla andra och det finns inget självändamål med att använda de sociala medierna. Det är en kanal som du väljer när du kommer fram till att det är det optimala sättet att nå den målgrupp du vill."*

"Det finns verkligen möjligheter i de sociala medierna."

Resultatet visar att de undersökta myndigheterna ser många fördelar och möjligheter med sociala medier. I samband med kriskommunikation är det av största vikt att allmänheten känner förtroende för myndigheterna, enligt tidigare forskning¹⁰³. Sociala medier kan fungera som ett sätt för myndigheterna att bygga upp ett förtroende för myndigheten hos allmänheten. En effektiv strategi för lyckad kriskommunikation är att etablera en kontakt med allmänheten under normala förhållanden, vilket stärker trovärdigheten för myndigheten. Sociala medier förbättrar förutsättningarna för tvåvägskommunikation mellan myndigheterna och allmänheten¹⁰⁴ och är därför ett bra verktyg att använda för att bygga upp förtroendet för myndigheten. Mia Dahlström på Räddningstjänsten säger att *"Det är i dialogen som du bygger en relation med olika intressentgrupper, det är där du skapar ett förtroende för din organisation. Det förtroendet måste finnas på plats om något allvarligt inträffar och du måste skicka en varning eller du måste jobba med ganska enkelriktat information och det kanske inte finns utrymme för dialog."* Så länge kommunikationen sker på ett seriöst sätt och med ett lämpligt språk, tror myndigheterna inte att deras trovärdighet skulle äventyras för att de kommunicerar via sociala medier. *"Jag tror inte att vår trovärdighet försvinner för att vi finns på sociala medier, men vi måste se till att ha ett lämpligt språk. Vi kan inte använda ett myndighetsspråk, utan jag tror att vi ska använda en vardagligare ton, men fortfarande vara sakliga."* säger Lena Hult på Jordbruksverket.

En annan av de faktorer som påverkar hur framgångsrik kriskommunikationen blir är snabbhet. Myndigheterna bör i ett så tidigt skede som möjligt informera allmänheten¹⁰⁵, vilket sociala medier kan bidra till. Tina Persson på Miljöförvaltningen säger att *"Sociala medier innebär en stor möjlighet att nå människor på ett nytt, väldigt snabbt sätt."* Om myndigheterna använder de nya medierna på rätt sätt, blir myndigheterna även mer tillgängliga för allmänheten. Genom de sociala medierna kan myndigheterna delge allmänheten information direkt, utan att ta omvägen via massmedierna, samt svara på allmänhetens frågor¹⁰⁶. Fredrik Linde på SMHI säger att *"Sociala medier har påverkat oss positivt genom att vi är där användarna är, skapar dialog och ökar förståelsen."* Att öka

¹⁰² Rapporten *Hur används sociala medier av informationschefer inom staten?* 2009

¹⁰³ Flodin 1993

¹⁰⁴ Solis & Breakenridge 2009

¹⁰⁵ Krisinformation.se

¹⁰⁶ Flodin 1993

allmänhetens förståelse för vad som har hänt i en krissituation är enligt tidigare forskning essentiellt. Ett sätt att uppnå detta är att exponera allmänheten för samma budskap upprepade gånger, genom flera olika kanaler¹⁰⁷. Myndigheterna ser sociala medier som ett komplement till de traditionella massmedierna och deras egna webbplatser, på så vis blir sociala medier ytterligare en kanal som allmänheten kan få information ifrån.

”Det är bäst att använda de etablerade kanalerna.”

Trots att myndigheterna är intresserade av att börja använda sociala medier i sin kommunikation med allmänheten, har de inställningen att massmedierna fortfarande är de som har bäst genomslag. Charlotta Källarfelt på Länsstyrelsen säger att *”Jag tror att det är bäst att använda de etablerade kanalerna.”* Urban Wigert på Jordbruksverket håller med: *”Jag har en känsla av att den bild som de traditionella medierna sprider når betydligt fler.”* Myndigheterna ser de sociala medierna mer som ett komplement till de traditionella medierna, än som ett substitut. Även om massmediernas funktion som gatekeeper har underminerats¹⁰⁸, innebär det inte att deras genomslagskraft har försvunnit. Fortfarande är sociala medier mest etablerade bland den yngre delen av befolkningen¹⁰⁹ och myndigheterna är medvetna om att de inte når alla via de nya medierna. *”Grundinställningen är att vi ska använda mer etablerade kanaler i första hand, och sedan kan man se på vilket sätt man i så fall vill komplettera med sociala medier.”* säger Annika Braide på Länsstyrelsen. Tidigare forskning visar att de som är mindre vana att använda internet, söker sig till de traditionella massmedierna i händelse av en kris¹¹⁰.

”Vi behöver ha mer på fötterna.”

Huruvida sociala medier är en lämplig kanal för kriskommunikation är myndigheterna inte riktigt säkra på. Deras första steg är att arbeta med sociala medier i vardagen, innan det kan bli aktuellt att börja använda dem i sin kriskommunikation. Tina Persson på Miljöförvaltningen säger att *”Innan vi börjar kommunicera via sociala medier i kriskommunikationssammanhang känner jag att vi behöver ha mer på fötterna, så att vi inte hamnar fel i detta.”* Som jag tolkar det finns det två huvudsakliga anledningar till att myndigheterna bör börja arbeta med sociala medier i vardagen, innan de börjar kommunicera via de nya kanalerna i krissituationer. För det första är det lättare att börja använda sociala medier när det inte finns någon tidspress och inget viktigt budskap som verkligen måste förmedlas till allmänheten. För det andra ska myndigheterna arbeta efter likhetsprincipen, vilket innebär att de ska arbeta så likt som möjligt i fred, kris och krig¹¹¹. Om myndigheterna inte kommunicerar via sociala medier i vardagen, ska de alltså inte börja kommunicera via sociala medier i en krissituation. Då saknar de både rutin och erfarenhet och det är lätt att kommunikationen misslyckas. Annika Braide på Länsstyrelsen säger att *”Om vi inte är väldigt aktiva och engagerade i sociala medier i vardagen, skulle vi hamna i en konstig situation om vi plötsligt skulle bli det i ett krisläge. Då har vi inte rutinerna, kunskapen eller vanan att jobba rätt med dem. Jag tror att det talar för att vi inte är där ännu, men det är möjligt att vi befinner oss där om ett antal år.”*

¹⁰⁷ Ibid.

