



Folkhälsomyndigheten

Pandemiberedskap

Hur vi kommunicerar – nationellt kunskapsunderlag



Denna titel kan laddas ner från: www.folkhalsomyndigheten.se/publicerat-material/. En del av våra titlar går även att beställa som ett tryckt exemplar från Folkhälsomyndighetens publikationsservice, publikationsservice@folkhalsomyndigheten.se.

Citera gärna Folkhälsomyndighetens texter, men glöm inte att uppge källan. Bilder, fotografier och illustrationer är skyddade av upphovsrätten. Det innebär att du måste ha upphovsmannens tillstånd att använda dem.

© Folkhälsomyndigheten, 2023.

Artikelnummer: 22048-1

Kommunikation och pandemier

Nationella, regionala och lokala aktörer ska med sin kommunikation stödja de insatser som görs för att hantera och lindra effekterna av en pandemi.

Kommunikationen handlar om att följa och hantera konsekvenserna av pandemin, men även förstå hur allmänheten uppfattar pandemin – att lyssna till omvärlden och agera utifrån läget. Genom att kommunicera påverkar man händelseutvecklingen och driver krishanteringsarbetet framåt.

Det här dokumentet är ett kunskapsunderlag för att planera, genomföra och följa upp kommunikationen vid pandemier. Målgruppen är kommunikationschefer och kommunikatörer vid de nationella, regionala och lokala myndigheter som har ett ansvar för att kommunicera med befolkningen vid samhällskriser såsom en pandemi. Men vi vänder oss även till beredskapsplanerare, utredare och experter som behöver kunskap om kommunikationsberedskap.

Dokumentet innehåller en checklista med saker som behöver göras av samtliga aktörer före, under och efter en pandemi. Där beskrivs de områden som behöver kommuniceras samt finns några specifika budskap vid pandemins start, om vaccination och om olika informationskällor för allmänheten.

Pandemiberedskap - Hur vi kommunicerar är ett av tre kunskapsunderlag som ligger till grund för beredskapsarbetet inför en pandemi. De övriga två är *Pandemiberedskap – Hur samhällets aktörer kan förbereda sig* (uppdaterad 2023) och *Pandemiberedskap - Tillgång till och användning av läkemedel* (revideras under 2024).

Detta kunskapsunderlag har uppdaterats utifrån erfarenheter från covid-19 så här långt. Det pågår fortsatta utvärderingar av covid-19 pandemin liksom flera utredningar inom beredskapsområdet som kommer att påverka planeringen inför, och hanteringen av, utbrott av smittsamma sjukdomar och internationella hälsohot inklusive pandemier. Folkhälsomyndighetens kunskapsunderlag om pandemiberedskap kommer därför att behöva uppdateras iterativt allteftersom nya vägledningar och nya regleringar upprättas och träder i kraft. Exempel på förändringar som är på gång är:

- Ett nytt globalt pandemifördrag och som beräknas vara klart under 2024
- En revidering av det internationella hälsoreglementet och som beräknas vara klar under 2024
- En ny EU-beredskapsplan för hälsokriser och pandemier och som beräknas vara klar under 2024

Folkhälsomyndigheten

Karin Tegmark Wisell
Generaldirektör

Innehåll

Pandemiberedskap	1
Kommunikation och pandemier	3
Kommunikationens roll vid en pandemi.....	6
Övergripande mål.....	6
Mål för kommunikationen	6
Strategier	8
Beredskap och planering	12
Kommunicera prioriteringar	12
Förutsättningar för hantering.....	13
Öva.....	13
Huvudbudskap	14
Kommunikationens förutsättningar	15
Grunden till en förtroendefull relation läggs i vardagen	15
Viktigt med snabb start med kommunikationen	15
Målgruppsanpassa budskapen och kommunicera fakta.....	16
Relevant och aktuell information, i fungerande kanaler	16
Att hantera vilseledande information och kommunikation	17
Hållbar organisation ger hållbart kommunikationsarbete	17
Samverkan ger kunskap om målgruppernas behov	17
Inkluderande, tillgängligt och jämlikt.....	18
Målgrupper	18
Kommunikationskanaler	21
Medier	21
Aktörer och samverkan	24
Ansvarsfördelning	24
Effektivt samarbete	25
Myndigheternas gemensamma syfte.....	25
Checklista kommunikation	26
Planeringsfasen (tiden mellan pandemier)	26

Hanteringsfas (pandemin pågår).....	26
Nedtrappningsfas (pandemin är på väg att gå över)	27
Budskap i början av, och under en pandemi.....	27
Referenser	29

Kommunikationens roll vid en pandemi

Vid en pandemi behöver hela samhället relevant information under hela händelseförloppet – både allmänhet och olika yrkesgrupper och verksamheter.

Övergripande mål

Kommunikationen i samband med en pandemi ska stödja de övergripande nationella målen för hanteringen, nämligen att

- minimera sjuklighet och dödlighet i befolkningen
- minimera övriga negativa konsekvenser för individen och samhället.

För att uppnå dessa mål används en kombination av åtgärder, bland annat medicinska, icke-medicinska och kommunikativa. De kommunikativa åtgärderna förstärker även de övriga, dels för att försöka begränsa smittspridningen, dels för att lindra de negativa konsekvenserna för dem som på olika sätt påverkas av pandemin. Det är viktigt att man i hanteringen av en pandemi tar hänsyn till både de direkta och de indirekta effekterna på folkhälsan. Kommunikationen behöver tydligt förklara på vilket sätt åtgärderna och myndigheternas arbete minimerar sjuklighet och dödlighet i befolkningen samt övriga negativa konsekvenser för individen och samhället.

Mål för kommunikationen

Det är viktigt att kommunikationsinsatserna i samband med en pandemi bidrar till förståelse och upprätthåller förtroendet för myndigheternas och sjukvårdens bedömning av situationen i hela befolkningen. Mottagarna behöver känna förtroende för avsändaren och budskapet för att de ska ta informationen på allvar och välja att agera.

Kommunikation vid en pandemi ska underlätta för målgrupperna att göra rätt, och därmed ska den bidra till att hindra smitta och lindra andra negativa effekter av pandemin. Med tydlig och tillgänglig information blir det lättare för målgrupperna att fatta egna beslut genom att de

- uppfattar situationen och effekten för dem
- motiveras att vidta förebyggande åtgärder
- känner igen symtomen på sjukdomen
- vet vad man ska göra om man blir smittad
- vet hur man vårdar sig själv och andra hemma
- känner till vilken roll vaccin och läkemedel spelar i situationen
- vet var de hittar korrekt information
- vet var de kan få svar på sina frågor.

