

Versjonsnummer	Utarbeidet	Faglig godkjent	System-godkjent	Sist revidert - Dato
1.0	16.05.2017	HWF	MAA	16.05.2017
2.0	03.05.2021	HWF	SS	03.05.2021

Forord

En krise medfører et betydelig informasjonsbehov hos både berørte, pårørende, interessenter, ansatte, pressen og samfunnet som helhet. Godt informasjonsarbeid gir en mulighet til å redusere den negative opplevelsen av krisen mens uforberedt og dårlig kommunikasjonsarbeid kan forverre kriseopplevelsen og i verste fall bli en krise i seg selv.

Dette er Longyearbyen lokalstyres første plan for krisekommunikasjon som er lagd med utgangspunkt i DSB's veileder for krisekommunikasjon og kapittel 3 i overordnet beredskapsplan for Longyearbyen lokalstyre 2017 (under revisjon).

Hege Walør Fagertun

Administrasjonssjef

Innhold

1. Plan for krisekommunikasjons	1
1.1 Mål og hensikt.....	1
1.2 LLS prinsipper for krisekommunikasjon	1
1.3 Kommunikasjonskart målgrupper og interessenter	1
1.4 Prinsipper for arbeidet med samfunnssikkerhet og beredskap	2
2. Kommunikasjonsoppgaver	2
2.1 Lokalstyreleders oppgaver	2
2.2 Administrasjonssjefens oppgaver.....	3
2.3 Informasjonsansvarliges oppgaver.....	3
2.4 Infotorgets oppgaver	3
2.5 Plan for befolkningsvarsel	3
2.6 Andre språk	4
3. Informasjonskrise	4
4. Organisering	4
4.1 Struktur og system	4
4.2 Øvelse og opplæring.....	5
5. Intern og ekstern bistand	5
6. Overvåking av medier og omverden	6
7. Etter krisen	6
8. Revidering	6

1. Plan for krisekommunikasjons

Denne planen for krisekommunikasjon danner rammen for Longyearbyen lokalstyre (LL) informasjons- og kommunikasjonsarbeid under en krise.

1.1 Mål og hensikt

LL skal være en åpen, etterrettelig og tilgjengelig organisasjon. LL skal ved kriser kunne informere media, egne ansatte og Longyearbyens innbyggere på en effektiv, offensiv og tilfredsstillende måte. Dette skal ivaretas av lokalstyrelederen, administrasjonssjef og kriseledelsens informasjonsansvarlige. Alle LLs pressemeldinger, pressekonferanser og oppslag på hjemmesiden skal avklares i kriseledelsen. Målet med informasjonsarbeidet i krisesituasjoner er å:

- bidra til å skape trygghet og sikkerhet, samt redusere unødig frykt/angst
- redusere og avgrense psykisk/fysisk skader og konsekvenser
- forhindre myter, rykter og feilinformasjon
- bidra til at de som skal løse den egentlige krisen får nødvendig arbeidsro og handlingsrom
- rettlede og gi råd til berørte parter
- styrke tilliten og omdømmet til LL

Hensikten med plan for krisekommunikasjon er å sikre at LL møter målene som er listet ovenfor og sørge for en felles forståelse av hvordan krisekommunikasjonsarbeidet foregår i LL. Tid og tilgjengelighet er avgjørende faktorer for at kriseinformasjonsarbeidet skal fungere. Det er nødvendig å være raskt ute for blant annet å unngå en informasjonskrise i tillegg til den egentlige krisen. LL har et nært samarbeid med Sysselmannen på Svalbard om krisekommunikasjon.

1.2 LLs prinsipper for krisekommunikasjon

LL benytter disse prinsippene ved utarbeidelse av sin krisekommunikasjonsplan.

Åpenhet

I sin kommunikasjon med innbyggeren skal LL være åpen, tydelig og tilgjengelig.

Medvirkning

LL skal ta med berørte innbyggere og bedrifter på råd, og involvere dem i utforming av politikk og tjenester

Nå alle

LL skal sørge for at relevant informasjon når fram til alle berørte.

Aktiv

LL skal aktivt og i tide gi informasjon om rettigheter, plikter og muligheter.

Helhet

LLs kommunikasjon skal oppleves enhetlig og samordnet.