¹⁰⁸ Karlsson 2008

¹⁰⁹ Ellison et al. 2009

¹¹⁰ Eriksson 2009

¹¹¹ Krisinformation.se

”Jag tror att man har en väldigt stor nytta av att veta vad folk tänker på.”

En av de största fördelarna myndigheterna ser med sociala medier är att de kan ta del av allmänhetens åsikter och diskussioner som berör myndigheten eller krissituationen genom omvärldsbevakning via de sociala medierna. *”Jag tycker att det är positivt ju synligare saker blir, man vill liksom inte att det ska ligga och pyra någonstans. Jag ser sociala medier som en möjlighet till omvärldsbevakning och jag tror att man har väldigt stor nytta av att veta vad folk tänker på.”* säger Urban Wigert på Jordbruksverket. Genom de sociala medierna blir de klassiska fikabordsdiskussionerna plötsligt offentliga och möjliga för myndigheterna att bemöta. *”Det finns verkligen möjligheter i de sociala medier att faktiskt fånga upp vilka frågeställningar det är allmänheten har.”* säger Mia Dahlström Räddningstjänsten.

En annan fördel är att myndigheterna får möjligheten att sprida korrekt information direkt till allmänheten. Lena Hult på Jordbruksverket betonar också den möjligheten: *”Jag kan tänka mig att det blir lättare att sprida korrekt information till allmänheten via de sociala medierna än via pressen. I vissa fall tror jag att man skulle kunna förebygga en kris genom att gå ut med information i sociala medier.”* Resultatet visar att de flesta myndigheterna ser stort potential i att sprida länkar till deras officiella webbplatser via de sociala medierna.

”Man kan se vissa svårigheter med sociala medier...”

En av de svårigheter som myndigheterna har observerat kring användning av sociala medier är att det kräver stora resurser. I dagsläget har de flesta av myndigheterna inte de resurser som krävs för att aktivt kunna arbeta med sociala medier. Ytterligare en svårighet som myndigheterna upplever med de sociala medierna är att rykten kan få stor spridning där. Annika Braide på Länsstyrelsen säger att *”Rykten har man alltid haft kring kriser och det kommer man alltid att ha. Det är möjligtvis det som är det mest besvärliga med sociala medier, att rykten syns tydligare än vad de kanske har gjort tidigare.”* Hennes kollega Charlotta Källerfelt håller med: *”Man kan se vissa svårigheter med sociala medier... Jag känner en viss farhåga kring att folk kan trissa upp varandra via sociala medier.”* Tidigare forskning bekräftar myndigheternas rädsla och pekar på att kriser kan accelerera genom spridning av felaktiv information, missförstånd och rykten via sociala medier¹¹². Allmänheten litar i stor utsträckning på den information som förmedlas av vanliga medborgare via sociala medier i krissituationer¹¹³, varför kravet på myndigheternas bevakning av och medverkan på sociala medier är stort. Genom att närvara i de nya medierna kan myndigheterna förhindra missförstånd och ryktesspridning¹¹⁴.

¹¹² Eriksson 2009

¹¹³ Palen et al. 2009

¹¹⁴ Solis & Breakenridge 2009

5.2 Myndigheternas behov av sociala medier

De flesta av myndigheterna upplever inte att de har ett direkt *behov* utav sociala medier. Istället pratar de om att möta målgruppen där den finner sig och om nya möjligheter. Myndigheterna tycker att det är viktigt att skapa en dialog med allmänheten, vilket sociala medier har stort potential att bidra till, varför man ändå skulle kunna prata i termer av behov.

”Det är väldigt viktigt att skapa en dialog med allmänheten.”

En av fördelarna med sociala medier är att de ger möjlighet till situationsbundet meningsskapande och dialog med allmänheten¹¹⁵. När det handlar om vikten att skapa en dialog med allmänheten upplever myndigheterna att det är viktigt, men att det inte alltid finns utrymme för det i samband med kriser. Vid de kriser som har ett långsamt förlopp kan det dock vara möjligt att föra en dialog med allmänheten. Linus Theorin på Miljöförvaltningen säger att *”För Göteborgs del är det väldigt viktigt att skapa en dialog med allmänheten om luftfrågor.”* Även när det gäller ett utbrott av den långsamma smittan Bovine spongiform encephalopati (BSE) som kan drabba nötkreatur säger Urban Wigert *”Det är säkert viktigt att skapa en dialog både med allmänheten och med de bönder vars djur har drabbats av BSE. Det är lite speciellt, eftersom smittan är väldigt långsam, vi har inte samma brådska.”* När det däremot handlar om kriser med ett snabbare förlopp, visar resultatet att myndigheterna upplever att det inte finns utrymme för dialog. *”Jag tror att informationstrycket vid en kärnkraftsolycka kommer att vara så stort att det blir väldigt mycket envägsinformation, det är inte möjligt att föra en dialog.”* säger Annika Braide. Mia Dahlström på Räddningstjänsten håller med och säger att *”Det är viktigt att skilja på kommunikation i olika faser. Om det är så att det drar in ett oväder över Göteborg, då måste du gå ut med en varning direkt. Då finns det inte utrymme för dialog egentligen. Om konsekvenserna av ovädet innebär allvarliga störningar i viktiga samhällsfunktioner finns det självklart ett mycket större behov av en dialog. Även i det dagliga, förebyggande arbetet måste du självklart ha en dialog med dina intressenter och målgrupper runt omkring din organisation. Det här med att arbeta med dialog med omvärlden kan du inte börja göra när det har smällt till med något allvarligt, utan det måste du ha gjort innan.”* Resultatet stämmer överrens med den tidigare forskningen som pekar på att myndigheternas ambition med dagens kriskommunikation inte bara handlar om att hitta en snabb form för informationsspridning, utan även en fördjupad dialog och interaktion direkt med allmänheten i krissituationer¹¹⁶. Att myndigheterna uttrycker att det är viktigt att skapa en dialog tyder på att de har ett behov av sociala medier, eftersom dessa ger en unik möjlighet till dialog på ett sätt som de traditionella massmedierna inte gör.

