

## Media og mediehandling

Når noe akutt skjer, har mennesker behov for å vite. Dette er ikke bare et utslag av nysgjerrighet, men av at ingen ting skremmer mennesker mer enn å ikke vite når de opplever noe dramatisk og føler seg berørt. Menneskets ønske om å vite er legitim. Media har samfunnsoppgaven å informere allmennheten, og de har derfor en naturlig interesse for akutte hendelser. Deres oppgave er å formidle informasjon om selve hendelsen og om rednings- og oppfølgingsarbeid. Medienes oppgave er å stille kritiske spørsmål til hvordan arbeidet gjøres. Vi kommer heller ikke fra at informasjon er det viktigste verktøyet vi har for å kontrollere store folkemengder.

Berørte søker media for å få informasjon, og medias tolkning av det som skjer vil lett oppfattes som riktigere enn det som kommer fra involverte instanser som objektereiere, redningstjenesten eller politiet. Folks tro på at media har oppfattet ting rett og at deres tolkninger er riktige, er stor. Ledsagende bilder kan fort få større «dokumenteringseffekt» enn det bildets innhold faktisk skulle tilsi.

Mediehandling vil i stor grad ha betydning for hvordan den samlede psykososiale handlingen skjer og ofte hvilke rammebetingelser og utfordringer oppfølgingen får. Det er på sett og vis en interaktivitet mellom media og det psykososiale oppfølgingsarbeidet. Blant oppfølgingspersonellet og i kriseledelsen er det ofte stor irritasjon og frustrasjon over medias tilstedeværelse og ikke minst arbeidsmåte. Mange har opplevelsen av at media er i veien og bryr seg på en uheldig måte, og at i alle fall noen av journalistene ikke har medias samfunnsnyttige oppgaver helt i fokus, men heller egen deadline, profitt og forsøk på å «sette dagsorden», er åpenbart. Vi kan vel også være ærlige nok til å peke på at noe av medias interesse for akutte hendelser er å spille på det postmoderne menneskes fasinasjon for fare og det ekstreme. Ikke noe av dette tar imidlertid vekk medias betydning og rolle ved akutte hendelser.

Uansett personlig forhold til media: De er der det skjer og har en legitim rett til å skildre hendelser og oppfølging slik de ser det. Man kommer derfor lenger med å samarbeide med media og legge forholdene til rette for deres arbeid enn å ha en negativ og motarbeidende holdning. Samarbeidslinjen gir i tillegg muligheter for å legge noen føringer, noe som erfaringsmessig særlig kommer de rammede og involverte til gode.

Medias arbeidsmetode er å forenkle kompliserte fakta. Ulempen blir at det som er lett å forklare eller lett å skildre får ofte mer oppmerksomhet enn kompliserte, og kanskje mer relevante, forhold. Media er også opptatt av noe som fanger oppmerksomhet. De har derfor en tendens til å finne det spesielle, det som skiller seg ut, og beskrive det som det normale. Hvis noe ved et oppfølgingsarbeid ikke fungerer hensiktsmessig, kan det generaliseres og fremstilles som om hele oppfølgingsarbeidet ikke fungerer.

Medietrykket ved akutte hendelser er stort, og trykket kan i alle fall i den første fasen knapt overvurderes. Media er ofte de som først fanger opp at noe har skjedd og konkurrerer om å ha saken først og best på sin nettside. Erfaringen fra utlandet er at de som naturlig står sentrale i oppfølgingsarbeidet blir nedringt de første timene. Riksmedia vil ha de store linjene og

lokalavisene den lokale vinklingen. Alle ringer og vil helst ha både bilder og intervju med rammede personer, nå. Nettavisenes «kontinuerlige» deadline har vist seg å forsterke dette trykket vesentlig. Alle skal ha «noe», hele tiden. Og nettavisene formidler nå også film de skal ikke bare ha en historie, de skal ha bilder og film til historien.

