

# KOMMUNIKATION FÖR SÄKRARE EVENEMANG

Erna Danielsson, Roine Johansson, Anna Olofsson, Susanna Öhman

Hur säkra evenemang planeras finns väl beskrivet i t.ex. MSB:s skrift *Säkerhetsguide för evenemang*. Handboken riktar sig till arrangörer och ger vägledning till att skapa ett tryggt evenemang. Den ger råd och tips, men tar också upp gällande lagar.

Denna guide utgör ett komplement till MSB:s säkerhetsguide. MSB-guiden är till formatet en relativt tjock bok, och har karaktär av handbok eller uppslagsbok. Detta dokument, som innehåller en guide och en planeringsmodell, har ett annat syfte: Det är avsett att hjälpa evenemangsarrangörer genom att tillhandahålla en uppsättning praktiska råd i kortfattad och direkt överblickbar form, där vi tagit fasta på en specifik aspekt, nämligen hur man kan arbeta med säkerhet genom kommunikation med deltagare, publik och allmänhet. När dessa grupper förekommer i planeringen kring evenemangssäkerhet handlar det i allmänhet mest om att de ska informeras. Information är förvisso en viktig aspekt av kommunikation i samband med evenemang, men den typen av envägskommunikation bör kombineras med inslag av tvåvägskommunikation, och dialog.

Här kompletteras alltså befintliga guider och handböcker med en enkel och lätt överblickbar planeringsmodell och en kriskommunikationsguide. Planeringsmodellen ger en överblick över kommunikationsbehov före, under och efter ett evenemang, och kriskommunikationsguiden bidrar med en mer detaljerad guide för den externa kommunikationen med allmänhet, publik och deltagare.

Kommunikationsguiden är inspirerad av det arbete som gjordes inom FP7-projektet PRACTICE.

Inspiration till vårt arbete med planeringsmodell har hämtats från det arbete som gjorts vid Flinders University i Adelaide, Australien och bygger mer specifikt på Paul Arbon och Alison Huttons arbeten om säkerhet vid större evenemang i South Australia. Det inledande arbetet genomfördes i samarbete med Dr Alison Hutton.

Planeringsmodellen är tänkt att användas som stöd före en händelse, för att kartlägga och planera kommunikationsbehovet till deltagare, publik och allmänhet. Modellen är uppbyggd utifrån ett före-, under- och efterperspektiv och bygger på samverkan med andra relevanta aktörer.

Modellen innehåller i före-skedet en kartläggning av förväntningar och risker kring evenemanget. Det handlar till stor del om att reflektera över evenemangets karaktär, publiken och deltagarnas kännetecken och förväntningar, hur man når ut till deltagarna samt vilka skador och risker som kan uppstå. Den här informationen kan sedan användas för att formulera information som tillgodoser deltagarnas behov och som också kan skapa en positiv känsla hos publiken redan innan de anländer till evenemanget. Redan i detta stadie kan risker elimineras genom att en relevant och ”positiv” information kommuniceras. Här bör också tillfällen till tvåvägskommunikation och dialog erbjudas, genom exempelvis chattfunktioner i evenemangsappar.

Den här första kartläggningen lägger också grunden för arbetet att förhindra eventuella risker, t.ex. att informera om busstider för nattbussar, larmnummer, kartor över området, samt skapa ett stöd för personal att rapportera in uppgifter (se säkerhetsappen och instrumentet för stalking, SAS, som är framtagna inom projektet).

I ett efter-skede finns stöd för utvärderingar utifrån den kartläggning som genomförts i planeringsfasen (t.ex. rapportering via säkerhetsappen). Har arrangören räknat med en viss typ av skador och personalen fått instruktioner och stöd om att rapportera skador under evenemanget är det enkelt att utvärdera efteråt.

Det är inte enbart publik och deltagare som kan behöva information. Ett evenemang påverkar ofta omgivningen runt själva händelsen i sig. Då kan även allmänheten i närområdet behöva informeras om evenemanget och dess konsekvenser, t.ex. avstängda vägar, risk för trafikstockningar, tillfälliga parkeringar och campingar, eller andra störningar i lokalsamhället. När sådan information fungerar väl kan det bidra till att allmänheten i närområdet får en positiv inställning till evenemanget och har större förståelse för eventuella olägenheter.

