



# Kriskommunikationens kanaler

- ▶ För en jämlik kommunikation
- ▶ När el, internet och telefoni inte fungerar



# Innehåll

## ■ INLEDNING..... 03

Inledning.....04

Jämlik kommunikation .....06

## ■ VIKTEN AV TILLIT ..... 07

Från svårnådda grupper ... .....09

... till jämlik kommunikation .....09

Prioritera upp dem som vi har svårast att nå..... 11

Identifiera och stärk mellanmännsliga kanaler ..... 12

Välj rätt mötesplatser..... 14

Översätta eller inte? ..... 15

Sociala medier för alla? ..... 16

## ■ NÄR EL, INTERNET OCH TELEFONI INTE FUNGERAR ...17

Kommunikation vid störda förhållanden ..... 18

Informationspunkter ..... 18

Allmänna, öppna anslagstavlor.....20

Skriftlig information för utdelning .....21

Mobila och uppsökande informatörer.....22

Andra aktörers kanaler .....22

Tekniska system i samhället .....23

VMA – Viktigt meddelande till allmänheten .....23

Sveriges Radio .....24

Information till den egna organisationens personal .....25

## ■ STÖDRESURSER FÖR KOMMUNIKATION ..... 26

Ta hjälp av andra .....27

Criscom .....27

Frivilliga resursgrupper .....27

Oorganiserade frivilliga.....28

## ■ CHECKLISTOR..... 29

Checklista – före en samhällsstörning .....30

Checklista – under en samhällsstörning.....32

Kommunikatörens krislåda.....34

## ■ REFERENSER..... 36



**INLEDNING**

## Inledning

Under senare år har myndigheter och andra samhällsaktörer utvecklat sin syn på kriskommunikation. En pandemi, ett försämrat säkerhetsläge och klimatrelaterade utmaningar har uppmärksammat oss på att kriskommunikationen behöver utvecklas. Vi behöver vässa våra arbetssätt för att ännu snabbare nå hela befolkningen. För att klara det måste vi redan i vardagen inkludera alla delar av befolkningen i vår kommunikation. Vi behöver också stärka beredskapen för att kunna kommunicera utan el och internet.

Den här vägledningen är ett komplement till "Kriskommunikationssamverkan i Västra Götalands län – Inriktning och arbetssätt". Vägledningen ersätter och bygger i vissa delar på dokumentet "När de ordinarie kanalerna inte fungerar eller räcker till" som Länsstyrelsen Västra Götaland tog fram 2018. Då talade vi om el, internet och telefoni som våra "ordinarie kanaler" och de muntliga mellanmänniska kanalerna som "alternativa kanaler". Eftersom de muntliga, mellanmänniska kanalerna är centrala vid kriser väljer vi att ändra språkbruket och inte längre på det sättet tala om ordinarie och alternativa kanaler.



Här talar vi i stället om hur vi kan använda oss av olika kommunikationskanaler för att i en samhällskris uppnå en jämlik kriskommunikation. I den kommunikationen är såväl de digitala som de mellanmänniska kanalerna viktiga. Oftast har vi tillgång till el och telefoni men ibland har vi det inte. Oavsett måste vi ha en beredskap för en kommunikation som har förmåga att nå alla invånare i länet.

### Förbered det som går att förbereda

Vid en kris behöver samhällets aktörer ofta tänka kreativt och improvisera för att nå ut – men mycket går också att förbereda. Det är viktigt att i förväg inventera möjliga kanaler och bygga nätverk. Det är också till stor hjälp om det i vardagen finns en vana av att kommunicera på ett sätt så att alla grupper i samhället nås.

Samhällets aktörer behöver under en kris inte bara nå ut med sina budskap, utan även säkerställa att invånarna förstår budskapen, tar dem till sig och agerar i enlighet med dem. Det kräver att invånarna känner till var de kan hitta tillförlitlig information och har tillit till de myndigheter som står bakom informationen. Det arbetet behöver göras i vardagen – när krisen inträffar kan det vara för sent.

## Hjälp till självhjälp

Denna vägledning är tänkt att hjälpa kommuner och andra samhällsaktörer, att planera och förbereda sig för en jämlik kriskommunikation och för att kunna använda kommunikationskanaler som inte är beroende av el eller internet. Det är upp till varje aktör att avgöra vilka förberedelser de vill och behöver vidta.

Vägledningen erbjuder goda råd och checklistor för vad som är bra att komma ihåg eller åtgärda innan en samhällskris har inträffat samt under en pågående händelse.

Vägledningen vänder sig särskilt till kommunikatörer och andra som ansvarar för kriskommunikation, men även andra kan ha nytta av dokumentet.

## Avgränsning och underlag

Det finns ett antal givna kriskommunikationskanaler som den här vägledningen inte specifikt tar upp. Hit hör framför allt de kanaler som aktörer ofta betraktar som sina huvudkanaler för masskommunikation – webb, sociala medier och pressmeddelanden. Den här vägledningen ägnar sig specifikt åt kanaler som kan bidra till att göra kriskommunikationen mer jämlik och kanaler som fungerar även vid det som ibland kallas för ”störda förhållanden”, alltså när el, internet och telefon kanske inte fungerar.

Underlag för innehållet utgörs av tidigare skrivet material, aktuell forskning på området samt av intervjuer med tio aktörer i länet som Länsstyrelsen lät genomföra under hösten 2022.

## Fastställande och revidering

Länets kriskommunikationsråd har bidragit till innehållet och fastställt det slutliga dokumentet. Revidering av dokumentet kan ske löpande om kriskommunikationsrådet eller Länsstyrelsen ser behov av det. Länsstyrelsen har huvudansvar för översyn och revidering samt för att kommunicera revideringar till samtliga berörda aktörer.



**JÄMLIK  
KOMMUNIKATION**

## Vikten av tillit

I en värld där informationsflödet är högt och informationens tillförlitlighet allt svårare att verifiera, är det av största vikt att invånarna kan hitta korrekt, saklig och uppdaterad information hos Sveriges myndigheter. De behöver veta om och känna tillit till myndigheternas kommunikation om risker, beredskap och information vid en samhällskris.

### Det börjar i vardagen

Tillit till den aktör som är avsändare eller bärare av kommunikationen är nödvändig för att kommunikationen ska få effekt. Tilliten är avgörande för att säkerställa att invånarna tar till sig budskapen och agerar på ett sätt som minimerar konsekvenserna av en samhällskris. Saknas tillit, så ökar risken för att människor vänder sig till osäkra eller felaktiga källor och att de agerar på ett sätt som gör situationen värre.

Arbetet med att skapa och bevara tillit börjar i vardagen – innan krisen har inträffat. Med hjälp av öppenhet, tydlighet och kontinuerlig kommunikation bygger en organisation grunden för tillit. Även om tillit saknas för en organisation, kan det finnas tillit som är personbunden till vissa anställda eller andra som för fram organisationens budskap. Under en pågående kris kan tilliten stärkas genom att personer som målgrupperna litar på får bära kommunikationen.