Realistisk vurdert er dessverre det som står igjen i folks bevissthet, ikke hvordan man har håndtert hendelsen, men hvordan media har oppfattet at man har håndtert hendelsen.

## Medias arbeidsgrunnlag

Journalister som arbeider i norske medier og er medlem av Norsk journalistlag har forpliktet seg til å følge visse presseetiske normer også når det gjelder dødsfall, ulykker og katastrofer:

*«Opptre hensynsfullt i den journalistiske arbeidsprosessen. Vis særlig hensyn overfor personer som ikke kan ventes å være klar over virkningen av sine uttalelser. Misbruk ikke andres følelser, uvitenhet eller sviktende dømmekraft. Husk at mennesker i sjokk eller sorg er mer sårbare enn andre.»*

*Vær Varsom-plakaten pt 3.9*

Formuleringen kom inn i Vær Varsom-plakaten etter det såkalte «Hedrum-drapet» i august 1999, hvor pressen hadde vist en svært pågående og aggressiv holdning. Formuleringen er et godt utgangspunkt for journalister og burde være tilstrekkelige kjøreregler for god journalistikk i forbindelse med akutte hendelser.

Men hvorfor er da det inntrykket mange sitter igjen med at journalister ikke følger disse retningslinjene? Er formuleringen blitt journalistenes alibi fremfor arbeidsverktøy? Har manglende bakgrunnskunnskap, manglende kunnskap om psykiske reaksjoner, deadlines og innskrenking av kilder i praksis tatt over styringen? Når journalister har gjort overtramp, unnskylder redaktørene seg med at det var en glipp. Men hvorfor skjer slike glipper så ofte?

Når det gjelder bilder, må fotografer også under akutte hendelser forholde seg til Åndsverkloven (§ 45c), som setter forbud mot å publisere bilder av personer uten deres samtykke. Det er imidlertid unntak fra loven «dersom avbildningen av personer er mindre viktig enn hovedinnholdet av bildet», noe som vanligvis vil bli lagt til grunn ved reportasjer fra akutte hendelser. Selv om fotografene nok kan støtte seg på unntaksregelen i innledningsfasen, bør denne loven kunne brukes for å skjerme etterlatte når det skal rapporteres fra for eksempel en minnegudstjeneste.

En særlig utfordring utgjør det når media velger å bruke amatørfoto eller amatørreportasjer. Dette er ikke noe nytt, men det som er nytt de siste årene, er at media nå oppfordrer til å sende inn bilder fra hendelser. «Er du på stedet, send oss bilder nå!» Dette fører til at det fort blir «mobilpaparazzier» på et hendelsessted som ofte ikke har den samme etiske standard som profesjonelle fotografer har. Dette, kombinert med en stadig bredere forståelse av ytringsfriheten, er ikke noe godt utgangspunkt for skjerming av rammede og pårørende.

Støttepersonell må antakelig bare ta inn over seg den utvikling som skjer i media og at vi fremover får mer en aggressiv holdning både for journalistiske henvendelser, bilder og det som publiseres. Enkelte land har ikke den etiske begrensning vi har i Norge at man ikke publiserer navn på døde før nærmeste familie er varslet. La oss i alle fall håpe det tar lang tid før den grensen brytes.

## Mediekontakt

I Norge har politiet og andre offentlige myndigheter plikt til å svare media, mens i utlandet er det UD's oppgave å gi informasjon. Andre aktører kan i prinsippet bare henviser til disse; de har ingen plikt å svare.

Men det anbefales sterkt å ha en mer åpen og møtende holdning. «Ingen kommentar» er kanskje den dårligste kommentaren det er mulig å gi. Uansett hvor dårlig man opplever sin egen sak, er det antakelig bedre å stille opp å svare på spørsmål enn å la være. Å overlate kommentaren til medias frie spekulasjon vil av de fleste informasjonsrådgivere oppfattes som risikosport.