”Det handlar nog snarare om att möta målgrupperna där de befinner sig, än ett behov av sociala medier.”

När vi pratar om myndigheternas behov av sociala medier finns det en ovilja att använda just ordet *behov* om användningen av de nya medierna. Annika Braide på Länsstyrelsen säger att *”Det handlar nog snarare om att möta målgrupperna där de befinner sig, än ett behov av sociala medier.”* I många fall verkar det även som att myndigheterna helt enkelt inte har tänkt på sociala medier på det sättet. Eftersom det är en ny företeelse och myndigheterna är i början av sitt arbete med dem har man kanske inte hunnit uppmärksamma något direkt behov ännu. Urban Wigert på Jordbruksverket säger att *”Det är lite svårt att säga om vi har ett behov utav sociala medier, jag har inte tänkt på det på det sättet. Det är väl som med alla kanaler, det finns, det är sådant som folk använder och det påverkar oss.”* Mia Dahlström på Räddningstjänsten är den enda som talar i termer av behov när det gäller sociala medier, även om de inte har kommit särskilt långt i arbetet med dem ännu: *”Jag tror att vi kommer att ha*

¹¹⁵ Eriksson 2009

¹¹⁶ Ibid.

ett stort behov av sociala medier i framtiden, men jag har jobbat här så kort tid så jag är inte riktigt färdig med min analys än. Jag kan inte säga att jag har klart för mig hur vi ska agera i de sociala medierna och hur vi ska använda den kanalen i relation till alla andra kanaler.” Det som förenar myndigheterna är att man hellre pratar om möjligheter än om behov. Urban Wigert säger att *”Det är inte så att vi känner ’wow, nu kan vi klara något som vi inte har klarat tidigare’, men sociala medier ger oss möjligheten att få koll. Vi kan identifiera frågor som vi behöver besvara.”*

”Det är främst allmänheten som vi ska försöka nå via sociala medier.”

Myndigheterna är eniga om att sociala medier kan vara bra när man vill nå särskilda målgrupper, även om de inte uttrycker att de har ett behov av de sociala medierna för att nå dem. Resultatet visar att det främst är allmänheten som är myndigheternas målgrupp. *”Jag tror att det främst är allmänheten som vi ska försöka nå via sociala medier. De som är närmare berörda, exempelvis bönder, kanske vi når bättre på andra sätt.”* säger Lena Hult på Jordbruksverket. Till skillnad från de andra myndigheterna har Länsstyrelsen i Västra Götalands län inte allmänheten som sin främsta målgrupp, utan andra myndigheter, kommuner och organisationer. Det kan vara en anledning till att Länsstyrelsen inte upplever att de har ett behov av att använda sociala medier, eftersom kommunikationen med deras målgrupper sker lättare via andra kanaler.

Resultatet visar att alla myndigheterna inte har klart för sig vilka målgrupper man skulle kunna tänkas nå via de sociala medierna. Tina Persson på Miljöförvaltningen säger att *”Politiker är en av våra målgrupper, men dem tror jag inte precis att vi når via de sociala medierna. Fast nu kanske jag är okunnig, det kanske vi visst gör.”* Det råder alltså en viss osäkerhet kring vilka man kan nå via de sociala medierna och myndigheterna har i de flesta fall inte några aktuella målgruppsanalyser att utgå ifrån. *”Vi har inte gjort en fullständig målgruppsanalys och är inte på det klara med vad det är vi kommunicerar. För mig blir det lite svårt att säga vilken kanal vi ska använda innan vi vet vem vi ska prata med eller vad det är vi vill säga.”* säger Mia Dahlström på Räddningstjänsten. Hon ser dock möjligheten att nå målgrupper via sociala medier som annars kan vara svåra att nå: *”Man kan nyttja sociala medier för att nå grupper som kanske inte tar del av andra medier.”* Siffror från Nordicom visar att 64 procent av svenskarna mellan 15-24 år använder sociala medier dagligen¹¹⁷, en grupp som är svår att nå via de traditionella massmedierna¹¹⁸. Att de sociala medierna inte når alla, är myndigheterna väl medvetna om. Tidigare forskning visar att vana internetanvändare söker information på internet i händelse av en kris¹¹⁹.

Eftersom myndigheterna själva inte upplever att de har ett uttalat behov av sociala medier fick den frågeställningen minst utrymme under intervjuerna. Frågan om myndigheternas behov av sociala medier skiljer sig före, under och efter en kris blev därför inte relevant att diskutera närmare. Personligen kan jag se att myndigheterna i viss utsträckning har ett behov av sociala medier. Slutsatsen är dock att myndigheterna själva inte upplever att de har ett behov av de nya medierna, vilket frågeställningen gäller.

¹¹⁷ Nordicom: Internetbarometern 2009

¹¹⁸ Eriksson 2009

¹¹⁹ Ibid.

5.3 Myndigheternas arbete med sociala medier

Myndigheterna befinner sig i startgroparna för sitt arbete med sociala medier. I dagsläget är flertalet av myndigheterna inte aktiva inom några av de nya medierna, utan det är främst tankeverksamhet och planering inför framtiden som pågår. Jordbruksverket och SMHI är de som har kommit överlägset längst i sitt arbete. Det som ligger närmast i framtiden för de övriga myndigheterna är att bygga upp en omvärldsbevakning via sociala medier samt att bli aktiva på Facebook.

”Sociala medier är ganska nytt för oss.”