## Olika typer av tillit

Forskningen kategoriserar tillit i olika typer:

**Generell tillit.** Tillit till människor i allmänhet samt en persons förhållningssätt i nya situationer med okända personer.

**Partikulär tillit.** Tillit till mindre, mer konkreta grupper som exempelvis ens familj, vänner eller grannar.

**Lokalsamhällestillit.** Tilliten till människor i det område där man bor, till exempel ett grannskap, ett bostadsområde eller en kommun.

**Vertikal tillit.** Förtroende för samhällsinstitutioner, till exempel myndigheter och samhällsinstitutioner som polis, arbetsförmedling och skola. Det finns tydliga samband mellan hög ekonomisk jämlikhet och hög generell tillit i samhället. Ekonomisk ojämlikhet bidrar till en upplevelse av orättvisa och frustration.

Faktorer som stärker förtroende är empati, expertis, ärlighet och öppenhet. Faktorer som minskar förtroende är oenighet, okänslighet, otydlighet samt en ovilja att dela med sig av information.



## Från svårnådda grupper ...

Ett begrepp som varit vanligt förekommande kopplat till kris-kommunikation de senaste åren är ”svårnådda grupper”. Begreppet syftar på personer med bristande kunskap i svenska språket, personer som bor i särskilt utsatta områden och personer med funktionsnedsättningar. I andra sammanhang kan även barn och ungdomar, äldre eller människor som inte använder digitala medier och som inte har bank-id vara ”svåra att nå”.

De grupper som dyker upp i olika sammanhang under begreppet svårnådda grupper är de som:

- har invandrarbakgrund
- har annat förstaspråk än svenska
- saknar tillit till samhällets institutioner
- har funktionsnedsättning
- är äldre
- lever i digitalt utanförskap
- är missbrukare
- är hemlösa
- vistas i Sverige utan tillstånd.

## Forskningen brukar även tala om

- resurssvaga grupper och
- sårbara grupper.

## ... till jämlik kommunikation

Kunskapen om vilka grupper som brukar upplevas som svårnådda ger oss en vägledning i hur vi ska planera vår kommunikation. Men det kan vara riskabelt att klumpa ihop stora kategorier till en och tro att de har så mycket gemensamt att kommunikationen kan utformas på ett och samma sätt. Gruppen personer med migrationsbakgrund, till exempel, är mycket stor och består självklart av människor som kommunicerar på olika sätt och känner olika grad av tillit till samhällets institutioner.

Det finns en del kunskap om hur kriskommunikation brukar fungera i grupperna unga, personer med funktionsnedsättningar samt i multilingvistiska och socialt utsatta områden. I den här vägledningen sammanfattar vi en del av den kunskapen, men det är viktigt att komma ihåg att den inte ger oss alla svar och att inte alla grupper i samhället är inkluderade här.

För att inte exkludera eller övergeneralisera bör vi tänka att kriskommunikationen ska vara jämlik. Det betyder att alla människor i vårt samhälle ska nås av viktig information och kunna ta till sig den. Då kan vi komma fram till vilka insatser vi behöver jobba extra med vid varje enskild händelse. När vi når alla invånare som behöver veta vad som händer och de förstår budskapen, så är vår kriskommunikation jämlik.

En bra början för att bygga en grund för en jämlik kriskommunikation är att fundera över hur jämlik den vardagliga kommunikationen är.

## Statistik om utrikes föddas informationsinhämtning

### Hur lätt tycker du att det är att ta till dig information från svenska myndigheter?

27 procent av utrikes födda personer som har bott i Sverige i max 15 år tycker att det är svårt eller mycket svårt att ta till sig information från svenska myndigheter. Motsvarande siffra för dem som har bott i Sverige i max sex år är 50 procent.

### Vad föredrar du? Information på svenska, lätt svenska eller översatt information till modersmål?

- Svenska (icke anpassad): 28 procent
- Lätt svenska: 35 procent
- Översatt: 35 procent

### Vilket språk googlar du på?

- På svenska: 55 procent
- På engelska: 39 procent
- På arabiska: 33 procent

### Om du ska bilda dig en uppfattning om en aktuell händelse, vilka litar du mest på?

- Myndigheter: 49 procent
- Kompisar och familj: 46 procent
- Nyhetssajter: 44 procent
- Youtubers: 21 procent

### Känner du dig som utrikes född inkluderad i svensk reklam och information från företag och myndigheter?

28 procent svarar att de känner sig inkluderade.

Källa: KAPI undersökning 2023



## Prioritera upp dem som vi har svårast att nå

Både i socialt utsatta områden och i samhället i stort finns ett samband mellan förtroende för svenska myndigheter och medieanvändning. Personer med lågt förtroende tar i mindre utsträckning del av information genom svenska nyhetsmedier och myndigheters webbplatser än personer med ett högt förtroende. De som bor i utsatta områden letar information om kriser i delvis andra kanaler än boende i övriga Sverige. Boende i utsatta områden tar i större utsträckning del av information via sociala medier och mindre på myndigheternas webbplatser.

Slutsatsen är att de människor som myndigheterna framför allt når i sin kommunikation är personer som brukar hålla sig väl-informerade via traditionell svensk media och genom att själva söka information.

I samband med coronapandemin konstaterade forskare att myndigheter la mycket arbete på – och var snabba med – att kommunicera genom sina egna, breda kanaler, främst webbplatser och sociala medier. Andra former av kommunikation, som den mellanmännsliga, kom inte i gång lika snabbt vilket ledde till att vissa grupper inte nåddes av informationen förrän senare.

Bland det första vi bör göra vid en samhällskris kan därför vara att fundera över vilka i samhället som vi kan ha svårast att nå – och lägga förhållandevis mer kraft på den kommunikationen. I stället för att utgå från en genomsnittlig person, bör mångfald

vara utgångspunkt vid planering av kommunikation – utan att vi för den skull förlorar i snabbhet i det akuta läget.

Detta har även samhällsaktörer i länet lyft i intervjuer med Länsstyrelsen. Att utforma kommunikationen utifrån dem som vi har utmaningar att nå stör inte majoriteten, men gör det lättare för fler att ta den till sig. Skriv till exempel från början texter på lättläst svenska och planera för insatser med muntlig direktkommunikation.

#### **Universell utformning enligt FN**

FN:s konvention om rättigheter för personer med funktionsnedsättning säger att samhällsinformation ska ha universell utformning, det vill säga i sin originalutformning vara gjord så att så många som möjligt kan förstå och ta den till sig.

## **Identifiera och stärk mellanmännsliga kanaler**

Mellanmännslig, interpersonell kriskommunikation är ett viktigt komplement till den breda kriskommunikationen i digitala kanaler och i media och ofta en förutsättning för jämlik kriskommunikation. Den sänker praktiska och mentala trösklar, främjar samhörighet, förtroende och etablerande av tillit. Vid kommunikation i multilingvistiska områden så är graden av tillit mer avgörande än översättning av information. Att informa-

tionen kommer från en källa som invånarna litar på är det som främst avgör om budskapet når fram eller inte.