Genom att kontinuerligt använda ovan punkter som frågeunderlag i olika befolkningsundersökningar kan man se vad befolkningen vet om pandemin. Kommunikation vid en pandemi ska vidare bidra till följande:

- Aktörerna får bättre förmåga att följa upp och anpassa åtgärder samt förebygga och hantera missuppfattningar, informationspåverkan och desinformation.
- Samhället behåller och ökar sin motståndskraft och anpassningsförmåga (resiliens) genom att med kommunikation som verktyg stärka och stödja det hälsofrämjande och förebyggande folkhälsorelaterade arbetet, med fokus på de mest utsatta grupperna.
- Beslutsfattare får lättare att agera och fatta beslut som bidrar till att öka jämlikheten i hälsa och därmed minska de påverkbara hälsoklyftorna.
- Allmänheten behåller och ökar sitt förtroende för samhällsaktörer och kunskapskällor.

Under hela händelseförloppet behöver allmänheten, olika yrkesgrupper och andra berörda aktuell och relevant information om vad som händer, varför det händer, vad myndigheterna gör och vad man själv kan göra. Speciellt viktigt är det att personal inom hälso- och sjukvården, omsorgen och socialtjänsten har de fakta som de behöver för att kunna genomföra sina uppgifter och bemöta frågor från allmänheten. Kommunikationen bör präglas av empati och respekt samt förklara vad var och en kan göra för att undvika smittspridning och lindra sjukdom. Genom att kommunicera tidigt, korrekt och ärligt upprätthålls trovärdigheten. Kommunikationen behöver även förklara åtgärder som på längre sikt har betydelse för folkhälsan och som kan komma att spela stor roll i samhället. Man behöver även förklara varför dessa åtgärder sätts in och hur myndigheterna har kommit fram till vilka åtgärder som bedöms vara effektiva.

Men målen kan inte alltid uppnås enbart med information och kommunikation. Folkhälsoarbetet har länge tagit stöd i beteendeinsikter, som även bör inkluderas i arbetet med risk- och kriskommunikation på nationell, regional och lokal nivå. Beteendeinsikter är ett tvärvetenskapligt kunskapsområde som tar stöd i beteendevetenskap, sociologi, psykologi, samhällsvetenskap och kulturvetenskap. Att arbeta med beteendeinsikter i folkhälsa innebär att systematiskt kartlägga hinder och främjande faktorer för olika beteenden och beslut som rör hälsa, hos både individer och i samhället. Det betyder att det behöver finnas förståelse för vilket sammanhang olika medborgare befinner sig i och vilka samhällsstrukturer som kan påverka beslut och beteenden. Men det räcker inte med kunskap och förståelse, det är av största vikt att aktörerna har förmågan och möjligheterna att integrera dessa insikter i planering, insatser och kommunikation. Det är ett arbete som ställer höga krav på samverkan mellan samtliga berörda aktörer på nationell, regional och lokal nivå. Det ordinarie förebyggande och preventiva folkhälsoarbetet är en viktig del i det arbetet, alltså det som görs när det inte är kris eller pandemi i samhället.

Strategier

Som stöd för arbetet med att uppnå kommunikationsmålen i samband med en pandemi, föreslås sju strategier som inkluderar arbete med beteendeinsikter och det som inom riskkommunikation benämns som RCCE; Risk Communication Community Engagement; riskkommunikation och samhällsengagemang. Att arbeta med RCCE innebär att involvera samhället i arbetet med risk- och kriskommunikation för att kommunikationen ska bli så effektiv som möjligt. RCCE använder sig av metoder inom samhällsvetenskaperna som sociologi och psykologi, dialog och delaktighet med samhället samt strukturerad hantering av ryktesspridning för att minimera såväl sjuklighet som övriga negativa konsekvenser för individen och samhället. Världshälsoorganisationen (WHO) menar att RCCE är en avgörande faktor för arbete med hälsorisker och folkhälsa. De nedan sju strategierna grundar sig i den samlade kunskapen och erfarenheten av risk- och kriskommunikation. Hur dessa strategier ska användas kan variera utifrån olika offentliga aktörers uppdrag och ansvar. Strategierna hänger även samman och överlappar varandra i flera avseenden och kräver dialog och engagemang på både lokal, regional och nationell nivå:

- öppenhet
- tillgänglighet
- lyhördhet
- flexibilitet
- samverkan och samordning
- kontinuitet och igenkänning
- god kommunikationsberedskap.

Öppenhet

Nationella myndigheter ska precis som i andra sammanhang kommunicera och agera på ett transparent och öppet sätt, det vill säga berätta vad de gör och varför samt vad de vet och inte vet. Det innebär också att aktivt informera och vara tillgängliga för massmedier och att formulera enkla och relevanta budskap, som så långt det är möjligt svarar på målgruppernas frågor och möter behovet av information. Genom att ha kunskap om målgruppernas medievanor ökar möjligheterna att ge öppen kommunikation i medier som är relevanta för de olika målgrupperna. Det krävs även en vana av att kommunicera på ett öppet sätt i vardagen, inte bara under en kris. Men i en kris kan kraven på öppenhet öka från befolkningen. Det gäller inte bara ökad trafik per epost, telefonsamtal och frågor från media och allmänhet i olika kanaler, utan kan även innebära att trycket på vissa funktioner i en organisation ökar drastiskt på kort tid, t ex utlämnande och sekretessbedömningar av allmänna handlingar där det behövs juridisk kompetens. En grundprincip för öppenhet är att alltid utgå från att allmänheten vill ha bästa möjliga information om läget.

Tillgänglighet

Information från myndigheter och andra aktörer behöver vara enkel, lätt att hitta och anpassad för mottagare med olika behov och förutsättningar. Det finns krav i lagen om tillgänglighet till digital offentlig service, som gäller myndigheters webbplatser och mobila applikationer. Att anpassa information och kommunikation utifrån mottagarens perspektiv kan i en kris innebära förutsättningar som är både kända och okända sedan tidigare. Genom att ha kunskap om hinder och faktorer som kan motverka tillgängligheten för olika målgrupper, som t ex språk, funktionsnedsättning, demografi och normer ökar möjligheten för tillgänglig kommunikation för hela befolkningen.