Resultatet visar att myndigheterna inte har kommit särskilt långt i sitt arbete med sociala medier. Jordbruksverket och SMHI har kommit längst och är aktiva både på Facebook och på Twitter. Dessutom finns Jordbruksverket även på YouTube samt driver tre bloggar, varav två inte längre uppdateras. Jordbruksverket har alltså kommit allra längst, men informanterna därifrån upplever ändå att de bara är i början av sitt arbete. Lena Hult säger att *”Vi är ganska mycket i början, det är mest under sista året som det har hänt grejer, vad jag har noterat.”* Kollegan Urban Wigert menar *”Sociala medier är ganska nytt för oss och för alla svenska myndigheter.”*

Länsstyrelsen i Västra Götalands län har ett konto på Facebook, men använder det inte aktivt. *”Vi har fastslagit egna riktlinjer för hur vi ska, eller kan, använda sociala medier. Det innebär inte att vi använder speciellt mycket sociala medier aktivt från vår sida.”* säger Annika Braide på Länsstyrelsen. Miljöförvaltningen och Räddningstjänsten Storgöteborg finns inte i några sociala medier, vilket kan bero på att sociala medier är en relativt ny sorts medier¹²⁰ och myndigheterna har inte hunnit skaffa sig vare sig kompetens, resurser eller erfarenhet kring de nya medierna. *”Anledningen till att vi inte använder oss av sociala medier idag handlar om en omognad, vi är inte vana att röra oss i de områdena.”* säger Linus Theorin på Miljöförvaltningen.

”Vi måste förhålla oss till hela organisationen med 50 000 människor.”

Flera av informanterna upplever att deras organisationer inte är redo att början använda sociala medier ännu. Myndigheterna är stora organisationer och det tar lång tid att implementera nya arbetssätt och rutiner. Linus Theorin på Miljöförvaltningen säger att *”Vi måste förhålla oss till hela organisationen med 50 000 människor, det tar tid att hitta rutiner och vi måste göra allting rätt – det finns väldigt mycket förhållningsregler.”* Myndigheterna tycker att det är viktigt att hela organisationen är införstådd med nyttan av sociala medier och är positivt inställd till att börja använda dem innan man inleder arbetet. Mia Dahlström på Räddningstjänsten säger att *”Det gäller att få med hela organisationen i det här, sociala medier är inte någonting man bara arbetar med på kommunikationsstaben. Det måste ut i hela organisationen och det tar lite tid att implementera nya rutiner. Bara man förklarar nyttan med att använda sociala medier tror jag inte att det är några problem att få med organisationen. Det är viktigt att folk inte uppfattar det som att man gör det för att det förväntas att man ska göra det, utan att man faktiskt gör det för att man tycker att det tillför någonting. Så folk inte tror att man springer på den bollen för att det är modernt just nu.”*

”Gud nej, vi har ingen omvärldsbevakning via sociala medier.”

Även om myndigheterna ser stort potential i att använda sociala medier som ett verktyg för omvärldsbevakning, har de inte hunnit arbeta så mycket med det ännu. På Räddningstjänsten Storgöteborg har man inte arbetat strategiskt vare sig med kommunikation eller med omvärldsbevakning tidigare, men det ligger i nyanställda Mia Dahlströms uppdrag att

¹²⁰ Mayfield 2008

utveckla. *"Gud nej, vi har ingen omvärldsbevakning via sociala medier. Jag hoppas kunna ha en lite mer avancerad omvärldsbevakning på plats och på något sätt arbeta med de sociala medierna nästa år."* säger hon. På Miljöförvaltningen Göteborgs stad har man precis börjat utveckla en tjänst för omvärldsbevakning. Som jag tolkar det är det just omvärldsbevakning som myndigheterna i första hand kommer att satsa på när de börjar använda sociala medier, för att sedan själva mer aktivt även börja kommunicera via de nya medierna.

"Vi har ett väldigt gott samarbete."

Informatörerna och experterna är mycket väl insatta i varandras arbete. Jag upplever att informatörerna kan mycket om sakfrågorna och att experterna kan mycket om myndigheternas arbete med kommunikation. Lena Hult säger att *"Eftersom jag har arbetat under några kriser är jag ganska insatt i hur våra budskap kommuniceras. Jag har arbetat mycket med information tidigare och tycker att det är både intressant och viktigt."* Kollegan Urban Wigert säger att *"På informationsenheten är vi ansvariga för olika områden och vi försöker att ha någon som är lite mer uppdaterad på de olika expertområdena."* Resultatet visar även att informatörerna och experterna är väl samspelade och uppskattar varandras kompetens. *"Vi är väl medvetna om att vi behöver varandra, vi har ett väldigt gott samarbete i vardagen och har en gemensam syn på hur vi hanterar de här frågorna. Det känner jag mig väldigt trygg med."* säger Annika Braide på Länsstyrelsen. Informatörerna och experterna arbetar nära varandra och samarbetar med varandra både till vardags och i krissituationer. Lena Hult säger: *"Vi har med någon från informationsavdelningen i vår grupp. Vi arbetar ganska nära och hjälps åt."* Linus Theorin säger *"Vi har stor möjlighet att arbeta mycket tillsammans med informatörer."*

"Vi behöver lära oss mer om sociala medier."

Att myndigheterna inte har kommit så långt i sitt arbete med sociala medier handlar till stor del om bristande kompetens och bristande resurser. De myndigheter som har kommit längst, Jordbruksverket och SMHI, upplever dock att de har tillräcklig kompetens om sociala medier. Fredrik Linde på SMHI säger att *"Inom de områden som främst berörs av kriskommunikation samt det dagliga kommunikationsbehovet avseende prognoser, observationer och kvalitet finns tillräcklig kompetens om sociala medier."* På övriga myndigheter känner informanterna att det behövs kompetensutveckling inom området sociala medier. Tina Persson på Miljöförvaltningen säger att *"Vi ligger i det första steget där vi som informatörer själva behöver lära oss mer om sociala medier, så att vi sedan kan vara ett stöd i huset. Än har det inte varit på tal att vi ska få någon utbildning i sociala medier."*

Angående resursfrågan uppfattar alla myndigheterna att sociala medier är mycket resurskrävande. Lena Hult på Jordbruksverket säger att *"Sociala medier tar lite tid att sköta. Läger man något på hemsidan, då ligger det där. Det är lite en resursfråga, för vi har alltid ganska ont om personalresurser. Vi får välja det som är viktigast."* Mia Dahlström på Räddningstjänsten är inne på samma linje och menar att *"Sociala medier är en resursfråga, men organisationen får bestämma hur viktigt det är och avsätta resurser för det om man tycker att det är viktigt och att det är någonting vi behöver göra för att hantera händelser bättre och för att kunna vara mer proaktiva. Vi får ta oss en rejäl funderare på det."* Tidigare forskning visar att det inte längre räcker att myndigheterna möter massmediernas frågor och behov, utan måste även tillgodose allmänhetens behov av information¹²¹, vilket givetvis är resurskrävande.