Direktkontakt med målgruppen gör det också möjligt att i högre utsträckning anpassa budskapen både språkligt och kulturellt. Det leder till en ökad förståelse.

### **Kroka arm med nyckelpersoner**

Vissa aktörer är vana vid att använda sig av mellanmännsliga kanaler. Till exempel möter polisen, räddningstjänsten och olika kommunala tjänstepersoner ofta människor ansikte mot ansikte.

Som myndighet är det klokt att använda personer som målgruppen litar på som vidareförmedlare av kriskommunikationens budskap. Det kan vara personer som målgruppen känner till sedan tidigare eller som de har ett stort förtroende för av någon annan anledning. Exempel på sådana personer är idrottsledare, ledare för trossamfund, lärare, stadsdelsvärdar eller bibliotekarier.

En fråga att ställa sig är hur kontaktvägarna ser ut mellan de personer som möter invånarna och de som i sin yrkesroll har ett övergripande operativt ansvar för kriskommunikationen. I sin arbetsvardag använder kommunikatörerna främst breda kommunikationskanaler som den egna organisationens webbplats och media. De har inte alltid nära kontakt med de aktörer som möter invånarna. För att snabbt komma i gång med kriskommunikationen behöver kontaktvägar och rutiner arbetas fram i vardagen.

## Lyssna och anpassa

De mellanmännsliga kontakterna är värdefulla att stärka, både för att få ut myndigheternas budskap till alla, och för att få återkoppling. Att kommunicera är lika mycket att lyssna som att tala. För att kunna lyssna är de muntliga, interpersonella kanalerna oundgängliga. Hur tas budskapen emot? Är kommunikationen begriplig? Behöver den kompletteras? Finns det några missuppfattningar som behöver redas ut?

För att bygga tillit måste mottagarna känna att den som sänder budskapen lyssnar och förstår och har en vilja att anpassa budskapen så att de blir relevanta och tydliga, och i vissa fall även innehållet i budskapen. Om myndigheterna till exempel går ut med rekommendationer om hur människor ska agera i en viss situation är det viktigt att det finns förutsättningar för att agera

på det sättet. Om förutsättningar saknas, behöver myndigheterna få veta det för att kunna göra förändringar.

Tips för anpassning och utveckling av kommunikationen:

- Kom ihåg att dokumentera och utvärdera initiativ som invånare själva tar för att söka och sprida information på alternativa sätt.
- Lyssna av de personer som fungerar som mellanmännsliga kanaler. Vilka frågor och lärdomar fångar de upp genom kontakterna med olika målgrupper?
- Undersök hur olika grupper inom allmänheten upplever de olika kanaler ni använde er av. Hade de önskat andra kanaler och metoder?

## Välj rätt mötesplatser

Valet av plats att möta en särskild målgrupp på kan betyda mycket. Ibland är det mer lämpligt att mötas i en kyrka eller en moské än i kommunhuset eller biblioteket. På mindre orter är dessutom kyrkan ofta den lokal som rymmer flest personer. Det finns också naturliga mötesplatser där många människor rör sig vid vissa tider, till exempel utanför skolor och butiker.

När din organisation inventerar möjliga mötesplatser, tänk på vad val av mötesplats kan signalera till olika grupper. Tänk också på vilka mötesplatser som är kända eller upplevs som trygga för olika grupper. Den kunskapen finns oftast hos de aktörer som möter olika grupper i vardagen.

## Kombinera text och bild

Bilder och illustrationer är viktiga stöd för att nå människor som har svårigheter att läsa, eller som inte kan de språk som används i kommunikationen. För att nå fler är det en bra idé att kombinera lättlästa texter med bildstöd. Bilder väcker intresse, lättar upp och gör det enklare att minnas innehållet. Bilden är ofta det första som syns i en text och en bra bild bör därför samspela med och ge en förståelse för vad texten handlar om. Det är dock viktigt att komma ihåg att en och samma bild kan betyda olika saker för olika personer beroende på sammanhang och referensramar.

- **Pictogram** är ett visuellt språk som består av grafiska illustrationer i vitt mot en svart bakgrund. Varje bild symboliserar ett visst ord eller begrepp. Pictogram utvecklas och

uppdateras av Specialpedagogiska skolmyndigheten (SPSM) och är fritt att använda för icke-kommersiella ändamål.

- **Bildstod.se** är en applikation som Västra Götalandsregionen har tagit fram som även andra aktörer är välkomna att använda utan kostnad.
- **Widgit** är ett annat visuellt språk där symbolerna består av många färger. För att få tillgång till alla widgitsymboler (det finns 60 000) krävs en licens.

Bildstöd med symboler som piktogram eller widgit underlättar läsningen för många.



## Skriv lättlästa texter

Lättläst är ett begrepp som används för texter som ska nå så många som möjligt, till exempel personer med begränsade kunskap i svenska, barn och unga och personer med kognitiva funktionsnedsättningar eller demens. En lättläst text ska vara så enkel som möjligt. Det handlar om att anpassa språket, innehållet och hur texten är utformad. Alla sorters texter kan göras lättlästa.

Det här utmärker lättlästa texter:

- Aktiva verb och tydliga subjekt.
- Breda marginaler, stor textstorlek och mycket utrymme mellan raderna.
- Korta och välkända ord.
- Tydlig avsändare.

- Bindeord som länkar samman meningarna (till exempel och, men, eller, så att).
- Onödigt information undviks.
- Metaforer och bildspråk undviks helst.

Myndigheten för tillgängliga medier (MTM) har riktlinjer för lättläst på sin webbplats. Det finns också utbildningar i att lära sig skriva lättläst.

## Översätta eller inte?

I alla sammanhang där kriskommunikation diskuteras brukar frågan om översättning dyka upp. Om informationen ska översättas – och i så fall till vilket eller vilka språk – är upp till varje aktör att avgöra. En del översätter inte alls, en del väljer

### Språkanpassa snabbt – tips från forskare

Olika forskare som har skrivit om krisinformation på olika språk, lyfter faktorer att förhålla sig till för att kunna nå ut med korrekt information snabbt, bland annat:

- Se till att det är lätt också för icke svensk- eller engelsktalande att hitta till den översatta informationen på er webbplats. Många webbplatser förutsätter kunskap i svenska eller engelska för att du ska hitta fram till informationen på andra språk. Det blir lätt ett hinder för besökare som inte kan något av dessa språk.
- Samordna översättningar tidigt i krishanteringen.
- Ta hjälp av andra myndigheters översättningar – kanske säger någon redan det ni vill berätta.
- Ha en upparbetad kontakt med en leverantör av översättningar.
- Genomför en kartläggning av vilka språk som kan vara aktuella och i vilka kanaler målgrupperna kan nås.
- Se till att ha viss intern språkkunskap i de språk som informationen ska översättas till.
- Ha kunskap om vad som är viktigt att tänka på när ni skriver texter som ska översättas.
- Inventera vilka resurser som finns internt. Exempelvis i form av flerspråkig personal, avtal med översättningsbyråer och resurser för layout.

att översätta enbart till engelska och andra översätter till fler språk. Hur stora grupperna av nyanlända är har inte något direkt samband med hur stort behovet av översättning är. Beroende på modersmål och kulturell bakgrund tar det olika lång tid för människor att lära sig att ta till sig budskap på svenska.