Tillgänglighet innebär också att myndigheter behöver vara redo att kommunicera även om inte hela bilden är klar och alla svar finns. Då är det viktigt att kommunicera vad myndigheterna gör för att få mer information. Därför behöver man följa kunskapsläget och attityderna i befolkningen, dels i inledningsskedet, dels löpande för att se om myndigheternas kommunikation och information är tillgänglig för alla målgrupper. Detta kräver att kommunikatörer och sakkunniga experter gemensamt och snabbt kan formulera och stämma av budskap samt att talespersoner finns tillgängliga och är förberedda. Det är återigen viktigt att påpeka att det kräver tydlig samverkan mellan olika samhällsaktörer och överenskomna samverkansformer.

Lyhördhet

För att skapa en god samverkan mellan myndigheter och andra offentliga aktörer krävs att alla aktörer prioriterar dialogen, både sinsemellan och med allmänheten. Det bidrar till att aktörerna blir mer lyhörda för allmänheten, vilket i sin tur kan bidra till kunskap om t ex myndigheternas information och kommunikation är tillgänglig för allmänheten. Som en del i omvärldsbevakningen är det bra om myndigheter följer den bild av situationen som förmedlas via massmedier och sociala medier. I en kris är det också avgörande att uttrycka empati och förståelse för de känslor och utmaningar som medborgarna står inför. Detta kan ge underlag för arbetet med att nå särskilt sårbara grupper och upptäcka brister i kommunikationen.

Flexibilitet

Flexibilitet innebär att hela tiden ompröva situationen utifrån en risk- och konsekvensanalys som bygger på information från en mängd källor. I detta ingår att vara beredd på överraskningar, att bedöma och analysera risker i kommunikationsarbetet och att acceptera det oförutsägbara i situationen och planera därefter. En lyhörd och effektiv omvärldsbevakning ger kunskap som kan användas som underlag för ett flexibelt kommunikationsarbete och det bör finnas utrymme för detta i organisationen. Ett flexibelt kommunikationsarbete ska kunna ta höjd för ny kunskap på ett strukturerat sätt, även om det innebär att snabbt kunna ändra den planerade kommunikationen.

Samverkan och samordning

Genom att koordinera kommunikationsarbetet kan de nationella myndigheterna, tillsammans med regioner och kommuner, bidra till att budskapen blir enhetliga över hela landet. Kommunikationsarbetet kan koordineras genom olika samordningsfunktioner. För att dessa samordningsfunktioner ska fungera behöver det även finnas tydliga beslutsmandat för varje samordningsfunktion, annars riskerar samordningen att hindra ett effektivt arbete. Därför är det viktigt med samordning på både strategisk och operativ nivå, inom och mellan samhällsaktörer. Samverkan med de aktörer som känner en viss målgrupp bäst ökar möjligheterna att lyckas med sin kommunikation. Samordnade insatser innebär också att resurserna kan utnyttjas mer effektivt. Genom att dela kunskap om omvärlden och utgå från samma grundinformation kan aktörerna få alla bästa möjliga förutsättningar för att fatta beslut och stödja hanteringen av pandemin. Samverkan bör vara förberedd och använd innan en pandemi är ett faktum. De forum som används till vardags behöver ses över och kunna stärkas vid behov.

Kontinuitet och igenkänning

Nationella myndigheter, regioner och kommuner bör prioritera att kommunicera med hjälp av de talespersoner, avsändare och kommunikationskanaler som målgrupperna känner förtroende för och är vana vid att lyssna till. De nationella myndigheterna ansvarar för att ta fram budskap och kommunikationsinsatser som stöd i kommunikationsarbetet för regioner och kommuner, i nära samverkan och dialog. Då ökar möjligheten att samtliga kan ge relevant, korrekt och enhetlig information.

God kommunikationsberedskap

Varje nationell, regional och lokal aktör behöver ha en beredskap för kommunikationen i samband med en pandemi. Det finns flera exempel på hur man kan öka den beredskapen:

- De nationella, regionala och lokala aktörer som är ansvariga för att kommunicera under en pandemi har kommunikationsplaner för en pandemi. Dessa planer ska gälla dels pandemisituationen som helhet, dels de specifika aktiviteter som varje aktör ansvarar för.
- Det finns ett systematiskt arbetssätt och rutiner för kommunikationsarbetet som är överenskommet både inom och mellan de nationella, regionala och lokala aktörerna.
- De nationella, regionala och lokala aktörerna känner till samverkansformerna och ansvarsfördelningen när det gäller kommunikationen i samband med en pandemi.
- Aktörerna har redan en löpande samverkan inom de övergripande områden som är relevanta för att de ska kunna kommunicera effektivt vid en pandemi. I detta ingår att gemensamt bedöma informationsbehovet, formulera budskap,

planera och prioritera insatser, nå målgrupperna genom koordinerade aktiviteter och följa upp insatserna.

- Det finns väl etablerade samverkansformer och kontaktvägar mellan kommunikatörer och sakkunniga experter inom relevanta områden.
- Planer och förmågor testas regelbundet i övningar med fokus på risk- och kriskommunikation.

Beredskap och planering

Det är omöjligt att veta när en pandemi kommer eller hur den utvecklar sig. Beredskapsplaneringen för kommunikation måste därför pågå kontinuerligt och anpassas varje gång en pandemi uppstår. Ingen pandemi är den andra lik.

En pandemi är en händelse där en stor mängd information måste kommuniceras på ett effektivt, samordnat och trovärdigt sätt. Det innebär att de aktörer som har ett ansvar att kommunicera med allmänheten måste samverka redan innan pandemin är ett faktum. Det gäller främst nationella myndigheter, länsstyrelser, regioner och kommuner. Men en pandemi påverkar hela samhället, och även näringsliv, intresseorganisationer och andra aktörer behöver samverka och hantera en pandemi utifrån sin verksamhet. Informationsbehovet kommer alltid att vara stort och i många situationer kommer faktaunderlaget att vara ofullständigt och läget oklart. Samverkan runt kommunikation behöver upprätthållas, utvecklas och förtydligas mellan och inom aktörer på lokal, regional och nationell nivå.

Kommunikationen bör ta hänsyn till att man måste hantera en pandemi där ett stort antal individer blir allvarligt sjuka eller dör, stora samhällsstörningar uppstår eller allvarliga förtroendekriser förekommer. Dessutom kan kommunikationen behöva utformas med hänsyn till att kunskap behöver omprövas under pandemins gång, t.ex. vid ett nytt och okänt smittämne.

Kommunikationsarbetet kan behöva starta redan vid misstanke om att en pandemi är på väg och pågå långt efter det att smittspridningen mattats av. Det är viktigt att inte skala ner kommunikationsplaneringen för tidigt när skeendet börjar gå mot sitt slut. Vågor av smittspridning kan avlösa varandra, och sådana skeenden behöver även finnas med i kommunikationsplaneringen. Genom att tydliggöra i kommunikations- och beredskapsplaner hur kommunikationsarbetet kan skalas upp och ned vad gäller bemanning, samverkan och kommunikationsinsatser får man bättre förutsättningar för att följa pandemins händelseförlopp.