¹²¹ Karlsson 2008

”Sociala medier är en inväg till myndigheternas egna webbplatser.”

Myndigheternas egna webbplatser beskrivs som deras viktigaste kommunikationskanal, och de är alla överrens om att sociala medier kan vara ett bra sätt att länka in allmänheten till webbplatsen. Urban Wigert på Jordbruksverket säger att *”Jag tror att för myndigheterna är sociala medier i stor utsträckning en inväg till myndigheternas egna webbplatser. Istället för att ta alla strider kan man länka in folk till den riktiga bakgrunden på webbplatsen.”* Att använda sociala medier för att sprida länkar till den egna webbplatsen är ett sätt som myndigheterna tror att de kommer att arbeta på i framtiden. Precis som sociala medier ger myndigheterna möjlighet att kommunicera direkt med allmänheten, kan även webbplatsen fungera som en snabb direktkanal till allmänheten utan massmediernas inverkan¹²².

”Sociala medier är lite en generationsfråga.”

Resultatet visar att myndigheterna upplever att arbetet med sociala medier inom myndigheter och organisationer är en generationsfråga. De tror att unga personer på myndigheterna har en större drivkraft att börja använda de nya medierna, än de äldre generationerna. *”Sociala medier är lite en generationsfråga”* säger Lena Hult på Jordbruksverket. Linus Theorin på Miljöförvaltningen säger att *”Det finns många unga på förvaltningen som jag tror har en hel del idéer om hur man kan förnya hela myndighetsrollen. Om en person har en drivkraft att göra detta arbete, så kommer man nog ganska långt på vägen. Jag tror inte att organisationen har något emot det, men man vill ha någon att luta på som ska göra det.”* Att myndigheterna har en större tilltro till att de unga människorna inom myndigheterna ska hjälpa dem att börja använda sociala medier, kan bero på att det främst är bland unga människor som sociala medier är utbrett idag¹²³. Mia Dahlström på Räddningstjänsten tycker inte att det ska få vara en generationsfråga om myndigheterna börjar använda sociala medier eller inte och säger att *”Det håller inte att göra så som många organisationer gör idag och väljer att ignorera sociala medier för att man själv kanske tillhör en generation som inte är sådär ruggigt aktiva där. Vi måste titta på och använda de kanalerna också. Det gäller både i det vanliga dagliga arbetet när man kommunicerar med sin organisation och det gäller självklart i krissituationer och vid större olyckor. Så självklart ska vi nyttja sociala medier.”*

¹²² Eriksson 2009

¹²³ Nordicom: Internetbarometern 2009

6. Slutsats

I följande kapitel redogörs för mina slutsatser knutna till studiens tre frågeställningar.

6.1 Vilken inställning har myndigheterna till sociala medier som kanal för kriskommunikation?

Myndigheterna har ett stort intresse för sociala medier och är införstådda med att det är någonting som de måste förhålla sig till. Sociala medier är så pass utbredd idag att det påverkar myndigheternas verksamhet, både kommunikationsmässigt och omvärldsbevakningsmässigt. De flesta av myndigheterna vill inte göra en värdering av om sociala medier har påverkat deras kommunikationsarbete positivt eller negativt, utan kan bara konstatera att det är någonting som påverkar dem och någonting nytt att förhålla sig till. Samtidigt är de möjligheter som myndigheterna betonar med sociala medier fler än svårigheterna, så jag tolkar det som att myndigheterna har en övervägande positiv inställning till sociala medier.

Hur lämpliga sociala medier är som kanal för kriskommunikation kan myndigheterna i dagsläget inte uttala sig om, eftersom de inte har kommit så långt i sitt arbete med sociala medier. De har dock inställningen att sociala medier innebär en ny möjlighet att kommunicera snabbt och direkt med allmänheten, vilket är en stor fördel i kriskommunikations-sammanhang.

Myndigheterna ser både möjligheter och svårigheter med att arbeta med sociala medier. Den största fördelen som de uppfattar är möjligheten till omvärldsbevakning, medan den största svårigheten upplevs vara att arbetet är mycket resurskrävande. Hos Miljöförvaltningen Göteborgs stad och Länsstyrelsen i Västra Götalands län finns det en osäkerhet kring hur man ska arbeta med de nya medierna. Som jag tolkar det grundar sig osäkerheten i brist på kompetens, erfarenhet och resurser. Hos Jordbruksverket, Räddningstjänsten Storgöteborg och SMHI finns det en större trygghet och även en större kompetens om sociala medier.

Resultatet visar att myndigheterna generellt har en stor tilltro till de traditionella massmedierna och upplever att de har en stor spridning.

6.2 Vilka behov uppfattar myndigheterna att de har av sociala medier?

De flesta av myndigheterna upplever inte att de har ett direkt *behov* utav sociala medier. Istället pratar de om att ”möta målgruppen där den befinner sig” och om nya möjligheter som exempelvis omvärldsbevakning och kommunikation direkt med allmänheten. Myndigheterna tycker att det är viktigt att skapa en dialog med allmänheten, vilket sociala medier har stort potential att bidra till, varför man ändå skulle kunna prata i termer av behov. Det finns få andra sätt att skapa en dialog på det sätt som sociala medier möjliggör, så jag tolkar det som att myndigheterna har ett behov av sociala medier. Slutsatsen är ändå att myndigheterna själva inte uppfattar att de har ett direkt behov av sociala medier, vilket frågeställningen gäller.

Sociala medier kan vara ett sätt att nå de delar av allmänheten som inte tar del av information från myndigheternas webbplatser eller traditionella medier. Myndigheterna ser sociala medier som ett komplement till de mer etablerade kanalerna, vilket kan vara en anledning till att de inte är beredda att uttrycka att de verkligen har ett behov av sociala medier. En annan anledning är att myndigheterna helt enkelt inte har tänkt på möjligheterna med sociala medier i termer av behov, eftersom det är en så pass ny företeelse och de inte har kommit så långt i sitt arbete med de sociala medierna att de har hunnit uppleva att de har ett behov.