Erfaringen er at media ofte er gode å samarbeide med når man har dem ansikt til ansikt, mens situasjonen blir en annen og mer pågående når media graver etter stoff gjennom telefonhenvendelser. En god tilnærming er å respektere medias arbeid og arbeidssituasjon, å legge forholdene til rette og gi media mulighet. Helst bør de få stoff de er alene om, i alle fall først. Alle medier skal i utgangspunktet behandles likt, men man bør være klar over at riksdekkende medier konkurrerer.

En kjøreregul er at man lokalt gir faktiske opplysninger, det en selv har sett og bekreftet informasjon. Representant for kirken på bispedømmeplan eller sentralt uttaler seg om strategi- og policy spørsmål.

Er det en litt større hendelse eller en gudstjeneste eller gravferd som man må forvente har medieinteresse bør det være en egen mediekontakt. Dette gjør at de som forestår midt i arbeidet blir mindre forstyrret og får bedre arbeidsmulighet, samtidig som media også får gode arbeidsmuligheter.

Hvis menigheten eller kirken selv er en del av hendelsen må vi være forberede på at media, særlig i startfasen, vil stille spørsmål hvor de blir mistenkeliggjort og hvor det oppleves at de blir utsatt for (delvis) skjulte beskyldninger. Det er viktig å understreke at dette er medias arbeidsmetode og ikke personlig ment eller orientert mot den aktuelle hendelsen. Denne mistenkeliggjøringen må derfor ikke tas personlig eller føre til en aggressiv måte å svare på. På den andre siden er spørsmålene fra media normalt en god indikator på hvordan media, og antakelig også befolkningen, oppfatter situasjonen. Vi må være forberedt på at media trekker raske konklusjoner av det vi sier og ofte har vinklingen (og konklusjonen) klar før intervjuet. Våre motiver blir ofte av mindre interesse.

Kirkelige ledere eller kirkelige medarbeidere som er ansvarlig i en krise eller et oppfølgingsarbeid må være forberedt på å bli intervjuet. Andre berørte personer som ikke ønsker å bli intervjuet, bør få slippe. Personer som åpenbart er sterkt preget av hendelsen eller i psykisk ubalanse bør frarådes å la seg intervjuet. Erfaring tilsier at de ikke har tilstrekkelig dømmekraft over egen situasjon; de er ofte i psykisk sjokk og dermed ikke helt seg selv. De kan si ting de senere ikke kjenner igjen eller vil identifisere seg med, og angsten gjør ofte uttalelser mer aggressive enn de berørte kjenner igjen i etterkant. Å være i psykisk sjokk er åpenbart en tilstand som kommer inn under Vær Varsom-plakatens punkt 3.9: «Misbruk ikke andres følelser, uvitenhet eller sviktende dømmekraft.» Spørsmålet blir hvem som skal vurdere vedkommendes dømmekraft. Støttepersonellet eller journalisten? Det er dessverre altfor mange eksempler på at berørte en tid etter ulykken opplever uttalelser de har kommet med til media som en tilleggsbelastning til selve hendelsen, og det kan nettopp være denne belastningen det kan være vanskelig å komme til rette med for å få livet på plass igjen. Det er

kanskje ikke å vente at ivrige journalister husker dette, og det kan derfor være en viktig psykososial oppgave å minne journalistene om det og på den måten skjerme de rammede. Selv ivrige journalister hører på fornuftige argumenter, særlig hvis de tilbys et alternativ.

Det kan uansett være hensiktsmessig å forberede de rammede, pårørende og etterlatte om eventuell medieinteresse og oppfordre dem til å sette grenser for seg selv. At media kan komme til å bringe foto/film av savnede eller forulykkede kan det også være hensiktsmessig å forberede de pårørende på. Får journalister ikke tilgang til berørte, forventer de at støttepersonell som har kontakten med dem kan si noe forenklet og fortettet om den følelsesmessige siden av det dramatiske som har skjedd. Støttepersonellet kan på den måten bidra til å dempe medietrykket mot de berørte. Det kan være nyttig for ledende støttepersonell å forberede seg på å uttale seg kortfattet om de berørtes situasjon.