Tillvägagångssätt och kanaler behöver vara tydliga och ändamålsenliga när det gäller att direkt ge vård- och omsorgspersonal information, som stöd i en pressad situation där man dessutom behöver bemöta människors frågor och oro.

Beredskapen måste ge utrymme för att man måste anpassa planerade kommunikationsinsatser, eller planera nya, utifrån hur situationen utvecklar sig. I detta ligger att använda flexibla och snabba kanaler som är utarbetade sedan tidigare med både andra aktörer och allmänheten. Det behöver gå snabbt att möta oväntade behov av kunskap eller att besvara frågor, även om obehagliga och oönskade händelser. Vidare behövs strategier för hur man förhåller sig till sociala medier, bemöter ryktesspridning och samtalar med målgrupperna.

Kommunicera prioriteringar

Under en pandemi kommer prioriteringar behöva göras hela tiden. Dessa prioriteringar behöver också kommuniceras, speciellt om de innebär en ny

inriktning som kan få konsekvenser för mottagarna. Om ändringar och prioriteringar inte kommuniceras tydligt och transparent kan det leda till besvikelse och frustration som riskerar att motverka ett gott syfte. Samverkan och samordning mellan aktörerna kan förebygga detta.

Förutsättningar för hantering

När ett nytt smittämne sprids behöver myndigheterna uppgifter om dess egenskaper för att bedöma situationen. Sådan information kommer troligtvis från de områden i världen där smittämnet först upptäckts och sprids. I detta skede spelar Världshälsoorganisationen (WHO) en viktig roll för att analysera och förklara läget.

Om pandemin kommer till Sverige kort efter det att den upptäckts är det troligen inte helt klart vilka grupper som är mest sårbara, hur sjukdomsförloppet ser ut och hur sjukdomen och dess följd effekter bäst behandlas. Det kommer heller inte att finnas ett vaccin initialt, eftersom ett sådant tar tid att ta fram. När i tiden pandemin kommer till Sverige, i relation till andra länder, påverkar alltså vilka åtgärder som kan vidtas i olika skeden av händelseutvecklingen.

Öva

Genom utbildning och övning kan man få en ökad förmåga att hantera kriser. Hur den operativa kriskommunikationen ska bedrivas och organiseras behöver de ansvariga aktörerna själva avgöra beroende på typen av kris och utifrån sin egen organisation och sina resurser. Övningarna behöver inte specifikt beröra en pandemi utan kan handla om olika former av utbrott av smittsamma sjukdomar, händelser där det behövs risk- eller kriskommunikation eller händelser som testar förmågan att föra dialog med olika målgrupper.

För att kommunicera effektivt under en pandemi är det viktigt att man i beredskapsplaneringen bland annat säkerställer följande:

- Samverkan runt kommunikation upprätthålls, utvecklas och förtydligas mellan och inom aktörer på lokal, regional och nationell nivå.
- Aktörerna har och använder strategier för att förhålla sig till sociala medier, möta ryktesspridning och föra samtal med målgrupperna.
- Det finns tydliga och ändamålsenliga kommunikationskanaler till stöd för vård- och omsorgspersonal som i en pressad situation dessutom behöver bemöta människors frågor och oro.

Hur övningar ska genomföras behöver varje aktör planera och förbereda utifrån sitt uppdrag och ansvar. Myndigheterna behöver även en gemensam handlingsplan för att kunna samverka på ett fungerande sätt.

Huvudbudskap

Vid en pandemi finns tre huvudbudskap, alltså de saker som är allra viktigast att kommunicera till målgrupperna. Huvudbudskapen ligger till grund för kommunikationsinsatserna, men både budskap och kommunikationsinsatser behöver anpassas utifrån målgruppernas förutsättningar och pandemins karaktär.

Viss information är möjlig att förbereda, men en hel del måste tas fram efter hand utifrån läget. Budskapen ska vara väl grundade i fakta och anpassas till den aktuella situationen. Detta är de huvudsakliga budskapen som behöver kommuniceras:

- En pandemi innebär att ett nytt smittämne sprids över hela världen och många kan smittas och bli sjuka. Hur allvarlig situationen kan bli vet ingen i början, men man bör följa nyheterna och lyssna till myndigheternas bedömning av situationen.
- Vid smittspridning i samhället behöver allmänheten känna till hur man undviker att smittas eller smitta andra, samt vad man gör om man själv eller någon närstående blir sjuk.
- Vaccination är den mest effektiva åtgärden för att minska sjuklighet och dödlighet i befolkningen samt motverka smittspridning. Det kan dock dröja innan ett vaccin finns tillgängligt.

Kommunikationens förutsättningar

Erfarenheter från tidigare pandemier och utbrott visar att några av de förutsättningar som kan vara avgörande för en effektiv kommunikation är att kommunikationen är snabb när ett utbrott eller en pandemi startar, att kommunikationen målgruppsanpassas och att aktörerna samverkar från start. Andra erfarenheter och generella insikter som är bra att ha med i arbetet med att hantera en pandemi beskrivs nedan.

Grunden till en förtroendefull relation läggs i vardagen

Många frågor vid en pandemi är komplexa och kan inte besvaras direkt. Men om det finns en vana hos myndigheter och sjukvård att kommunicera i vardagen utifrån målgruppernas behov på områden som har betydelse under en pandemi, t.ex. förebyggande hygienåtgärder, läkemedel och vaccinationer, ökar möjligheten för effektiv kommunikation även under en pandemi. Kommunikation utifrån målgrupps behov innebär att målgrupperna har en roll i samverkan och inkluderas i kommunikationsplaneringen även mellan pandemier. Det är särskilt viktigt att metoderna för att arbeta med målgrupper som behöver anpassad kommunikation är etablerade och används systematiskt i all kommunikationsplanering.

Förtroendet för kommunikationens avsändare påverkar hur människor tolkar budskap, upplever risker och väljer att agera i situationen.

Människors benägenhet att agera påverkas speciellt om de uppfattar att

- det finns ett verkligt hot
- orsaken går att förklara och förstå
- situationen är allvarlig
- det finns något man kan göra åt saken.

Viktigt med snabb start

Behovet av att kommunicera är mycket stort i inledningen av en pandemi, trots att faktaunderlag om sjukdomen och spridningen är ofullständiga.