## Minoritetsspråk

Hur förhåller det sig då med Sveriges nationella minoriteter och de fem nationella minoritetsspråken finska, jiddisch, meänkieli, romani chib och samiska? Måste alla aktörer översätta till dessa språk? Nej, det måste de inte. Enligt Språkrådet finns det ingen bestämmelse som säger exakt vilken information som ska översättas till de nationella minoritetsspråken, utan det är upp till varje myndighet att bedöma. När det gäller krisinformation hänvisar Språkrådet till att begripligheten går före minoritetspolitiska prioriteringar. Det viktigaste i krissituationer är att så många som möjligt nås av informationen och förstår den. Om det finns möjlighet att lägga till något språk, utöver det eller de varje aktör beslutat att översätta till, kan det vara bättre att satsa på ett stort invandrarspråk.

När tilliten är låg för en avsändare händer det att invånare väljer att använda verktyg för maskinöversättning i stället för att lita på den framtagna översättningen eller tolken. Så tillit och mellanmänniska kontakter är viktiga även om översättningar finns. Forskning visar att för att etablera förtroende för en organisation behövs medarbetare som kan målspråket väl samt som har förmågan att använda det i specifika situationer.

## Sociala medier för alla?

Vilka sociala kanaler som används mest förändras ständigt. Det krävs att den som kommunicerar i varje situation tar reda på vilken kanal som är mest aktuell och aktiv. Men det finns en del kunskap som kan vara vägledande:

- Boende i utsatta områden tar i större utsträckning del av information via sociala medier och mindre via myndigheternas webbplatser.
- Personer med funktionsnedsättning använder ofta sociala medier mer eller lika mycket som personer utan funktionsnedsättning. Detta medan internet i övrigt används mer av personer utan funktionsnedsättning.
- Kvinnor med funktionsnedsättning använder sociala medier mycket mer än män med funktionsnedsättning.
- 77 procent med funktionsnedsättning använder Facebook, vilket kan jämföras med 74 procent utan. 85 procent med ADHD, 21 procent med språkstörning och 85 procent med dyskalkyli. 52 procent använder Instagram. 19 procent använder Snapchat. (Siffror från 2022.)
- Utrikes födda personer är mycket och ofta på digitala plattformar. Jämfört med svenskar överlag, är utrikes födda mer ute på de flesta digitala plattformar.





**NÄR EL, INTERNET  
OCH TELEFONI  
INTE FUNGERAR**

## Kommunikation vid störda förhållanden

I detta avsnitt beskriver vi ett antal tänkbara kanaler och hur de kan användas vid samhällskriser när el, internet och telefoni kanske inte fungerar. Vi beskriver för- och nackdelar med kanalerna och vilka förutsättningar som behövs för att kunna använda dem. Flera av dessa kanaler kan också med fördel användas för en mer jämlik kriskommunikation – men är särskilt viktiga vid störda förhållanden.

## Informationspunkter

En informationspunkt är en plats dit invånarna kan vända sig för att få information från myndigheter under en kris. Platsen kan vara en trygghetspunkt (se nedan) eller en annan plats där det inte finns någon annan service än information på en anslagstavla. Informationen kan vara muntlig eller skriftlig och ibland finnas på olika språk. Det bästa är om det går att använda platser som invånarna är vana vid att besöka i vardagen. Exempelvis bibliotek, turistkontor, skolor, simhallar, idrottshallar, kyrkor, församlingshem och föreningslokaler. Även caféer och affärscentrum kan vara aktuella att använda. Dessa platser kan behöva förberedas i förväg med utrustning för att de ska fungera i ett krisläge och eventuell personal behöver ha kunskap och en beredskap för hur de ska agera när informationspunkten aktiveras som en del av kriskommunikationen.



De som är ansvariga för informationspunkterna behöver i det förberedande arbetet bestämma om det alltid ska finnas en skylt på platsen som visar att de är en informationspunkt eller om skylten ska sättas upp när krisen är ett faktum. Oavsett hur man väljer att göra är det viktigt att invånarna i förväg har fått veta vad det finns informationsplatser och vad de kan förvänta sig av dem.

## Kommunicera på förhand

Kommuner behöver kontinuerligt kommunicera med sina invånare om risker, vilken beredskap kommunen har och vad invånarna kan göra för att stärka sin egen beredskap. I samband med risk- och beredskapskommunikation kan det vara lämpligt att berätta om var informationspunkterna finns.

Normalt sett är det kommunerna som ansvarar för informationspunkterna och att den information som finns där är korrekt och säker. Men det är viktigt att även andra myndigheter kan använda sig av dessa platser för att nå invånarna med information under en kris. Genom lokal eller regional samverkan kan aktörer gemensamt komma fram till vilken information som behöver finnas på informationspunkten.

Om informationen sätts upp på en anslagstavla behöver det finnas rutiner som säkerställer att endast de som har rätt att sätta upp information på tavlan har möjlighet att göra det.

### ■ Styrkor med informationspunkter:

- Uthållig kanal om det finns reservkraft där.
- Möjlighet till dialog om platsen är bemannad.
- Möjlighet att ha tolkresurser på plats.
- Representanter och information från flera aktörer kan samlas på ett ställe.
- Möjlighet att fylla kommunikativa stödbehov hos allmänheten såsom uppladdning av mobiltelefoner, tillgång till internet och fast telefoni, möjlighet att lyssna på radio med mera.
- Olika aktörer kan här sprida tillförlitlig information.

### ■ Svagheter:

- Mycket personalkrävande om platsen är bemannad.

### ■ Tänk särskilt på att

- ta reda på möjliga samlingslokaler i området
- planera eventuell bemanning
- utbilda eventuell ordinarie personal som finns på platsen om hur den kan användas i kris och vad personalen roll är
- kommunicera i förväg var trygghetspunkterna/informationspunkterna finns
- säkerställa rutiner för hur informationen som sprids är korrekt
- kontrollera att det finns reservkraft
- återrapportera läge och informationsbehov löpande till staben.

## Trygghetspunkter

En trygghetspunkt är en fysisk mötesplats dit människor kan vända sig vid större kriser i samhället. Kommuner har inget uttalat ansvar att upprätta trygghetspunkter. Många kommuner gör det ändå som en del i att möta ansvaret för att personer som vistas i kommunen får den hjälp och stöd de behöver, om det inte kan tillgodoses på annat sätt (SoL, 2 kap 11 §). Den kommun som upprättar en trygghetspunkt avgör också vilken service den ska erbjuda. På vissa trygghetspunkter går det att få värme, vatten, mat och möjligheter att övernatta. Det kan gå att ladda telefonen och använda internet. En viktig funktion för

trygghetspunkterna är även att det här ska gå att få nyheter och information om den aktuella krisen.