Kirkens representanter har i kontakt med media i hovedsak rollen som «offentlige sjelesørgere», og det er da om å gjøre at man beholder denne tilnærmingen og ikke lokkes inn i generelle samtaler om hendelsen, årsaksforhold eller skyldspørsmål.

Det er også all grunn til å minne om at støttepersonell må ha klart for seg at journalister *ikke* er samtalepartnere. Man drøfter ikke ting med journalister eller betror seg til dem. Denne fellen er det lett å gå i, i en oppjaget situasjon når man har fått mange inntrykk og man egentlig har behov for en som lytter til egne opplevelser og frustrasjoner.

## Retningslinjer for mediehåndtering

Bispedømme og menigheter bør ha retningslinjer for mediekontakt. Slike retningslinjer bør ha tatt høyde både for den situasjonen som kan oppstå ved større akutte hendelser og hendelser som rammer en selv. Det viktig at vedtatte medieretningslinjer følges, også om man ikke er helt enig i dem. Hvis det ikke finnes retningslinjer for akutte hendelser, kan følgende råd være til hjelp:

Det er alltid enklere å takle pågående journalister med vennlighet og imøtekommenhet enn med avvisning og sure miner. Fortell om mulig hvorfor ting skjer, ikke bare at det skjer. Ikke la deg provosere av at en journalist mener menigheten eller kirken ikke har gjort det journalisten mener at dere burde ha gjort. Grunnregel er: Referer fakta, spekuler ikke og lyv for all del aldri.

Media vil spekulere om årsaks- og skyldforhold, og «troverdige» kilder som vil spekulere i årsaken er derfor kjærkomne. Enkelte ganger kan man oppleve at journalister kommer med helt grunnløse påstander, nærmest tatt ut av lufta og vil ha kommentar på denne. Tanken er at intervjuobjektet i slike situasjoner velger å komme med fakta for å avkrefte den grunnløse påstanden. Det er selvfølgelig rett å tilbakevise grunnløse påstander, men det må ikke gjøres på en slik måte at man sier ting som på det aktuelle tidspunktet burde vært usagt.

En grunn til å være særlig tilbakeholden med å gi informasjon i en hektisk, første fase er at det er vanskelig å skille mellom det en tror, det en har «hørt» og det som faktisk er bekreftet som sant. Å videreformidle noen en tror eller har hørt, for eksempel antallet overlevende, kan gjøre stor skade hvis det viser seg ikke å stemme.. Er det mulig å rådføre seg med beredskapsorganisasjonens informasjonsansvarlige før et intervju, er dette avgjort en fordel.

Vær forsiktig med tall, de har en lei tendens til å endre seg raskt. Ikke oppgi tall som ikke er absolutt sikre. Det er bedre å si at «dette kan vi ikke si noe om nå» enn å spekulere i et tall som senere må korrigeres, kanskje mange ganger.

Tenk gjennom hva du vil si og ikke vil si. Svar aldri uforberedt på spørsmål. Om mulig, svar ikke med en gang. Be om å få ringe tilbake, bruk noen minutter til å summe deg, men sørg i så fall for at du ringer tilbake som avtalt. Når du ikke vil eller kan svare, vær sikker på at du har en god grunn. Noen journalister venter litt etter at du har svart i håp om at du sier noe mer, noe du ikke hadde tenkt å si. Si det du vil si, og ikke si noe mer. Det er journalistens ansvar å fylle ut pauser i intervjuet, ikke ditt. Gi *aldri* «off the record»-informasjon til journalister! Det er for øvrig lov å ta initiativet; journalister behøver ikke bestemme hva som er viktig.