På grund av att myndigheterna inte uppfattar att de har något behov av sociala medier, blev inte heller diskussionen om deras behov särskilt omfattande i intervjusituationen.

6.3 Hur arbetar myndigheterna strategiskt med sociala medier i sin kriskommunikation?

De flesta av myndigheterna har inte börjat använda sociala medier aktivt i sin kommunikation med allmänheten. Än mindre har de börjat använda sociala medier i samband med kriser. Som jag tolkar det ligger det ganska långt bort att arbeta strategiskt med sociala medier i samband med kriser för de flesta av myndigheterna. Som en punkt bland många andra har en del av myndigheterna en punkt i sina strategier för kriskommunikation som handlar om övervakning av sociala medier och webbplatser. Jordbruksverket och SMHI har kommit längst och är aktiva på bland annat Facebook och Twitter, medan Räddningstjänsten Storgöteborg inte har arbetat strategiskt med kommunikation överhuvudtaget. Miljöförvaltningen Göteborgs stad och Länsstyrelsen Västra Götalands län är inte aktiva inom några sociala medier

Myndigheterna upplever att de saknar både kompetens och resurser när det gäller sociala medier. De är medvetna om att det är mycket resurskrävande att hantera de nya medierna, vilket är något som begränsar myndigheterna. Återigen är det Jordbruksverket och SMHI som har kommit längst och upplever att det finns tillräcklig kompetens inom organisationen. Dock är resursfrågan något som alla myndigheterna tampas med och de upplever att det är svårt att få medel till att börja använda respektive utveckla sin användning av sociala medier.

Informatörerna och experterna har stora kunskaper inom varandras yrkesområden. De arbetar nära varandra och samarbetar både i vardagen och i krissituationer. Trots att de upplevs som mycket kunniga och insatta i varandras arbete är de noga att betona vikten av att de har varandras kompetens att tillgå.

Det som myndigheterna generellt har kommit längst med i sitt arbete med sociala medier är omvärldsbevakning. Alla myndigheterna upplever att sociala medier innebär en unik möjlighet att få kunskap om vad allmänheten har för tankar och frågeställningar kring både den egna organisationen och en eventuell krissituation.

Myndigheterna ser sina egna webbplatser som sin främsta kanal och sociala medier som en möjlighet att länka allmänheten vidare till webbplatsen. De upplever att det kan vara ett bra sätt att plocka ut intressanta delar av informationen och sprida via sociala medier, för att sedan länka tillbaka dem till den egna webbplatsen.

6.4 Övriga slutsatser

Resultatet visar att informatörerna och experterna har ett enat förhållningssätt till sociala medier. Informanternas inställning till sociala medier skilde sig inte åt mellan allvariga och mindre allvariga kriser. Dock kunde man se att informanterna upplevde att det vid kriser med snabbt förlopp inte finns utrymme för dialog, men däremot vid kriser med långsamt förlopp.

7. Diskussion och rekommendationer

I detta avslutande kapitel av uppsatsen ryms mina egna reflektioner, rekommendationer till myndigheterna samt förslag på vidare forskning inom området.

7.1 Diskussion

Jag har kommit fram till att de undersökta myndigheterna är i startgroparna för sitt arbete med sociala medier. Jordbruksverket och SMHI har kommit längst och är aktiva på bland annat Facebook och Twitter. Mitt intryck är att de båda myndigheterna har en trygg inställning till sociala medier och att de själva upplever att kompetensen finns inom organisationen. Samma trygga inställning finns även hos Räddningstjänsten Storgöteborg, trots att de inte har påbörjat sitt arbete med sociala medier. Hos Miljöförvaltningen Göteborgs stad och Länsstyrelsen i Västra Götalands län upplevde jag en osäkerhet kring de nya medierna och de har en avvaktande inställning till att börja använda de nya medierna i sin kommunikation. Gemensamt för alla myndigheterna är att de inte har använt sociala medier i sin kriskommunikation i någon större utsträckning. Detta faktum innebär att myndigheterna inte har något tydligt förhållningssätt till sociala medier i samband med kriskommunikation. Självfallet är det ett resultat i sig, men jag upplever att det hade varit mer intressant att genomföra studien om ett antal år, när myndigheterna har kommit länge i sitt arbete med de nya medierna.

Det är tydligt att myndigheterna kan se fler möjligheter än svårigheter med de sociala medierna. Att informanterna var ovilliga att prata i termer av behov av sociala medier tror jag kan bero på att sociala medier är en relativt ny företeelse, vilket innebär att de inte har hunnit uppleva att de har ett behov av dem ännu. Myndigheterna använder i störst utsträckning sina inarbetade kanaler idag, men det är troligt att de kanalerna i framtiden kommer att än mer kompletteras och delvis ersättas av sociala medier. Min uppfattning är att myndigheterna kommer att uppleva att de har ett faktiskt behov av sociala medier inom några år.

När jag samtalade med informanterna om sociala medier var det främst Facebook som kom på tal. Jag tror att det beror på att Facebook är så pass utbrett i Sverige med sina 4,2 miljoner användare¹²⁴ och därför ligger informanterna närmast. Twitter uppfattas ofta som en elitkanal och när det gäller YouTube är det en ekonomisk fråga eftersom det är dyrt att framställa informationsfilmer.

Jag upplevde ett stort engagemang hos alla informanterna och det var tydligt att sociala medier är något som intresserar och påverkar dem alla. Hos de myndigheter som hade en osäkerhet kring sociala medier fanns även en stor nyfikenhet och en vilja att testa. Skillnaden i tryggheten i inställningen till sociala medier var tydlig och jag kan se en koppling till hur stor kompetens det fanns inom myndigheten. På Räddningstjänsten Storgöteborg har man tidigare inte arbetat strategisk med kommunikation, men med nyanställda Mia Dahlströms kompetens tror jag att myndigheten kommer att utvecklas och moderniseras inom ett par år.

Något som förvånade mig är att experterna var så insatta i hur man kommunikativt hanterar deras sakområden. Generellt arbetade experterna och informatörerna i nära samarbete, vilket även innebär att informatörerna var kunniga inom sakområdena. Jag hade förväntat mig att se en skillnad mellan informatörernas och experternas förhållningssätt till sociala medier, men en sådan skillnad fanns inte, utan de var mycket samspelade och hade ett liknande tänk.