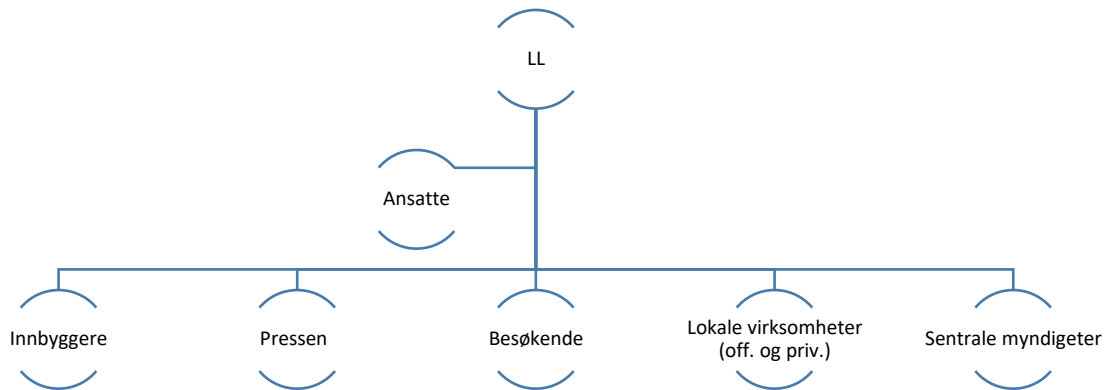
1.3 Kommunikasjonskart målgrupper og interessenter

En krise er en potensiell mulighet for interne og eksterne maktkamper og spørsmål om hvem som har det faglige eierskapet til en hendelse. For å unngå slike diskusjoner kan det være lurt å innkalle til et møte med involverte virksomheter raskt etter at en hendelse har inntrådt.

Da kan man opprette direkte kontakt og diskutere både budskap, samarbeidsformer og formidlingsmåter for de neste dagene.

Viktige målgrupper er:

- befolkningen, besøkende, involverte, rammede og berørte
- egne ansatte
- medier (lokalt, nasjonalt og internasjonalt)
- enkeltgrupper i befolkningen; f.eks. fremmedspråklige og turister
- samarbeidende/øvrige myndigheter



Figur 1 Kommunikasjonskart målgrupper og interessenter

1.4 Prinsipper for arbeidet med samfunnssikkerhet og beredskap

Stab for krisekommunikasjon skal være utpekt på forhånd gjennom de ulike beredskapsplaner og tiltakskort.

Ansvarsprinsippet innebærer at den organisasjon som har ansvar for et fagområde i en normalsituasjon, også har ansvaret for nødvendige beredskapsforberedelser og for å håndtere ekstraordinære hendelser på området. Det betyr at myndigheten som har ansvar for krisehåndteringen, også har ansvar for krisekommunikasjonen.

Likhetsprinsippet betyr at den organisasjon man opererer med under kriser i utgangspunktet skal være mest mulig lik den organisasjon man har til daglig.

Nærhetsprinsippet betyr at kriser organisatorisk skal håndteres på lavest mulige nivå.

Samvirkeprinsippet betyr at myndigheter, virksomheter eller etater har et selvstendig ansvar for å sikre et best mulig samvirke med relevante aktører og virksomheter i arbeidet med forebygging, beredskap og krisehåndtering.

2. Kommunikasjonsoppgaver

Den viktigste jobben for informasjonsansvarlige er å bruke kommunikasjon på en slik måte at den bidrar til arbeidsro for de som håndterer krisen og støtter opp under kriseledelsens arbeid. Krisekommunikasjonsoppgavene er fordelt på henholdsvis lokalstyreleder, administrasjonssjefen og kriseledelsens informasjonsansvarlige.

2.1 Lokalstyreleders oppgaver

- fronte media
- representere LL på folkemøter

2.2 Administrasjonssjefens oppgaver

- representere LL på folkemøter
- bidra til, samt godkjenne informasjon som skal publiseres, inkl. pressemeldinger
- fronte media ved behov

2.3 Informasjonsansvarliges oppgaver

Første timer

- utarbeide informasjon og legge plan for det videre informasjonsarbeidet i krisen
- befolkningsvarsling (se pkt. 2.6)
- vurdere eierskap til krisen
- informasjon til ansatte
- vurdere behov for ekstra hjelp til informasjonsarbeidet
- varsle og holde Infotorget oppdatert
- avklare talspersoner
- informere om Sysselmannens pårørendetelefon (EPS-senter, tlf.nr. opprettes av SMS)
- overvåke media
- sende ut godkjente pressemeldinger og invitere til eventuelle pressekonferanser/møte med pressen
- legge ut og oppdatere informasjon på internett, intranett og sosiale medier
- avklare med personal vedr. informasjon til ansattes pårørende
- utarbeide talepunkter og gi råd til lokalstyreleder
- holde kriseledelsen oppdatert om LL og Sysselmannens informasjonsarbeid
- vurdere sannsynlige utfordringer vedr. kommunikasjon i forbindelse med krisen
- dele informasjon internt, delta på interne møter om krisen
- dele informasjon eksternt, ta kontakt med viktige samarbeidspartnere i krisen for utveksling av informasjon osv.
- innsamling av fakta
- finne frem forhåndsprodusert materiale og vurdere behov for å lage nytt
- loggføring
- i samråd med Sysselmanen gi informasjon til:
 - publikum/pårørende under og etter krisen
 - innbyggerne om situasjonen
 - media
 - media om pressekonferanse og pressemeldinger
 - mediepersoner om oppholdsrom