- ! En trygghetspunkt kan ofta fungera som informationspunkt, men en informationspunkt är inte alltid en trygghetspunkt.



## Allmänna, öppna anslagstavlor

På torg och i matbutiker kan det finnas anslagstavlor som vem som helst kan sätta upp information på. De är synliga eftersom de ofta sitter där människor passerar och lätta att använda, men det finns en hel del att tänka på innan man bestämmer sig för att använda sig av dem i sin kriskommunikation.

### ■ Styrkor:

- God synlighet.
- Robust kanal med god uthållighet under längre avbrott.
- Naturlig kanal för människor att söka sig till.

### ■ Svagheter:

- Kan användas för att sprida felaktig information. Till exempel kan en aktör med en egen agenda utge sig för att vara en svensk myndighet.
- Där vem som helst kan sätta upp ett anslag kan också vem som helst riva ner det.
- Saknar möjlighet till dialog.
- Fungerar bara för dem som kan ta sig dit på egen hand.

### ■ Tänk särskilt på att

- inventera viktiga anslagstavlor – inte bara kommunala – och bedöm i förväg vilka ni ska använda som informationskanaler.

- informationen ska distribueras och sättas upp. Det krävs personal med lokalkännedom och tillgång till fordon och bränsle.
- förbereda material för att kunna skriva anslag för hand.
- ange tydlig avsändare, datum och klockslag.
- fundera på säkerhetsaspekten och om det är lämpligt att använda sig av en öppen anslagstavla i samband med den aktuella händelsen.

## Skriftlig information för utdelning

Flygblad eller foldrar med information kan delas ut på möten, lämnas i brevlådor, lämnas över personligen genom dörrknackning eller delas ut i skolor så att elever kan ta med sig materialet hem.

### ■ Styrkor:

- Passar då allmänheten inte kan transportera sig till en särskild plats.
- Kan anpassas för specifika målgrupper i budskap och språk.
- Kan anpassas för målgrupper i specifika bostadsområden.
- Skriftliga, tryckta budskap kan stärka muntliga budskap, i synnerhet om målgruppen inte kan så bra svenska.

### ■ Svagheter:

- Kräver personal med lokalkännedom och tillgång till fordon och bränsle för att informationen ska kunna distribueras.
- Mycket personalkrävande.
- Aktörer med en annan agenda kan trycka upp material och utge sig för att vara en myndighet.

### ■ Tänk särskilt på att

- formulera informationen kort, koncist och tydligt.
- skriva på lättläst svenska eller översätta till relevanta språk.
- försöka att dela ut informationen på alla ställen samtidigt så att alla berörda har samma information.
- om möjligt samordna flera aktörers information i ett material.
- kommunicera med stöd av illustrationer när det är lämpligt, till exempel när informationen måste nå personer som inte talar svenska eller engelska. Förbered även detta material.
- förbereda material för att kunna skriva för hand.
- ange tydlig avsändare, datum och klockslag.
- använda flera avsändare om möjligt och i synnerhet avsändare som stort förtroende hos målgruppen. En kommun till exempel kan vinna på att kommunicera tillsammans med ett bostadsbolag.
- använda aktörer som rör sig ute, exempelvis hemtjänstpersonal, räddningstjänst, polis, tidningsbud, skolskjutsar, bokbussar, med flera.

## Mobila och uppsökande informatörer

Att använda människor som kommunikationskanal är i vissa situationer nödvändigt för att lyckas med kriskommunikationen. Det gäller både när de digitala, strömberoende kanalerna inte fungerar och när det gäller en fråga där det är viktigt att skapa förtroende och ha möjlighet till dialog. Förutom att använda sig av personal på till exempel medborgarkontor och bibliotek är det bra att ta hjälp av människor som kan förflytta sig och ta kontakt med invånarna där de befinner sig, till exempel i bostadsområden eller utanför skolor eller butiker.

### ■ Styrkor:

- Bra dialogmöjlighet och möjlighet på att få återkoppling.
- Möjlighet att nå grupper som inte kan, vill eller har vana av att förflytta sig.
- Möjlighet att bygga ett förtroende för avsändaren med hjälp av den mänskliga kontakten.
- Möjlighet att använda sig av personer som målgruppen redan känner och har förtroende för.
- Kan söka upp människor i hemmet, informera muntligt eller sätta upp lappar i trappuppgångar.

### ■ Svagheter:

- Mycket personalkrävande.

### ■ Tänk särskilt på att

- identifiera nyckelpersoner för olika målgrupper i förväg. Tänk på behovet av språkkunskaper och kulturell förståelse.
- etablera kontakt med frivilligorganisationer, intresseföreningar, idrottsföreningar, trossamfund med flera, som kan arbeta mobilt och uppsökande med informations-spridning.
- etablera kontakt med andra myndigheter som redan har kontaktvägar till målgrupperna.
- större tjänstefordon kan förses med informationsanslag och köras runt och parkeras på strategiska platser för att nå ut med information.
- förbereda profilkläder, exempelvis västar och id-brickor, som frivilliga eller personer som arbetar för flera aktörer samtidigt kan ha på sig.
- att ha rutiner för att löpnade återrapportera läge och informationsbehov till staben.

## Andra aktörers kanaler

Det kan finnas tillfällen då de egna kanalerna inte fungerar medan andra aktörers kanaler fungerar och kan användas för att nå ut. Det är bra att i förväg komma överens om hur samverkan kan ske.

Annan aktör kan till exempel vara en grannkommun, Västra Götalandsregionen, Västtrafik, Länsstyrelsen eller föreningar.

Informationsnumret 113 13 och den nationella webbportalen Krisinformation.se är också kanaler att använda.

## Tekniska system i samhället

Det finns olika tekniska system som fungerar även vid elavbrott. Till exempel

- megafoner med separata mikrofoner (tänk på att ha batterier i beredskap)
- högtalarvästar
- högtalarbilar
- Västtrafiks skyltar vid hållplatserna.

Det är bra att i förväg – gärna tillsammans med andra, till exempel med grannkommuner – inventera vad som finns och komma överens om hur ni kan låna ut eller nyttja dessa system i samverkan. Några saker kan också vara värda att skaffa själv för att ha i beredskap.



## VMA – Viktigt meddelande till allmänheten

VMA står för Viktigt meddelande till allmänheten och är ett varningssystem som används för att snabbt nå ut med viktig information till många människor vid olyckor eller all-

varliga händelser. Meddelandet sänds av Sveriges Radio, Sveriges Utbildningsradio, Sveriges Television, TV4, Kanal 5 och Kanal 9. I tv-kanalerna rullar en textremsa med varningsmeddelandet. VMA skickas också som sms till mobiltelefoner inom ett definierat geografiskt område.