Kommunikationsarbetet måste starta i ett tidigt skede, i nära samverkan mellan kommunikatörer och sakkunniga experter. Samverkansgrupperna behöver vara etablerade innan en pandemi bryter ut, såväl nationellt som regionalt och lokalt. För att snabbt komma igång med kommunikationen behöver samverkan vara både strategisk och operativ, med en tydlig organisation internt och externt. Vid en pandemi kan människor ställas inför nya valsituationer och komplexa frågor, och informationen behöver därför sättas in i sitt sammanhang och förklaras på ett enkelt, entydigt och korrekt sätt. Den första informationen som når medborgarna är av stor vikt.

Målgruppsanpassa budskapen och kommunicera fakta

I början av händelseutvecklingen är det extra viktigt att noga överväga de budskap som kommuniceras. De måste grunda sig i fakta och ge en bild av vad som är möjligt att uttala sig om just då. Tidiga uttalanden sprids snabbt i massmedier och sociala medier och tenderar sedan att hänga kvar. Det första som kommuniceras är det som stannar i människors medvetande och kan vara svårt att korrigera i efterhand. Det gäller även påståenden som inte är baserade på fakta. Människors uppfattning av pandemin är viktig, oavsett i vilken mån den överensstämmer med verkligheten. Det är nämligen människors bild av pandemin som kommer att prägla deras uppfattning om och förtroende för samhället och myndigheter.

Det finns en risk för att allmänheten inte uppfattar de budskap som myndigheterna försöker sprida, eller inte känner sig berörda av dem. Det är därför viktigt att lyssna till hur situationen beskrivs i omvärlden och att följa upp hur olika målgrupper uppfattar det som kommuniceras, genom exempelvis attitydundersökningar.

Attitydundersökningar under en pandemi

Under covid-19-pandemin använde de nationella myndigheterna enkätundersökningar för att följa befolkningens beteendeförändringar utifrån rekommenderade smittskyddsåtgärder. Syftet var att få en bild av följsamheten gentemot myndighetens rekommendationer, nivån av allmän oro och människors informationsbehov. Underlagen användes även för att förbättra informationen och kommunikationen med olika målgrupper.

Utöver en effektiv omvärlds- och mediebevakning behövs strategier för att i olika sammanhang bemöta och föra dialog med målgrupperna. Man behöver utgå från att alla vill ha bästa möjliga kunskap för att kunna fatta bästa möjliga beslut.

För att målgrupperna ska kunna relatera till och agera under en pandemi behöver ansvariga myndigheter vara tillgängliga, öppna och begripliga. De behöver berätta på vilka grunder bedömningar görs. Genom att integrera kommunikations- och medieperspektiv liksom juridiska och epidemiologiska perspektiv tidigt i beslutsprocesserna blir det lättare att ha en proaktiv och välgrundad kommunikation.

Relevant och aktuell information, i fungerande kanaler

Olika yrkesgrupper behöver information för att klara sitt arbete, och det krävs stora insatser för att nå ut till personal inom vård och omsorg. Fungerande kommunikationskanaler både inom och mellan olika aktörer (t.ex. myndigheter, regioner, kommuner och vårdgivare) är svåra att bygga upp när en krissituation väl är ett faktum. Kunskapsspridning i en föränderlig situation bygger därför på att kommunikationskanalerna är kända och fungerar bra redan före en pandemi.

Det kan vara svårt att ta till sig budskap i en osäker och stressfylld situation, vilket ställer extra höga krav på tydlig information om det som människor efterfrågar

kunskap om. På några kända områden kan information tas fram i förväg, men den största delen måste utformas i situationen för att vara relevant och aktuell. Detta ställer höga krav på att vara både förberedd och flexibel.

Att hantera vilseledande information och kommunikation

Vid en samhällskris såsom en pandemi kan det förekomma att information förvanskas i syfte att påverka mottagarna i en viss riktning. Det kan handla om medveten desinformation som ska störa och vilseleda, eller felaktig information som får spridning. Alla aktörer bör ha beredskap och rutiner för att hantera vilseledande information och kommunikation.

Potentiellt skadlig kommunikation som främmande makt eller deras ombud ligger bakom (medvetet eller omedvetet) kallas för otillbörlig informationspåverkan. Det kan hanteras på liknande sätt som vilseledande kommunikation, men ska också rapporteras till Myndigheten för psykologiskt försvar (MPF).

Att förbereda sig för att hantera vilseledande kommunikation

- Skapa ett fastslaget arbetssätt för hur vilseledande kommunikation såsom falska nyheter, desinformation och felaktig information ska identifieras och hanteras. MSB:s och MPF:s publikation *Att möta informationspåverkan – handbok för kommunikatörer* är bra att utgå från.
- Utbilda ansvarig personal. MSB tillhandahåller gratis webbutbildning i skydd mot informationspåverkan.
- Kontakta MPF som kan tillhandahålla stöd.

Hållbar organisation ger hållbart kommunikationsarbete

Ett effektivt kommunikationsarbete under en långvarig kris kräver mycket resurser, och en av utmaningarna är att ha en hållbar organisation. De berörda aktörerna behöver därför planera långsiktigt och se till att arbetet kan anpassas efter olika scenarier, och snabbt går att skala upp. Den interna kommunikationen är en viktig del i att bygga en hållbar organisation och ett hållbart kommunikationsarbete. Medarbetare som är väl insatta och får rätt förutsättningar för att arbeta i en kris bidrar till effektiv kommunikation genom ett hållbart kommunikationsarbete.

Samverkan ger kunskap om målgruppernas behov

Alla efterfrågar information utifrån sina förutsättningar, och det finns därmed ett stort behov av att kommunicera effektivt med många olika målgrupper med olika behov av information. Aktörerna har kunskap om specifika grupper och individers skilda behov. Genom en konstruktiv samverkan kan resurserna användas så effektivt som möjligt.

Det är viktigt att myndigheter och regionala och lokala aktörer har en fungerande samverkan i form av exempelvis nätverk och arbete med gemensamma behovsanalyser, budskap och kommunikationskanaler. Dessa samverkansformer behöver säkerställas, dels mellan och inom nationella och regionala aktörer, dels med samhällsviktiga aktörer inom och utanför offentlig sektor. Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) har tagit fram *Gemensamma grunder för samverkan och ledning vid samhällsstörningar* och tillhandahåller även kurser i samverkan och ledning.

Inkluderande, tillgängligt och jämlikt

All kommunikationsplanering bygger på kunskap om, och förståelse för, människors attityder, beslutsprocesser och beteende.