Første dag

- lag vaktliste
- utarbeide videre kommunikasjonsstrategi
- husk nok hvile, mat og drikke
- unngå spekulasjoner, hypoteser og tall
- informer om hva dere jobber med

2.4 Infotorgets oppgaver

- besvare publikumshenvendelser

2.5 Plan for befolkningsvarsel

Befolkningen vil bli varslet via befolkningsvarsling (SMS-varsling) og holdes informert over LLs hjemmeside, www.lokalstyre.no. Ved e-kom bortfall vil informasjon henges opp på vinduer/dører på butikker, næringsbygget og kulturhuset. Ved evakuering vil dette bli informert via LLs og Sysselmannens nettsider. På evakueringstidspunktet vil representanter

fra LL og Sysselmannen kontrollere at de evakuerte husene er tomme. Ved akutt evakuering vil representanter fra LL (Brann og redning) og Sysselmannen gå fra dør til dør og informere om evakuering, samtidig som befolkningen vil varsles via befolkningsvarsling (SMS-varsel) og informeres på LLs og Sysselmannens nettsider.

2.6 Andre språk

LL bruker interne ressurser til å oversette viktig informasjon til engelsk. Eksterne ressurser blir brukt til å oversette til thai, russisk og evt. relevante språk. Dette avhenger av de berørte og pårørendes nasjonalitet.

3. Informasjonskrise

Uheldige hendelser fører med seg et betydelig informasjonsbehov som, inntil det er dekket, framkaller et informasjonsvakuum. Mangel på informasjon kombinert med stor interesse fra berørte parter, allmenheten og mediene, er et kjennetegn på en informasjonskrise. Dersom det ikke er god nok tilgang til saklig og korrekt informasjon, skapes det rykter, myter og informasjon basert på personlige opplevelser eller følelser osv. En informasjonskrise har mange negative konsekvenser som f.eks.:

- mennesker blir unødig skremt og/eller at mennesker som har behov for å vernes seg/komme seg bort, ikke blir varslet i tide
- kan føre til større skadeomfang enn nødvendig og i verste fall til panikk eller kaos
- svekket tillit og omdømme

Det er viktig å være bevisst på det mangfoldet av informasjonskanaler og hastigheten som informasjon spres med i dag, på godt og vondt. Det handler ikke lenger bare om papiraviser, radio og TV, men i tillegg om sosiale medier, blogger, nettaviser og ulike former for mobiltelefonbaserte kanaler. Tempo og krav til tilgjengelighet har økt. Det samme har mulighetene, både for å spre korrekt informasjon og feilaktige rykter. Utfordringen med de nye mediene er at de ikke alltid er underlagt like tydelig redaktøransvar som ivaretar en korrekt og balansert formidling.

Ved e-kom bortfall vil det ikke være mulig å benytte de normale kommunikasjonskanaler. Det vil derfor raskt oppstå behov for å spre og motta informasjon på annen måte. Dette må informeres ut til befolkningen i fredstid så de er kjent med hvor de kan få tilgang til informasjon om hendelsens art og omfang.

4. Organisering

4.1 Struktur og system

Informasjonsansvarlige er utpekt på forhånd og er beskrevet i tiltakskort for kriseledelse. Disse har en grunnkompetanse som gjør dem i stand til å utføre de oppgaver som skal utføres.

Informasjonsansvarlige kalles inn sammen med kriseledelsen. Det er fordelaktig å kalle inn begge personene som jobber med informasjonsarbeid og heller vurdere nedskalering dersom hendelsen viser seg å være mindre omfattende enn først antatt, eller når arbeidsmengden avtar.

Det må tas høyde for at en informasjonsansvarlig kan bli sittende over lang tid, med stort press på leveringer og tidsfrister. Det er derfor nødvendig å sørge for både matpauser og nok hvile mellom øktene. Vaktplaner utarbeides derfor tidlig, og man sørger for å involvere et tilstrekkelig antall personer. Det er ekstra viktig å ha fokus på informasjonsdeling ved vaktskiftet, CIM-loggen benyttes.

I beredskapssammenhenger er det kun godkjent informasjon fra kriseledelsen som skal formidles. Dette av hensyn til innbyggernes sikkerhet og håndteringen av krisesituasjonen.