VMA begärs hos SOS Alarm av behörig aktör och kan begäras via Rakel. SOS Alarm kontaktar sändningsledaren på Sveriges Radio, för att tillsammans med inringande aktör komma fram till innehåll och område för sändning av VMA. Kommuner, regioner, beredskapsmyndigheter, Försvarsmakten och Regeringskansliet får begära VMA.

Vid behov kan VMA kompletteras med utomhusvarningen Viktigt meddelande (Hesa Fredrik). Beslut om utomhusvarning tas av kommunal räddningschef eller räddningsledare.

Mer information om VMA-systemet finns hos MSB.

## Sveriges Radio

Sveriges Radio P4 har en särställning när det gäller samhällets kriskommunikation och har lång uthållighet vid till exempel strömavbrott, avbrott i telekommunikationerna eller andra svåra påfrestningar på samhället. Även sändarsystemet är byggt för att klara dessa påfrestningar.

Sveriges Radio P4 är beredskapskanal vid kris och störningar. Det innebär att kanalen är en del av den svenska beredskapen om någonting inträffar. Radions uppgift blir då att komma ut med information till så många som möjligt, så snabbt som möjligt.

Radion är en viktig kanal och samarbetspartner för myndigheterna vid olika samhällsstörningar. I ett läge då myndigheternas egna kanaler inte fungerar blir radion en ännu viktigare kanal.

### Trafikredaktionen P4

Västra Götalands län servas av en trafikredaktion i Göteborg (Göteborg med omnejd) och en trafikredaktion i Jönköping (Västdesken – P4 Väst, P4 Sjuhärad och P4 Skaraborg).

Till vardags och i de flesta fall är det enklast och bäst att kontakta trafikredaktionen på Sveriges Radio via telefon eller mejl. Men om telefon- eller datanätverk inte fungerar som de ska, går det alltid att få kontakt med trafikredaktionen via Rakel. Rakel finns idag på alla Sveriges Radios redaktioner. Har ingen i din organisation tillgång till Rakel kan bil- eller cykelburna budbärare vara en utväg.

När de lokala kanalerna inte sänder har de vidarekoppling till sändningsledningen eller trafikredaktionen i Stockholm. Den är bemannad dygnet runt och sänder trafik- och serviceinformation kvällar, nätter och helger i hela landet. Det är sändningsledningen som sköter VMA – Viktigt meddelande till allmänheten.

Tänk på att uppdatera din organisations planverk för krisberedskap med kontaktuppgifter till Sveriges Radio och ha dem tillgängliga på papper och inte bara digitalt.

För att medierna ska kunna stödja samhällets aktörer kan din organisation i förväg ta kontakt och diskutera med dem vilka rutiner ni ska ha. Det kan till exempel handla om att be de aktuella medierna att alltid länka till er information. Sveriges Radio kan vara öppna för att myndigheter placerar någon hos dem för att ha ständig tillgång till myndigheternas information om läget. Ett annat alternativ är att lokalradion placerar en reporter hos din organisation för att få snabb tillgång till aktuell information.

### Myndighetsmeddelande

Vid mindre allvarliga händelser kan myndigheter också begära att få sända så kallade myndighetsmeddelanden. Enligt Sveriges Radios sändningstillstånd ska radion ”kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det.” Det är trafikredaktionen som ansvarar för att sända myndighetsmeddelanden.



## Information till den egna organisationens personal

En målgrupp som är viktig att komma ihåg är den egna personalen. Inte minst med tanke på att medarbetarna har en viktig roll som vidareförmedlare av information. Dåligt informerade medarbetare får också svårare att arbeta med själva krishanteringen.

Organisationer behöver hitta sätt att nå även personalen när de ordinarie kanalerna för internkommunikation inte fungerar. Ofta kan radion vara en viktig kanal. En kommun kan via radion till exempel uppmana sina anställda att stanna hemma, eftersom det är för farligt att ge sig ut i ett pågående oväder.

Det kan också finnas tillfällen då organisationen behöver nå hela personalen utanför kontorstid. Ett sätt är att förbereda listor för massutskick via sms. Det fungerar bara så länge basstationer och mobiler har ström. Kanske denna lista också behöver innehålla privata mobilnummer, eftersom det inte är säkert att alla har med sig sin jobbtelefon hem.

Fysiska möten i större eller mindre grupper kan ibland vara nödvändigt för att informera personalen. Det kan finnas en poäng med att lokalen för dessa möten är utpekad och känd redan på förhand, så det inte råder något tvivel om vart medarbetarna ska bege sig för att få information.

Det kan också vara bra att i förväg fundera över om organisationen ska ha en överenskommelse om att samlas på en i förväg bestämd plats inom en viss tid om ni inte lyckas nå varandra.

## Inventera interna kommunikationskanaler

Alla organisationer har olika förutsättningar för kommunikation med medarbetare, men det är bra att inventera de kanaler som finns i förväg och komma överens om vilka vägar som kommunikationen ska ta i samband med en samhällskris.

Exempel på interna kanaler när el och internet saknas:

- Telefon, sms
- Affischering
- Möten
- Bud
- Rakel



# **STÖDRESURSER FÖR KOMMUNIKATION**

## Ta hjälp av andra

Det är bra att känna till och kunna ta förberedande kontakter med olika stödresurser som kan stödja i kommunikationsarbetet i olika krissituationer. Ofta finns det redan upparbetade kontakter via beredskapsfunktionen hos olika organisationer. Det är bra att specifikt se över hur dessa resurser kan stödja när andra kanaler kanske inte fungerar eller när de egna kommunikationsresurserna inte räcker till. Kommuner och andra aktörer kan alltid kontakta Länsstyrelsens tjänsteman i beredskap, TiB, när det finns behov av stöd.

## Criscom

Criscom är ett frivilligt rikstäckande förbund inom Svenska Försvarsutbildningsförbundet. De är verksamma inom kommunikationsområdet och stöttar både det militära och det civila krisberedskapssystemet med olika former av kommunikationskompetens. Criscom erbjuder sina medlemmar utbildning inom informationshantering och totalförsvarsupplysning för att tillgodose sina uppdragsgivares behov av frivilligresurser under övningar samt vid nationella och internationella insatser.

Många av medlemmarna har en bakgrund som kommunikatörer, journalister, skribenter eller liknande och med intresse av totalförsvarsfrågor. Myndigheter kan skriva avtal med Criscom om stöd med frivilligresurser inom kriskommunikation vid extraordinära händelser.



## Frivilliga resursgrupper

Frivilliga resursgrupper, FRG, är ett avtalsbaserat koncept för att samla frivilliga försvarsorganisationers kompetenser på lokal nivå. Bilkåren och Svenska Lottakåren är exempel på frivilliga

resursgrupper. FRG är en frivillig resurs för kommuners hantering av samhällsstörningar. FRG regleras inte i någon lag eller förordning och varje kommun avgör själv om den vill inrätta en FRG.