Under en kris påverkas människor annorlunda än i vanliga fall, t.ex. hur man tar in information, hur informationen hanteras och hur man agerar utifrån den. Det behöver tas hänsyn till i all kommunikation före och under en kris, men det är särskilt viktigt ur ett jämlikt perspektiv. Även i en kris ska kommunikationen vara tillgänglig, inkluderande och jämlik, och samhällsinformation behöver nå ut snabbt och brett till befolkningen genom masskommunikation. Men den behöver också anpassas till målgruppernas olika behov och sättas i ett sammanhang som är begripligt för mottagaren. Det behövs också riktade insatser till grupper och individer med särskilda behov. Genom välplanerad samverkan kan målgrupper involveras och inkluderas i kommunikationsarbetet. De som arbetar med målgrupperna till vardags är även de som känner målgrupperna bäst, det är därför en bred samverkan i samhället är en förutsättning för att kommunicera på ett inkluderande och jämlikt sätt.

Målgrupper

Vid en pandemi är målgrupperna för kommunikationen många, alla med olika behov och förutsättningar. Människor bör i så stor utsträckning som möjligt få lika förutsättningar för att ta till sig informationen, allt från vilka åtgärder som behövs för att hindra smittspridning till information om vad som händer.

Som utgångspunkt presenterar vi här några viktiga målgrupper:

- allmänhet
- medier
- riskgrupper
- grupper med specifika behov
- yrkesgrupper och verksamheter
- nyckelpersoner och nätverk.

Allmänhet

Alla i samhället berörs av en pandemi och utgångspunkten är därför en bred ansats i kommunikationsarbetet. Eftersom allmänheten är en stor och heterogen grupp måste tid läggas på att analysera vilka grupper och individer som kan behöva riktad information, om exempelvis förebyggande åtgärder, som är anpassad till deras förutsättningar, och att prioritera bland dem. Det är ett omfattande arbete som behöver vara förberett innan en pandemi bryter ut, genom att samverka om strategiska och operativa frågeställningar och överenskomna rutiner. Även medarbetare i en organisation tillhör gruppen allmänhet och bör inkluderas i gruppen allmänhet, förutom målgruppen yrkesgrupper och verksamheter.

Medier

I en krissituation följer många människor medierna för att hålla sig uppdaterade om läget. Medierna är därför både en målgrupp, en granskare av myndigheternas agerande och en viktig förmedlare av information under en kris. Även här är det viktigt att arbeta inkluderande och analysera vilka medier som är relevanta för olika målgrupper.

Riskgrupper

Personer som löper större risk än andra att bli allvarligt sjuka bör få information så snart som möjligt, av både myndigheter och sjukvård. Information om vilka som tillhör de medicinska riskgrupperna kan emellertid dröja tills det finns uppgifter om sjukdomsfall och spridning från de delar av världen där smittämnet först sprids.

Grupper med specifika behov

Som nämnts finns det grupper och individer som behöver riktad och speciellt utformad information, t.ex. för att de befinner sig på en speciell plats eller har vissa behov eller förutsättningar. Vissa målgrupper kan vara uppenbara från början, medan andra kanske identifieras först vid samverkan eller när pandemin är ett faktum. Exempel på målgrupper med specifika behov kan vara äldre, föräldrar, personer på resa, personer som inte talar svenska och personer med funktionsnedsättningar som påverkar deras informationsinhämtning.

Yrkesgrupper och verksamheter

Flera olika yrkesgrupper behöver riktad information som stöd i arbetet och i mötet med patienter, klienter och kunder. Framför allt spelar personalen inom vård och omsorg en avgörande roll när det gäller att förklara situationen och bemöta oro. De måste ha aktuell och relevant information för detta ändamål och bör därför prioriteras i lokalt, regionalt och nationellt kommunikationsarbete. Andra exempel är personalen i skola och förskola, socialtjänst, fängelser och butiker.

Nyckelpersoner och nätverk

Nyckelpersoner och opinionsbildare inom exempelvis yrkesorganisationer och patientgrupper är betydelsefulla när det gäller att snabbt stämma av och kvalitetssäkra budskap. Om möjligt kan de också sprida informationen vidare inom de egna nätverken. Att snabbt identifiera och etablera en kontakt med dessa personer och nätverk kan ge stor effekt och ha betydelse under hela det fortsatta händelseförloppet.

Kommunikationskanaler

För att få största möjliga effekt av kommunikationsinsatserna krävs en kombination av olika kommunikationskanaler. Situationen under en pandemi är ofta osäker och fakta tillkommer löpande. Då är det viktigt att använda snabba kanaler där det är enkelt att göra ändringar.

Aktörerna bör prioritera de kommunikationskanaler som målgrupperna har förtroende för och vanligtvis använder. Det är också viktigt att se över kommunikationsvägarna för att snabbt och effektivt nå anställda inom vård och omsorg. Vid extraordinära händelser kan ordinarie kanaler behöva ersättas eller kompletteras. Under en kris är det även viktigt att ta hänsyn till olika individers behov och överväga sätt att göra kommunikationen tillgänglig, inkluderande och jämlik. Även intern kommunikation ska inkluderas i detta.

Nedan beskrivs några av de övergripande kommunikationskanaler som kan användas i samband med en pandemi. Det finns naturligtvis många fler och valet av kanaler måste präglas av en stor flexibilitet utifrån situationen.

Medier

Medierna spelar en viktig roll som kommunikationskanal, både nationellt och lokalt. I en osäker situation följer många människor massmedierna för att hålla sig uppdaterade. Men tillvägagångssättet, förutsättningarna och motivationen att ta till sig information skiljer sig mycket mellan olika individer, liksom förtroendet för de budskap som sprids via massmedier.

Webbplatser

Myndigheternas, regionernas och kommunernas egna webbplatser är viktiga kanaler för kommunikation om hälsa och medicin. Utöver dessa, är den myndighetsgemensamma nationella webbplatsen Krisinformation.se i kombination med regionernas informationstjänst 1177.se, navet för samordnad information på webben.

Den nationella webbplatsen Krisinformation.se bemannas dygnet runt av MSB, och den riktar sig till allmänheten med information om olika former av kriser.

Webbplatsen är ett viktigt redskap för myndigheterna i deras gemensamma arbete med att samordna information och budskap till allmänheten. Krisinformation.se länkar till bekräftad information från olika myndigheter och kan innehålla samordnad information till allmänhet och medier i form av exempelvis frågor och svar.

Den nationella sjukvårdsrådgivningens webbplats 1177.se och telefontjänsten 1177 är regionernas kommunikationskanaler för allmänheten i hälso- och sjukvårdsfrågor och är därför naturliga kanaler för information i samband med en pandemi.