## Bilagor:

- 1) Planeringsmodell för kommunikation och säkerhet
- 2) Kommunikationsguide vid evenemangssäkerhet

## PLANERINGSMODELL FÖR KOMMUNIKATION VID EVENEMANG

TYP AV EVENEMANG		
	DELTAGARE/PUBLIK	HÄNDELSE
KARTLÄGGNING	<p>Vilka vänder evenemanget sig till och vilka motiv har de för att delta?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktiva deltagare (idrottare, musiker, politiker etc.)</li> <li>- Supporters, Fans</li> <li>- Publik</li> <li>- Allmänhet</li> </ul> <p>Krävs anpassning till målgrupper med särskilda behov?</p> <p>Vilken eventkultur eftersträvas och vilka förväntningar har deltagare med sig till evenemanget.</p> <p>Följer vissa moralregler (oskrivna etiska koder) med evenemangskonceptet?</p>	<p>Vilken typ av evenemang handlar det om, t.ex. sport/idrott-, kultur-, familjeevenemang.</p> <p>Vilken karaktär har evenemanget?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inom/utomhus</li> <li>- Dag/kväll, flera dagar</li> <li>- Årstid</li> <li>- Aktiva/Passiva deltagare</li> <li>- Sittande/Gående/Stående</li> <li>- Antal</li> <li>- Inhägnat; biljetter/öppet</li> </ul> <p>Finns specifika förutsättningar kring evenemanget som behöver kommuniceras?</p>
SYFTE	<p>Minimera risker, konflikter och misstämning innan evenemanget, och skapa en positiv känsla.</p>	<p>Förhindra överfall, olyckor och skador. Planera för egen och andras säkerhet.</p>
KOMMUNIKATION OCH KANALER	<p>Positiva filmklipp hur ett bra agerande under evenemang kan se ut (se t.ex. "Take care of your mate" från Australien).</p> <p>Evenemangsapp med program och länkar till filmklipp/ YouTube, websidor.</p>	<p>I Evenemangsappen: Information om buss-tider, larmnummer, kartor med utmärkta serviceställen och ut-, ingångar (evakueringsvägar). Även information för att skydda sig själv t.ex. klädsel beroende på evenemang och dryck/vatten vid stark värme.</p> <p>Websidor med information om förutsättningar och saker att tänka på inför evenemanget.</p> <p>Chattfunktion för frågor.</p>
MÅLGRUPP	<p>Deltagare och publik.</p>	<p>Deltagare, Publik, Evenemangspersonal.</p>

## PLANERINGSMODELL FÖR KOMMUNIKATION VID EVENEMANG

	RISKER	INFÖR UTVÄRDERING/LÄRANDE
	RISKBEDÖMNING	UTVÄRDERING
<b>KARTLÄGGNING</b>	<p>Vilka typer av risker kan komma ifråga t.ex. fysiska, temperatur- och väderrelaterade, alkohol och drogrelaterade. Kommunicera riskerna internt och förbered kommunikation med deltagare och publik.</p> <p>Finns stalkningsrisk (Använd instrumentet Stalking Assessment Screen, SAS)</p> <p>Rapportmenyn i säkerhetsappen kan användas för rapportering och kommunikation internt mellan arrangör och evenemangspersonal. Förebered för utvärdering av evenemanget (kan ske genom säkerhetsappen).</p> <p>Planera för kriskommunikation (se kriskommunikationsguiden).</p> <p>Samverkan med kriskommunikatörer/informatörer från räddningsorganisationer, hälso- och sjukvård.</p>	<p>Hur blev det?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Antal skador</li> <li>- Alkohol/droger</li> <li>- Publikanda</li> <li>- Problem med transporter</li> <li>- Småbekymmer</li> <li>- Larm</li> <li>- Samverkan med andra organisationer</li> <li>- Besök i sjukvårdstält</li> <li>- Behov av olika form av stöd/hjälp</li> <li>- Etc. beror på evenemangets art</li> </ul>
<b>SYFTE</b>	<p>Planera för egen och andras säkerhet. Förbered kommunikationen med personal, professionella inom vård och hälsa, samt utbilda och förbereda egen personal att ta hand om skadade.</p>	<p>Utvärdera evenemanget från olika perspektiv och initiera lärande med särskilt fokus på kommunikation.</p>
<b>KOMMUNIKATION OCH KANALER</b>	<p>Information om t.ex. serviceställen för att se om skador utmärkta på kartor och synliga skyltar.</p> <p>Eventspecifik information kring säkert beteende.</p> <p>Tydlig skyltning för evakuering, tydligt markerade in- och utgångar.</p>	<p>Förbered enkäter via app eller annat media till</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Deltagare</li> <li>- Personal</li> <li>- Andra professionella aktörer</li> </ul> <p>Intervjua nyckelpersoner.</p> <p>Observationer och inrapportering under händelsen via säkerhetsappen.</p>
<b>MÅLGRUPP</b>	<p>Deltagare, Publik, Evenemangspersonal.</p>	<p>Evenemangspersonal.</p>