Noen spørsmål er det nærmest garantert at man får, i alle fall om man tilhører en objekteier eller en beredskapsorganisasjon. «Har menigheten/bispedømme/kirken en beredskapsplan?», «Når ble beredskapsplanen oppdatert?», «Når hadde dere siste øvelse?». Dette er spørsmål man kan tenke ut svarene på forhånd, og det er unødvendig å fomme med det i en hektisk fase. Det er for øvrig ikke hensiktsmessig å svare at beredskapsplanen «oppdateres kontinuerlig». I en journalists ører høres det ut som en dårlig unnskyldning for ikke å ta oppdateringsjobben på alvor. Si heller noe om når planen sist ble oppdatert. Dette er en god motivasjon til jevnlig oppdatering av planen

I den grad man har informasjon man ikke kan gi videre, er det viktig å ikke gi inntrykk av at man har slik informasjon. Dette virker avvisende på en svært uheldig måte. Media prioriterer følgende:

- Bilder
- Uttalelser fra ansvarlige personer
- Intervjuer med/uttalelser fra berørte personer

Mange medier ønsker en personlig vinkling. De forsøker å «menneskeliggjøre» stoffet ved å subjektivisere det. Et eksempel kan være når en forulykkedes nærmeste familie omtales som den forulykkedes «kjære». Men strengt tatt vet vi ingen ting om de forulykkete har sine nærmeste kjær eller ikke. En objektiv måte å beskrive dette på ville være «den forulykkedes nærmeste».

## Intervjuteknikker

Media bruker intervju som hovedarbeidsmetode. Selv om journalisten skal skrive en artikkel på nett, bygger det vedkommende skriver som regel på en eller annen form for intervju. For deg som intervjuobjekt er det forskjell på om du intervjues for et skriftlig medium, for radio eller for TV.

Ved *avisintervju* kan du korrigere deg selv, og journalisten har plikt til å la deg lese gjennom sitatene og endre disse dersom du er blitt feilsitert. Men husk at avisredaksjonen kan forme artikkelen ut fra dine sitater slik at du ikke kjenner dem igjen. For øvrig er det verd å merke seg forskjellen på sitattegn (--) og anførselstegn (»). Etter sitattegn plikter media å gjengi meningsinnholdet, men ikke nødvendigvis ordrett. Mellom anførselstegn skal det som gjengis være ordrett.

Ved *radiointervju og TV-intervju* er det viktig å ha tenkt ut ett eller to hovedbudskap på forhånd. Det hjelper deg å holde fokuset i intervjuet. Korte innlegg fungerer bedre enn lange

utgreiinger og gjør at du lettere får ditt budskap igjennom. Snakk litt med journalisten på forhånd om hva hun ønsker med intervjuet og spør hva hun vil spørre om som første spørsmål: Det hjelper deg til å komme godt inn i intervjuet og ikke begynne å stotre fra begynnelsen. For å møte spørsmål man ikke liker, kan man bruke tre teknikker:

### ***Lukke spørsmål***

Spørsmål kan lukkes ved for eksempel å henvise til at det ikke er riktig å uttale seg i forhold til en annen part: «Det er ikke riktig av hensyn til ... », eller ved å henvise til et prinsipp; «Vi gir aldri opplysninger om ... ». Man kan også henvise til et manglende forløp: «Det er for tidlig å si noe om dette nå», eller avvise hele spørsmålet; «Dette er ikke et aktuelt spørsmål».

### ***Bygge bro***

Den vanligste måten å bygge bro mellom intervjuerens spørsmål og det man ønsker å si er å anerkjenne intervjuerens spørsmål uten å kommentere det videre, for så å bruke bindeord (men, og, dessuten, i tillegg) til å si det man ønsker: «Det er riktig at ..., men ... ».

Man kan også tilbakevise intervjuerens påstand: «Det er ikke riktig. Denne saken gjelder ... », eller omformulere spørsmålet: «Det viktigste er ... », «Utfordringen her er ... ». En annen måte er å gå fra det spesifikke til det generelle: «Ved denne typen henvendelser gjør vi ... ».