Sociala medier

Enligt undersökningen ”Svenskarna och internet” har cirka 90 procent av internetanvändare från 8 år och uppåt använt sociala medier under de senaste åren, men hur de används kan skilja sig mycket åt mellan olika åldersgrupper. Genom sociala medier kan myndigheter nå fler med bekräftad information och öka kunskapen om en kris, särskilt i en situation då medieflödet är intensivt och spekulationerna många. Det är därför viktigt att myndigheter bevakar och är närvarande i sociala medier. Att snabbt svara på människors frågor är en av de viktigaste uppgifterna i en osäker situation. Samtidigt behövs beredskap för och kunskap om informationspåverkan och desinformation.

Telefontjänster

I en osäker situation vill många få prata med någon och ställa frågor. Vid en pandemi är det aktuellt att använda flera olika telefontjänster för att möta detta behov och för att ge tydlig, samstämmig och korrekt information om läget och saker som man själv kan göra. Telefontjänsterna behöver också möta behov av information på andra språk. Här följer några exempel på telefontjänster.

11313 är ett nationellt informationsnummer vid allvarliga olyckor och kriser, för samtal från allmänheten som inte är akuta. All information som lämnas av 11313 är bekräftad av myndigheterna.

Telefonfrågor från allmänheten som rör hälsoråd och sjukvårdsinsatser vid en pandemi hanteras i första hand via regionernas telefontjänst 1177. Flera regioner och kommuner har också egna telefonnummer dit allmänheten kan ringa för att få svar på frågor inom ramen för deras verksamhetsområden.

En viktig kanal för allmänhetens frågor om läkemedel är *Läkemedelsupplysningen*, med telefonnummer 0771-46 70 10. Där finns det möjlighet att diskutera risker, biverkningar och andra frågor om användning av läkemedel.

E-post

Det behöver även finnas beredskap för att hantera en stor mängd frågor som kommer in via e-post till myndigheter och offentlig förvaltning. Med funktionsbrevlådor och förberedda frågor med svar (FAQ, frequently asked questions) kan det bli lättare att hantera ett högt informationstryck vid en pandemi.

Trycksaker

Broschyrer och annat informationsmaterial bör riktas till en bred allmänhet och till grupper och yrkesgrupper med speciella behov av information. Det kan behövas olika typer av trycksaker, exempelvis affischer som kan sättas upp på offentliga platser och foldrar som kan delas ut i lämpliga sammanhang. En del av detta material kommer att förberedas av nationella myndigheter.

Vidareinformatörer

Vidareinformatörer kan exempelvis vara yrkesorganisationer och intressegrupper, och de är viktiga för att nå grupper och individer som snabbt behöver riktad information av olika anledningar. Möjligheter att använda vidareinformatörer kan identifieras genom samverkan mellan aktörerna, eftersom alla har olika erfarenheter av att kommunicera via olika kanaler.

Aktörer och samverkan

I Sverige ansvarar flera aktörer gemensamt för att förebygga och hantera spridningen av smittsamma sjukdomar. Vid en pandemi berörs många aktörer i samhället, och för att arbetet ska fungera effektivt krävs ett väl etablerat samarbete som byggts upp redan före pandemins utbrott. Det svenska krishanteringssystemet bygger på tre grundläggande principer, som även gäller kommunikationsarbetet i samband med en pandemi:

Ansvarsprincipen; Den som ansvarar för en verksamhet under normala förhållanden har motsvarande ansvar under en kris. Här ingår också att initiera och bedriva sektorsövergripande samverkan.

Likhetsprincipen; Verksamheten vid en kris ska likna den normala i så stor utsträckning som möjligt.

Närhetsprincipen; En kris ska hanteras där den inträffar och av dem som är närmast berörda och ansvariga.

Ansvarsfördelning

För att kommunikationen ska bli mer enhetlig och för att resurserna ska användas effektivt vid exempelvis en pandemi, ger de nationella myndigheterna stöd för kommunikationen i hela landet, t.ex. genom att göra egna kommunikationsinsatser, ta fram underlag för andras kommunikation och koordinera vissa gemensamma aktiviteter.

Vid de flesta krissituationer inhämtas stora mängder information samtidigt som budskap och texter ska tas fram, stämmas av och kommuniceras. Detta arbete bedrivs av olika ansvariga aktörer i nära samverkan. Att utveckla samverkansformer och förståelse för varandras ansvarsområden är därför en viktig åtgärd för att bygga upp en god kommunikationsberedskap.

Folkhälsomyndigheten ansvarar för innehållet i den övergripande informationen om pandemin, den som gäller alla invånare i landet. Det innebär att bl.a. ge fakta om läget, sätt att undvika att sprida smitta, de riskgrupper som riskerar svår sjukdom och rekommendationer om vaccination och behandling.

De lokala och regionala aktörerna ansvarar för att ta fram den information som är specifik för just deras region, t.ex. vart allmänheten ska vända sig om de misstänker att de är smittade eller behöver vård eller var de kan vaccinera sig. Information till allmänheten om åtgärder på den lokala nivån kommuniceras i första hand av regionen och smittskyddsläkaren, men också av länsstyrelsen och kommunerna. Under covid-19-pandemin tog WHO fram underlaget *Risk communication and community engagement (RCCE) Action plan Guidance covid-19 Preparedness and response*. Det är ett verktyg som ger stöd till samverkan för effektiv kommunikation mellan olika parter inom folkhälsa och sjukvård och till

befolkningen. RCCE visar betydelsen av att samverka med hela samhället för att möta en kris och nå hela befolkningen med kommunikation.

Effektivt samarbete

För att pandemiarbetet ska vara effektivt krävs ett väl etablerat samarbete mellan aktörer på alla nivåer. Detta kräver i sin tur att samverkansformerna har byggts upp i ett lugnare läge.

MSB har tagit fram vägledningen *Kriskommunikation för ökad effekt vid hantering av samhällsstörningar – en vägledning om att integrera kommunikation i samverkan och ledning*. Syftet med vägledningen är att beskriva förhållnings- och arbetssätt för att kriskommunikationsarbetet ska

- vara en integrerad del i beredskapsplaneringens alla steg
- bedrivs genom kommunikationssamordning mot aktörsgemensamma mål.

Myndigheternas gemensamma syfte

I dag finns många olika former av samverkan på kommunikationsområdet, både inom och mellan nationella, regionala och lokala aktörer. Vissa av dessa syftar särskilt till att öka förutsättningarna för att klara av olika former av krissituationer. Ett redan nämnt exempel är de nätverk av kommunikatörer som MSB samlar inom olika områden och som vid behov kan göra det lättare att samordna budskap i en krissituation eller långsiktigt utveckla gemensamma kommunikationskanaler och samverkansformer.