¹²⁴ CheckFacebook

7.2 Rekommendation till myndigheterna

Följande är mina rekommendationer till myndigheterna kring hur de kan arbeta med sociala medier för att möta framtidens behov.

Ta lärdom av andra myndigheters aktivitet på sociala medier

Även om många svenska myndigheter inte har kommit särskilt långt i sitt arbete med sociala medier, finns det exempel där man framgångsrikt kommunicerar via de sociala medierna. Surfa runt och se hur andra myndigheter arbetar med sociala medier och ta efter de bitar som fungerar väl.

Skaffa kompetens

Se till att skaffa kompetens om sociala medier, hur de fungerar och hur ni kan använda dem. Utarbeta riktlinjer för hela organisationen så att alla arbetar på samma sätt inom myndigheten. Mycket kan man läsa sig till, men en del kunskaper får man bara genom att själv ge sig ut på de sociala medierna och testa. Kom ihåg att oavsett kanal, så är det innehållet som spelar roll.

Avsätt resurser

Att vara aktiv på sociala medier kräver resurser, eftersom allmänheten förväntar sig snabb respons. Uppge redan från början på vilket sätt ni kommer att kommunicera via de sociala medierna och om det endast är under speciella tider som ni finns tillgängliga för att svara på frågor och kommentarer.

Börja använda sociala medier i vardagen

Det är inte lämpligt att börja använda sociala medier i en krissituation, om man inte har använt dem tidigare i sin myndighetskommunikation. Tänk på likhetsprincipen och bygg upp ett fungerande sätt att arbeta med sociala medier i vardagen, för att sedan kunna utnyttja dem även i krissituationer.

Länka vidare

Ett sätt att använda de sociala medierna är att lyfta fram intressant information och länka läsarna vidare till den officiella hemsidan där mer omfattande information finns att tillgå. Det är inte meningen att de nya medierna ska ersätta webbplatsen, utan se till att de båda kompletterar varandra och är sammanlänkade.

Tänk igenom och motivera

Det finns inget självändamål med att använda sociala medier. Fundera på vad de kan tillföra er organisation och hur man på ett givande sätt skulle kunna arbeta med dem. Se till att motivera organisationen och förklara nyttan med att använda sociala medier.

Använd sociala medier för att omvärldsbevaka

Det är minst lika viktigt att använda de sociala medierna för att lyssna, som för att kommunicera budskap till allmänheten. Utveckla ett fungerande system för omvärldsbevakning via de sociala medierna och skaffa riktlinjer för hur ni ska möta upp allmänhetens frågor, funderingar eller kritik. Genom att närvara i de sociala medierna finns möjligheten att dementera oriktigheter som annars hade florerat fritt.

Använd sociala medier för att bygga upp trovärdighet för myndigheten

Det bästa sättet att skapa förtroende för myndigheten är att etablera en relation med allmänheten genom dialog. En av de största fördelarna med sociala medier är just att de möjliggör en fördjupad dialog. Se till att använda ett lämpligt språk och var saklig.

7.3 Förslag på vidare forskning

Avslutningsvis vill jag dela med mig av några förslag på vidare forskning inom området myndigheters kriskommunikation via sociala medier.

Eftersom myndigheterna i tiden för denna studie befinner sig i startgroparna för sitt arbete med sociala medier, hade det varit intressant att göra om studien om ett antal år när myndigheterna troligen har kommit längre. När myndigheterna har utvecklat sitt vardagliga arbete med sociala medier, kommer de antagligen att arbeta med de nya medierna även i krissituationer och ha fler intressanta exempel att dela med sig av än vad de har i dagsläget.

Myndigheterna upplever att de måste börja använda sig av sociala medier i sin kommunikation med allmänheten. Det hade därför varit intressant att genomföra en mottagarstudie för att undersöka om och hur allmänheten tar till sig myndigheternas kommunikation via sociala medier. Även en innehållsstudie av myndigheternas kommunikation med allmänheten via de sociala medierna skulle kunna bli en intressant uppsats.

Referenslista

- Boin, Arjen; 't Hart, Paul; Stern, Eric & Sundelius, Bengt (2005) *The politics of crisis management: Public leadership under pressure*. Cambridge: Cambridge University Press
- Boyd, Danah & Ellison, Nicole (2007) *Social network sites: Definition, history and scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication, 13 (1)
- CheckFacebook, www.checkfacebook.com, hämtad 2011-05-28
- Ellison, Nicole; Lampe, Cliff & Steinfield, Charles (2009) *Social network sites and society: Current trends and future possibilities*. Interactions Magazine 16 (1)
- Eriksson, Mats (2009) *Nätens kriskommunikation*. Första upplagan. Lund: Studentlitteratur
- Esaiasson, Peter; Gilljam, Mikael; Oscarsson, Henrik & Wängnerud, Lena (2004) *Metodpraktikan: Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Andra upplagan. Stockholm: Norstedts
- Falkheimer, Jesper & Heide, Mats (2009) *Crisis Communication in a New world: Reaching Multicultural Publics through Old and New Media*. Nordicom Review, 30 (1)
- Falkheimer, Jesper & Heide, Mats (2008) *Kriskommunikation i ett globalt samhälle*. Första upplagan. KMB:s temaserie 2008:4. Stockholm: Krisberedskapsmyndigheten
- Falkheimer, Jesper & Heide, Mats (2007) *Strategisk kommunikation*. Första upplagan. Danmark: Studentlitteratur
- Falkheimer, Jesper; Heide, Mats & Larsson, Larsåke (2007) *Kriskommunikation*. Första upplagan. Malmö: Liber
- Flodin, Bertil (1993) *Myndigheters kriskommunikation: En kunskapsöversikt*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar
- Ghersetti, Marina & Odén, Tomas A. (2010) *Pandemin som kom av sig: Om svininfluensan i medier och opinion*. Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG)
- Göteborgs Stad, www.goteborg.se/wps/portal/miljo, hämtad 2011-05-04
- Heide, Mats; Johansson, Catrin & Simonsson, Charlotte (2005) *Kommunikation & organisation*. Första upplagan. Malmö: Liber
- Hur används sociala medier av informationschefer inom staten? En sammanställning*. (2009) Rapport från Arbetsförmedlingen.
- Influensa A(H1N1) 2009: utvärdering av förberedelser och hantering av pandemin*. (2011) Rapport från Myndigheten för samhällsskydd och beredskap och Socialstyrelsen.
- Jordbruksverket, www.jordbruksverket.se, hämtad 2011-05-04
- Karlsson, Michael (2008) *Kriskommunikation i förändring: Internet, den ökade publiceringshastigheten och de förändrade villkoren för kriskommunikation* i Studier i politisk kommunikation, nr. 20. Demokratistitutet Demicom: Sundsvall
- Krisinformation.se, www.krisinformation.se, hämtad 2011-03-28
- Larsson, Larsåke (2008) *Tillämpad kommunikationsvetenskap*. Tredje upplagan. Lund: Studentlitteratur