FRG:s uppgift är att finnas till hands för kommunen när de ordinarie resurserna behöver förstärkas vid en samhällsstörning. FRG kan hjälpa till med evakueringar, informationsspridning, stabsadministration och andra praktiska uppgifter som till exempel att dela ut vatten vid vattenavbrott. Även första hjälpen och medmänskligt stöd till drabbade är en arbetsuppgift för en FRG-medlem.

För att bli medlem i en frivillig resursgrupp måste personen gå en grundutbildning på 36 timmar. MSB bekostar den lokala FRG-grundutbildningen genom uppdragsmedel till Sveriges Civilförsvarsförbund. Efter genomförd utbildning skrivs i regel avtal mellan den frivilliga och kommunen men det kan variera mellan kommunerna. I grundutbildningen för FRG utbildas den frivilliga i första hjälpen, hjärt-lungräddning samt förebyggande brandskyddskunskap. Att möta människor i kris och att organisera spontanfrivilliga ingår också i FRG-utbildningen.

## Oorganiserade frivilliga

Många vill ofta hjälpa till i en kris. De flesta är inte organiserade i någon frivilligorganisation eller annan förening som kan vara kontakt mot myndigheterna och samordna de frivilligas insatser. Det kan vara klokt att förbereda hur din organisation ska organisera mottagandet av spontanfrivilliga vid en händelse. Risker är annars att det kan bli en belastning i stället för en hjälp, när många privatpersoner strömmar till för att bidra. En möjlighet är att redan etablerade frivilligorganisationer tar hand om de oorganiserade frivilliga. De kan då inventera kunskaper och nätverk som kan vara till nytta i kommunikationsarbetet.



**CHECKLISTOR**

## Checklista – före en samhällsstörning

Gå igenom denna checklista punkt för punkt som en förberedelse för att skapa förmåga att kommunicera med alla grupper i samhället under en kris.

### Tillit och förtroende

- Identifiera vilka grupper i samhället som ni har svårast att nå i vardagen och börja kommunicera med dem på ett sätt som fungerar och som bygger tillit.
- Undersök vilka erfarenheter, kunskaper och resurspersoner som redan finns inom er organisation eller i er organisations nätverk. Bra resurser att ta hjälp av kan till exempel vara SFI, fritidsgårdar, närpolis, boendevårdare och liknade funktioner.
- Etablera kontakt med nyckelpersoner i olika bostadsområden och olika grupperingar av människor, till exempel religiösa samfund. Gör kontaktlistor och skapa rutiner för samverkan.

### Tillgänglighet

- Ta reda på vilka språk som är mest prioriterade att översätta till i det geografiska område som ni ansvarar för i kriskommunikationen. Det är inte alltid de språk som flest nyanlända kan som är viktigast att översätta till, utan de språk som många talar som inte kan svenska.
- Säkerställ kontaktvägar till översättningsbyråer och att ni kan översätta material snabbt om det skulle krävas.

- Utbilda personal i att skriva lättlästa texter och öva på det.
- Se till att ni har tillgång till bilder att använda i kommunikationen, till exempel piktogram.

### Beredskap för störda förhållanden

- Bestäm vilka kanaler ni går över till om el, internet och telefoni inte fungerar.
- Kontrollera vilken generell beredskap er organisation har för att kunna fungera under exempelvis ett elavbrott. Vilken tillgång till reservkraft finns och var finns den?
- Ta reda på vilken kapacitet den egna webbplatsen har, exempelvis om den kan drivas av reservkraft och vilket antal simultana träffar den klarar av.
- Fråga andra aktörer om deras möjlighet att publicera er information på sina webbplatser eller sociala medier om era egna kanaler inte kan användas.
- Kom överens med Sveriges Radio P4 om hur ni samverkar när era kanaler inte fungerar.
- Se över rutiner för Viktigt meddelande till allmänheten (VMA).
- Bestäm vilka anslagstavlor och informationspunkter som ska användas.
- Informera allmänheten om vilka kanaler ni kommer att använda i en kris om digitala kanaler faller bort.

- Utbilda personalen på bemannade kommunala informationspunkter så att de är trygga med sin roll.
- Skapa rutiner för hur informationen på kommunala informationspunkter och anslagstavlor ska uppdateras på ett säkert sätt. Det behöver finnas rutiner för både den egna kommunens material och för andra aktörers material. Länsstyrelsen är förmedlare mellan kommunerna och andra myndigheter.
- Förbered material för att kunna ta fram handskrivnen information.
- Förbered hur ni tänker distribuera skriftlig information, till exempel med hjälp av vilka personer och vilka fordon.
- Gå igenom egen och andra aktörers tillgång till högtalarbilar, högtalarsystem, megafoner, elektroniska informationstavlor, med mera. Stäm av möjligheten att samverka med andra. Länsstyrelsen kan agera förmedlare mellan kommuner och andra myndigheter.
- Identifiera var många människor rör sig under dygnet för att kunna använda er av den kunskapen i den muntliga kommunikationen. Det kan till exempel vara utanför skolor eller förskolor på morgon och eftermiddag när föräldrar lämnar och hämtar barn, utanför livsmedelsbutiker vid lunchtid eller vid tågstationer eller busshållplatser vid tider när många reser.

## Checklista – under en samhällsstörning

Om ni har förberett er enligt föregående checklista, har ni en bra grund. Checklistan nedan ger ytterligare hjälp i en akut situation.

### Tillit, förtroende och tillgänglighet

- Ta hjälp av de nyckelpersoner som ni tidigare har identifierat, både inom er egen organisation och utanför.
- Se till att få återkoppling från målgrupperna om deras informationsbehov. Analysera återkopplingen och utforma fortsatt kommunikation utifrån den.
- Skriv texter på lättläst svenska direkt.
- Omvärldsbevaka för att upptäcka om alternativa kanaler upprättas av drabbade eller andra berörda grupper. Bestäm hur ni ska bevaka och förhålla er till dessa kanaler. Hur kan ni använda dem eller samverka med dem som står bakom kanalerna?
- Se till att steget mellan budskap och handling blir så kort som möjligt. Om målet med kommunikationsinsatsen till exempel är att människor ska vaccinera sig, är det bra att i samband med kommunikationen erbjuda stöd med att boka tid för vaccination.
- Översätt till de viktigaste språken.
- Samla in vanliga frågor och skriv svar.
- Dokumentera löpande era insatser och utvärdera hur väl ni når ut.