Samverkan mellan de nationella myndigheternas kommunikatörer och kommunikationsansvariga syftar till att gemensamt

- bedöma informationsbehov
- analysera och diskutera risker
- formulera budskap
- planera och prioritera kommunikationsinsatser.

Checklista kommunikation

Checklistorna är framtagna som stöd för kommuner och regioner, som är de aktörer som hanterar och genomför större delen av åtgärderna inför och under en pandemi. Checklistorna är generella och varje aktör behöver sätta den i sitt sammanhang och göra dem specifika och relevanta för sitt ansvarsområde.

Planeringsfasen (tiden mellan pandemier)

- Ta fram en kommunikationsplan för både intern och extern kommunikation, med tydliga kanaler, för att säkerställa att korrekt information snabbt går ut till både myndigheter, allmänhet och medarbetare.
- Förbered en målgruppsanalys utifrån kunskap om målgruppers olika behov.
- Se över kommunikationsberedskapen i organisationen.
- Etablera samverkansgrupper för kommunikation och samordnad information under en pandemi för nationell, regional och lokal nivå samt för både operativt och strategiskt arbete.
- Ta fram en plan för arbetet med beteendeinsikter, samtal med målgrupperna och undersökningar om beteende och attityder.
- Ta fram en plan för arbetet med att översätta och målgruppsanpassa informationsmaterial till andra språk.
- Ta fram en strategi för sociala medier.
- Ta fram en strategi för att hantera informationspåverkan och desinformation.
- Ta fram FAQ, checklistor och övergripande gemensamma budskap.
- Kommunicera pandemiberedskap i andra relevanta sammanhang, t.ex. vid krisberedskap och influensaövervakning.
- Upprätta dokumentationsrutiner för beslut som tas under en pandemi.
- Öva beredskapskommunikation.

Hanteringsfas (pandemin pågår)

- Aktivera och upprätthåll samverkansgrupper för kommunikation och samordnad information under en pandemi.
- Aktivera och uppdatera samtliga kommunikationsplaner, strategier, checklistor, FAQ och gemensamma budskap.
- Upprätthåll dokumentationsrutiner för beslut som tas under pandemin.
- Använd avstämningpunkter för att löpande följa upp och justera kommunikationsinsatserna.
- Bevaka sociala medier, hantera ryktesspridning enligt rutin och för samtal med målgrupperna.

Nedtrappningsfas (pandemin är på väg att gå över)

- Följ upp och utvärdera kommunikationsplaneringen.
- Avsätt resurser för utvärdering.
- Gör dokumentation och beslut som tagits under pandemin tillgängliga.
- Ta tillvara personliga erfarenheter och intryck, vid löpande uppföljningar och utvärderingar.
- Följ upp dokumentationsrutiner.
- Se över avstämningspunkterna för löpande uppföljning och justering under händelseförloppet. Fungerade det?

Budskap i början av och under en pandemi

Hur allvarlig situationen kan bli vet ingen i början, men följ nyheterna och lyssna till myndigheternas bedömning av situationen. Kommunicera löpande vad som görs för att samla mer fakta.

Kommunicera svar på följande frågor

- Vad innebär situationen för allmänheten?
- Vilka beslut fattas med anledning av situationen och varför? Vad innebär de för olika målgrupper?
- Vart kan allmänheten vända sig för att få information?
- Vart kan anställda inom vård och omsorg vända sig för att få information?
- Hur kan man få information på andra språk än svenska?
- Hur undviker man att smittas eller smitta andra? Svar: Tvätta händerna, nys och hosta i armvecket och stanna hemma om du känner dig sjuk.
- Hur kan man vårda sig själv och andra hemma?
- Vad gäller för grupper med specifika behov, exempelvis gravida, barn, äldre och andra medicinska riskgrupper?
- Vad gäller för svenskar som är utomlands eller kommer hem från en resa?
- Finns vaccin tillgängligt, och i så fall var? Hur fungerar vaccinet?
- Vad innebär det att vaccinera sig, varför ska man göra det och medför vaccinationen några risker?

Generellt budskap: Det mest effektiva sättet att förebygga svår sjukdom vid en pandemi är vaccination.

Resurser där allmänheten kan finna information

- På webbplatsen 1177.se finns information om smitta, hälsa och sjukvård. På telefontjänsten 1177 får du sjukvårdsrådgivning om du eller en anhörig är sjuk.

- På den nationella webbportalen Krisinformation.se finns bl.a. information om situationen, myndigheternas ansvar och arbete.
- Till det nationella informationsnumret 113 13 kan du ringa om du som privatperson har frågor och undrar över situationen.
- Läkemedelsupplysningen på nummer 0771-46 70 10 svarar på dina frågor om läkemedel: Hur fungerar de, hur ska de tas och förvaras, och hur är det med biverkningar?

Referenser

1. Principles of effective communication. Scientific Evidence Base. Department of Health, Storbritannien.
2. Ghersetti M, Odén T. Pandemin som kom av sig. Om svininfluensa i medier och opinion. Göteborg: Göteborgs Universitet; 2010.
3. Lewandowsky S, Ecker U, Seifert C, Schwarz N, Cook J. Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing. *PSPI* 2012; 13(3);106–31.
4. Influenza A(H1N1) 2009 – delrapporterna från utvärderingen av förberedelser och hantering av pandemin. Stockholm: Socialstyrelsen; 2011. Art.nr. 2011-3-17.
5. Bish A, Michie S. Demographic and attitudinal determinants of protective behaviours during a pandemic: a review. *Br J Health Psychol* 2010;15(Pt 4):797–824.
6. Ding D, Maibach E, Zhao X, Roser-Renouf C, Leiserowitz A. Support for climate policy and societal action are linked to perceptions about scientific agreement. *Nature Climate Change* 2011;1:462–6.
7. UK Influenza Pandemic Preparedness Strategy 2011 Department of Health, Storbritannien, 2011. Hämtad från www.dh.gov.uk/publications.
8. MSB samverkansdokument: Kriskommunikation för ökad effekt vid hantering av samhällsstörningar, MSB 2018.
9. Svenskarna och internet 2022, Internetstiftelsen 2022.
10. Risk Communication and Community Engagement (RCCE) Action Plan Guidance COVID-19 Preparedness and Response, WHO 2020.



Folkhälsomyndigheten

Solna Nobels väg 18, 171 82 Solna. **Östersund** Campusvägen 20. Box 505, 831 26 Östersund.

www.folkhalsomyndigheten.se