Lundin, Ingvar & Nohrstedt, Stig Arne (1995) *Risk-, katastrof- och kriskommunikation i*
Larsson, Inger & Rosengren, Karl Erik (red) *Kommunikationens villkor*. Lund:
Studentlitteratur

Länsstyrelsen i Västra Götalands län, www.lansstyrelsen.se/vastragotaland, hämtad 2011-05-04

Mayfield, Antony (2008) *What is social media?* V1.4 iCrossing

Nationalencyklopedin, www.ne.se, *Förvaltningsmyndighet*, hämtad 2011-05-09

Nationalencyklopedin, www.ne.se, *Länsstyrelse*, hämtad 2011-05-04

Nationalencyklopedin, www.ne.se, *MSB*, hämtad 2011-04-20

Nationalencyklopedin, www.ne.se, *Räddningstjänst*, hämtad 2011-05-04

Nationalencyklopedin, www.ne.se, *SMHI*, hämtad 2011-05-09

Nordicom, www.nordicom.gu.se, *Internet use the average day by sex and age 1999-2009 in Norway and Sweden* (2010), hämtad 2011-04-08

Nordicom, www.nordicom.gu.se, *Internetbarometern 2009* (2010), hämtad 2011-05-26

Opti-Alert, www.opti-alert.eu, hämtad 2011-03-28

Palen, Leysia; Vieweg, Sarah; Liu, Sophia B. & Hughes, Amanda (2009) *Crisis in a network world: Features of computer-mediated communication in the April 16, 2007, Virginia Tech event*. *Social science computer Review*, 27

Räddningstjänsten Storgöteborg, www.raddningstjansten.goteborg.se, hämtad 2011-05-04

Schlegel, Torkel, enhetschef rättsenheten MSB, mejlsvar 2011-04-14

Solis, Brian & Breakenridge, Deirdre (2009) *Putting the public back in Public Relations: How social media is reinventing the aging business of PR*. New Jersey: Financial Time Press

Wikström, Johan, teknisk webbredaktör för Krisinformation.se, mejlsvar 2011-05-06

Østbye, Helge; Knapskog, Karl; Helland, Knut & Larsen, Leif Ove (2004) *Metodbok för medievetenskap*. Trelleborg: Liber

Bilaga 1: Intervjuguide

Inledande frågor

- Kan du berätta kort om dig själv och din arbetsroll?
- Sociala medier är ett brett begrepp, vad avser Ni när Ni pratar om sociala medier?

Inställning till sociala medier

- Hur lämpliga är sociala medier som kanal för kriskommunikation?
- Hur har möjligheten att kommunicera via sociala medier påverkat Er kriskommunikation?

Behov av sociala medier

- Om xxx skulle inträffa, hur viktigt är det då att skapa en dialog med allmänheten?
- Vilka behov har Ni av sociala medier i Er kommunikation med allmänheten?
- Skiljer sig behovet mellan före, under och efter en kris?
- Vilka målgrupper vill Ni främst nå via sociala medier?
- Har Ni genomfört målgruppsanalyser?

Arbete med sociala medier

- Hur insatt är Du i hur Ni arbetar kommunikativt?
- Hur integreras sociala medier i Er policy för kriskommunikation?
- Hur arbetar Ni med sociala medier om xxx skulle inträffa?
- Arbetar Ni med omvärldsbevakning via sociala medier?
- Upplever Du att det finns tillräcklig kompetens om sociala medier inom xxx?

Avslutande frågor

- Hur planerar Ni att arbeta med sociala medier för att möta framtidens behov?
- Har Du något som Du vill tillägga eller fråga om innan vi avslutar intervjun?
- Om jag kommer på någonting mer, går det bra om jag kontaktar Er igen?

Bilaga 2: Missivbrev till en informatör på Jordbruksverket

Hej

Mitt namn är Susanna Åkeräng och jag läser medie- och kommunikationsvetenskap vid institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) vid Göteborgs universitet. Nu i vår skriver jag min kandidatuppsats vilken handlar om kriskommunikation i ett digitalt samhälle. Uppdragsgivare är det europeiska forskningsprojektet Opti-Alert som finansieras av Europeiska unionen.

Syftet med studien är att undersöka hur svenska myndigheter förhåller sig till sociala medier i samband med kriskommunikation. Detta genom att intervjua informatörer och experter från ett antal olika myndigheter om några tänkta krissituationer. En av dessa kriser är ett utbrott av Bovine spongiform encephalopati (BSE). Det är i detta syfte som jag nu kontaktar Dig i egenskap av informatör på Jordbruksverket. Jag undrar om Du har möjlighet och intresse av att ställa upp på en intervju och berätta om hur Jordbruksverket kommunikativt skulle hantera ett utbrott av BSE. Intervjuerna kommer att genomföras under vecka 18 och 19. Är Du inte rätt person att uttala dig i frågan, vore jag tacksam om Du kunde vidarebefordra detta brev till ansvarig person.

Resultatet av intervjuerna med Jordbruksverket och ett antal andra myndigheter kommer att sammanställas och analyseras i min kandidatuppsats, vilken publiceras på JMG:s hemsida.

Vänliga hälsningar

Susanna Åkeräng
Student
0736-978489

Fil.dr Marie Grusell
Handledare
031-786 4985

Fil.dr Tomas A. Odén
Kontaktperson Opti-Alert
031-786 4977