# Kriskommunikationsguide vid evenemang »»»»

## FÖRBEREDELSE FÖR KRISKOMMUNIKATION INFÖR EVENEMANG

### Förbered för kriskommunikation

- » Skapa en evenemangspecifik kriskommunikationsplan som riktar sig till publik, deltagare (t.ex. idrottare, musiker) och allmänheten
- » Identifiera målgrupper med särskilda behov och vilka kommunikationskanaler de använder
- » Var beredd för en pågående dialog med publik, deltagare och allmänheten genom flera olika kanaler

### Utse ansvarig och utbilda

- » Utse och utbilda en kommunikatör ansvarig för kriskommunikationen
- » Genomför medieträning med fokus på kriskommunikation vid event
- » Involvera och samordna kriskommunikationen med andra aktörer under evenemanget
- » Skapa ett kommunikationsnätverk med t.ex. räddningsorganisationernas kommunikatörer för att stärka kriskommunikationsförmågan

### Förbered kommunikation med och genom media

- » Engagera olika medier i rapporteringen om krisen: lokala, nationella och ibland globala medier
- » Etablera långsiktiga samarbeten med journalister

## KRISKOMMUNIKATION UNDER ETT EVENEMANG

### Samarbeta inom kriskommunikationsnätverket

- » Etablera ett gemensamt kriskommunikationsnätverk för händelsen och samarbete med andra aktörer kring meddelanden och kanaler
- » Gör kontaktinformation lättillgänglig

### Förbered för att ta emot information och för kommunikation

- » Använd erkända och vanligt förekommande kommunikationskanaler för att få relevant information
- » Prioritera och analysera inkommande information
  1. *Först och omedelbart – hantera och kommunicera information som behövs för att ta omedelbara beslut eller åtgärder*
  2. *Använd befintliga rutiner – vilka uppgifter efterfrågas vanligtvis vid den här typen av händelse?*
  3. *Hantera information som kommer in – ev. annan information med värde för hantering av olyckan*
- » Utvärdera dina källor kontinuerligt
- » Identifiera och uppdatera dina relationer med experter inom området

### Kommunicera

- » Informera även om du inte har fullständig information och informationen är osäker, säg då att mer information kommer
- » Informera publik, deltagare och allmänhet vem som hanterar händelsen och vem de kan vända sig till för mer information
- » Första meddelandet: Se till att meddelanden är korta, enkla och konsekventa. Ta samtidigt reda på vilka behov av riktad information som finns (mångfald, heterogena målgrupper). Definiera krisen, vilken typ av olycka, och var har den skett
  - *Vad görs för att hantera krisen och av vem*
  - *Ge instruktioner vad man ska göra*
  - *Informera om var man kan få mer information*
- » Följ upp och justera informationen när situationen utvecklas
- » Var så ärlig och öppen om situationen som möjligt
- » Använd alla möjliga kommunikationskanaler för att nå ut

### Skapa trovärdighet

- » Var ärlig
- » Ta reda på vilka mottagarna av ditt meddelande är, var de finns, vilka behov de har
- » Visa medkänsla och empati i kommunikationen
- » Var informerad och lyssna noga på dina källor
- » Var konsekvent och tydlig i ditt meddelande

### Samarbeta med media

- » Håll media informerade
- » Använd media för att kommunicera med allmänheten
- » Kommunicera med enkla budskap

## ANSVAR EFTER KRISER

- » Visa medkänsla med drabbade
- » Om behov finns, etablera en sorgestund
- » Uppdatera andra involverade organisationer om vad som görs
- » Ta ansvar för det som har skett
- » Var uppmärksam på de misstag som begåtts och var specifik

## UTVÄRDERA OCH LÄR FRÅN KRISEN

### Utvärdering

- » Utvärdera kriskommunikationen
- » Uppskatta och utvärdera den skada som skett
- » Samla information från alla typer av källor
- » Analysera insamlad data/information

### Lärande

- » Bjud in andra involverade organisationer och bearbeta det som hände
- » Ta upp de svagheter i kriskommunikationen som kom fram vid utvärderingen
- » Organisera lärande workshops och kommunicera och dela lärdomar från händelsen
- » Revidera kommunikationsplanen