### Vid störda förhållanden

- Samverka med andra aktörer. Få deras lägesbild, behov av stöd eller möjlighet att stödja er.
- Etablera kontakt med Sveriges Radio P4. Kom överens om hur ni når varandra och hur de kan hjälpa till. Tänk på att be radion nämna den ursprungliga informationskällan för att inte tvekan ska uppstå hos allmänheten om det som radion rapporterar stämmer eller inte.
- Om webbplatsen går ner – ta kontakt med en annan aktör som kan låna ut utrymme och tänk på att era sociala mediekkanaler blir extra viktiga om er webbplats inte fungerar.
- Kontrollera löpande vilka kanaler som fungerar – hos er och hos mottagarna. Vid behov, hitta alternativ.
- Ta fram skriftlig information gärna i kombination med bilder, till exempel piktogram.
- Kommunicera vid på förhand bestämda informationspunkter och bemanna de punkter som ska vara bemannade.
- Sätt upp information på i förväg utsedda anslagstavlor.
- Sätt upp tryckta affischer med information på olika språk och bilder i fastighetsbolags trapphus, tvättstugor och cykelgarage.



- Förse de personer som är ute i samhället och informerar med skriftlig information. Även om de främst informerar muntligt kan det vara en trygghet att ha budskapen på pränt, gärna översatt till det eller de språk som de använder i kommunikationsinsatsen.
- Om en muntligt större kommunikationsinsats är planerad, kan det vara bra att i förväg dela ut kortfattad skriftlig information så att folk hinner läsa på och förbereda sig med eventuella frågor.
- Uppmana människor att hjälpa till att sprida era budskap vidare.



## Kommunikatörens krislåda

Ni som är kommunikatörer kan göra en rad praktiska förberedelser för att kunna kommunicera i lägen då el, internet och telefoni inte fungerar. Som stöd för era förberedelser har vi listat olika saker som kan vara bra att ha i det vi kallar "kommunikatörens krislåda". (Mobiltelefon och dator har vi utgått ifrån att alla har tillgång till.)

Ni behöver själva, utifrån er verksamhet, ta ställning till vilket material i listan nedan som är lämpligt att köpa in och ha på kontoret. Men även vad som kan vara klokt att ha i hemmet vid situationer då ni inte kan ta er till kontoret eller inte kan arbeta därifrån av olika skäl. Följande kan ingå i en krislåda:

- Mobiltelefonladdare och hörlurar.
- Powerbank.
- Solcellsladdare.
- Dynamoficklampa och vevradio.
- Alla uppgifter om larmlistor, kontaktlistor och planer utskrivna på papper.
- Papper i olika format för handskrivna information: A4, A3 och blädderblockspapper. Förbered gärna ett antal ark genom att sätta dit din organisations logga så det tydligt syns vem som är avsändare av informationen.
- Klistermärken eller stämplor med organisationens logga så att handskrivet material kan märkas med avsändare.
- Plastfickor som väderskydd för den handskrivna information ni sätter upp på anslagstavlor och andra ställen.
- Tuschpennor eller whiteboardpennor i mörka färger, gärna även vattenbeständiga.
- En rejäl tejprulle, exempelvis silvertejp eller vävtejp (vanlig tejp håller inte utomhus om det är dåligt väder).
- Sax, häftapparat, häftstift och vanlig tejp.
- Kollegieblock.
- Kulspetspennor och blyertspennor. Blyerts fungerar på fuktigt papper och i minusgrader.
- Överstrykningspennor (för att kunna markera extra viktig information på de handskrivna papper som sätts upp på olika ställen).
- Post-it-lappar.
- Hållare och lappar för att göra namnskyltar
- Karta över länet, er kommun eller ert område.
- Megafon och högtalarvästar.
- Reflexvästar med er organisations logga på.
- Energibar, proteinbar eller liknande så ni har något att äta om ni får jobba många timmar i sträck och inte får chans att äta ordentligt.

- Några plåster (det är lätt att skära sig på papper, sax eller andra vassa saker när ni arbetar ute på fältet under pressade förhållanden).
- En praktisk väska eller ryggsäck där ni får plats med allt material som behövs.
- En vit duk, ljus och ljusstake, tändstickor, vas till blommor samt en kondoleansbok om ni behöver arrangera en ceremoni för avlidna. Bestäm i förväg vilken lokal som ska användas vid en sådan ceremoni och sprid informationen i organisationen.
- Några walkie-talkies med god räckvidd. De kan till exempel användas av personer som skickas till ett större bostadsområde för att sätta upp information och som behöver stämma av med varandra. De kan också användas av personer som bemannar informationspunkter. Walkie-talkies fungerar oberoende av mobilnät och el. Se till att ha nya batterier som back-up.

## Referenser

Bohlin, G, och Ekman, J (2022): Nya vägar för risk- och kriskommunikationen

Cronin, M (2006): Translation and identity

Esaiasson, P, Johansson, B, Gherseti, M, och Sohlberg, J, JMG Göteborgs universitet, (2020): Kriskommunikation och segregation i en pandemi

Falkheimer, J, och Heide, M (2002): Kriskommunikation i ett globalt samhälle

Falkheimer, J, och Zaho, T (2020): Intercultural and multicultural approaches to crisis communication I: Crisis Communication

Gudykunst, W B (2005): Theorizing about Intercultural Communication

Internetstiftelsen (2022): Användning av sociala medier hos internetanvändare 2021 och 2022. Hämtad från Svenskarna och internet 2022

Johansson, B: En kommunikativ kris. KFI-rapport nr 176, 2022

Johansson, B, Strömbäck, J, Johansson, S, och Cassel, F, JMG Göteborgs universitet (2022): Sårbarhet för informationspåverkan

KAPI undersökning 2023. Bygger på personliga intervjuer med 1 040 utrikes födda deltagare. Intervjuerna genomfördes på 14 olika språk i åtta svenska städer våren 2023.

Kriskommunikation för ökad effekt vid hantering av samhällsstörningar (2019): MSB

Kriskommunikation och förtroende (2016): Stig Arne Nohrstedt, MSB

Lundälv, J, Nilsson, E M, och Eriksson, M (2021): Normkreativ krisberedskap

Malmgård, S (2021): Sveriges språkflora

Nordicom (2023): Communicating a Pandemic

Pym, A (2020): When trust matters more than translation. Pursuit

Stålhammar, M (2015): Att översätta är nödvändigt

Tillgänglig samhällsinformation (2023): MSB och Myndigheten för tillgängliga medier

Trygghetspunkter (2022): MSB och SKR

## **Kriskommunikationens kanaler**

Rapportnr: 2024:20

ISSN: 1403-168X

Diariennr: 46214-2023-2

Länsstyrelsen Västra Götaland, 2024

Kommunikationsenheten

[lansstyrelsen.se/vastragotaland](https://lansstyrelsen.se/vastragotaland)

Denna handledning är en bilaga till Kriskommunikationssamverkan i Västra Götalands län – Inriktning och arbetsätt. Den är en omarbetad och utökad version av "När de ordinarie kanalerna inte fungerar eller räcker till" från 2018. Originaldokumentet skrevs av Mia Dahlström under ledning av kommunikationsenheten på Länsstyrelsen Västra Götaland. Kommunikationsenheten har uppdaterat innehållet och utökat med perspektivet jämlik kriskommunikation.

Illustrationer: Ida Brogren, Vres illustration och design



**Länsstyrelsen  
Västra Götaland**