For å sikre at informasjonen som LL gir i en krisesituasjon når riktige grupper og gir den ønskede effekten, bør kriseledelsen tenke gjennom noen momenter før en mer detaljert informasjonsplan legges:

- Hvem har ansvaret for å håndtere hendelsen? Det vil i mange tilfeller være andre enn LL som har ansvaret for å håndtere en hendelse samtidig som LL har sentrale støtteoppgaver. Det er da viktig å avklare ansvarsforholdene slik at riktig informasjon kommer fra riktig myndighet. Det er en god regel at man kun uttaler seg om det man har ansvaret for.
- Hvem er målgruppen for informasjonen? En hendelse kan ramme hele befolkningen i Longyearbyen eller kun en bestemt gruppe. Det er viktig å formulere informasjonen slik at den når målgruppen. Aldersmessige, språklige og kulturelle forhold må tas med i en slik vurdering.
- Hva ønsker man å oppnå med informasjonen? Det er viktig å avklare hva den overordnede hensikten med informasjonsutsendingen er. Er hensikten å få mottakerne til å gjøre noe eller ønsker man at de holder seg passive? Dette vil bestemme utformingen av budskapet og valg av medium.
- Hvilke kanaler kan brukes til informasjonsformidlingen? LL vil normalt ha god oversikt over hvilke kanaler som er tilgjengelige for informasjonsformidling, men det er viktig å velge riktig kanal ut fra hvem man ønsker å nå med informasjon og hva man ønsker å oppnå. Aktuelle kanaler er:
 - befolkningsvarling (SMS-varslings)
 - egne nettsider og intranett
 - lokalaviser (Svalbardposten og Icepeople)
 - riksmidier
 - sosiale medier
 - allmøter
 - oppslag på vinduer på butikker, næringsbygget og kulturhuset

4.2 Øvelse og opplæring

Årlig skiftes 20-25% av LLs ansatte ut. De ansatte som er involvert i LLs krisekommunikasjonsarbeid øver årlig på sin rolle som informasjonsansvarlig i kriseledelsen og øver jevnlig på bruk av CIM.

5. Intern og ekstern bistand

LL har ingen egen informasjonsmedarbeider i ordinær organisasjon, men har gitt to ansatte denne rollen i stab kriseledelse (informasjonsansvarlig og stedfortreder).

Informasjonsarbeidet blir derfor utført av ansatte uten formell informasjonsbakgrunn, men som er vurdert som godt egnet. Pr. d.d. kan flere i LL både publisere på hjemmesidene og loggføre i CIM, men de er ikke trent i krisekommunikasjon. Ved kriser over lengre tid anses det som nødvendig at flere er forberedt på informasjonsoppgaven.

LL har et informasjonssamarbeid med Sysselmannen. Under krise holder informasjonsarbeiderne i de respektive organisasjonene kontakt med hverandre. På forhånd har LL og Sysselmannen blitt enig om at informasjon publiseres av den som «eier» informasjonen, f.eks. eier LL informasjon om EPS. Sysselmannen eier informasjon om tilgang på evakuerte bygg og områder.

6. Overvåking av medier og omverden

LL abonnerer på en nyhetstjeneste som holder nyhetsfeeden på LLs hjemmeside oppdatert. Det skal være mulighet for kriseledelsen å være løpende oppdatert på nyheter fra riksdekkende medier.

Hensikten med medieovervåking er å avdekke:

- hva innbyggerne og andre sier om vår håndtering av krisen
- om våre uttalelser og informasjon blir korrekt gjengitt
- hvordan fremstilles vi
- hva mediene rapporterer om noe vi ikke har tenkt på og bør agere på
- om mediene gir ukorrekte opplysninger om hendelsen som vi bør korrigere
- om det fremkommer kritikk vi bør imøtegå eller besvare
- hva som sies i sosiale medier
- hvor stor er interessen i mediene
- hva andre myndigheter og offentlige virksomheter sier
- hvilke andre «eksperter» som tar vår plass i mediene
- hvordan andre sentrale aktører og myndigheter fremstilles

Som i all kommunikasjon, også ved kriser: dersom man oppdager feil i en artikkel eller nyhetssending bør man kontakte redaksjonen så raskt som mulig og be om at feilen rettes. Man kan også korrigere ved å legge ut en melding om feilen – og rett informasjon – på egen webside og i sosiale medier. Slike korrigeringer bør også sendes samarbeidspartnere og viktige interessenter.

7. Etter krisen

Kommunikasjon etter krisen skal også planlegges. Det kan bli stilt kritiske spørsmål, oppstå rykter, plasseres skyld og det blir en generell usikkerhet om videre oppfølging. I etterkant bør man overvåke hva som skrives og ytres om den uønskede hendelse, slik at man raskt fanger opp kritikk og feiloppfattelser blant befolkningen/mediene og korrigerer dette.

8. Revidering

Krisekommunikasjonsplanen bør evalueres og eventuelt revideres etter en hendelse.

Plan for Krisekommunikasjon skal som et minimum revideres en gang pr. år.