### ***Snakke om noe annet***

Denne teknikken går ut på å fullstendig overhøre spørsmålet og bare gi det svar man ønsker å svare. Enkelte politikere er spesialister i dette, men teknikken kan også fungere ved akutte hendelser. Intervjueren vil gjerne gjenta spørsmålet, men gir seg som regel. Denne teknikken er mest anvendelig i direktesendinger, og man slipper forunderlig ofte unna med den.

Hvis du kommer ut av det og det gjøres opptak, avbryt og be om å få begynne på nytt. Også journalisten er interessert i at intervjuet blir så godt som mulig. Husk at intervjuet klippes, og lite av det du sier kommer med. Opptaket kan redigeres og klippes til det ugjenkjennelige. Det kan derfor være lurt å gjenta det viktigste budskapet og i alle fall gi konklusjonen først. Ikke la deg provosere selv om journalisten både er provoserende og gir kritikk! Si det du har å si, og ikke la deg provosere av pauser slik at du legger til ting du egentlig ikke hadde tenkt å si. Det er journalistens ansvar å stille et nytt spørsmål når du er ferdig.

Ved direktesending gjelder: «Gjort er gjort og spist er spist.» Tenk derfor ekstra nøye gjennom formuleringer du vil bruke på forhånd.

På TV: Hold øyekontakt med journalisten. Hvis du synes det er vanskelig, fest blikket på nesegropen, øret eller litt til siden for journalistens ansikt. Flakkende blikk gjør seg dårlig på TV.

Etter radio eller TV-intervjuer er det viktig at du ikke dømmer deg selv for hardt. Du har som regel gjort det bedre enn du selv oppfatter. Ikke minst TV-intervjuer handler mye om å formidle et inntrykk. Det er gjerne inntrykket, ikke det du sier, som blir sittende igjen.

Til sist er det viktig å understreke at å gi hensiktsmessige intervjuer krever trening. Medietrening er derfor en viktig del av beredskapstreningen.

## Pressemeldinger, pressekonferanser og kunngjøringer

Nettavisenes kontinuerlige deadline gjør pressekonferanser mindre aktuelt enn tidligere. Nå handler det mer og mer om å gi den enkelte journalist en eksklusiv nyhet. Samtidig ser vi ved akutte hendelser at organisasjoner, for eksempel politiet, bruker pressekonferanser til å formidle informasjon til alle interesserte. Prinsippet om å behandle alle medier likt ivaretas på den måten. Også andre organisasjoner kan nok med fordel bruke pressekonferanse som verktøy ved akutte hendelser, kanskje særlig om man er objekteier.

Pressekonferanser arrangeres ved at pressen innbys, for eksempel gjennom NTB. Det kan være greit at det i alle fall er to representanter til stede i tillegg til den som leder pressekonferansen. Det gir mulighet til å gi ordet videre hvis man kommer ut av det. Man kan gjerne ha en profesjonell informasjonsrådgiver til å lede.

Det skrives ferdig en pressemelding på forhånd. Denne deles ut på pressekonferansen og sendes samtidig til NTB. Etter at den som leder har ønsket velkommen, begynner pressekonferansen med at hovedrepresentanten leser opp pressemeldingen og eventuelt knytter noen kommentarer til denne. Etter det er det vanlig å gi mulighet for spørsmål, ev. gi beskjed om spørsmål man ikke kommer til å svare på. I så tilfelle må man gi en begrunnelse for dette.

Det er hensiktsmessig å sette en tidsgrense for pressekonferansen.

Etter pressekonferansen er det mulig at tilstedeværende TV- og radiomedier vil ha intervjuer med representantene.

Et alternativ til en pressekonferanse er en *kunngjøring* eller såkalte ”statments”. Ved en kunngjøring kommer en representant frem, for eksempel til en talerstol, og sier eller leser opp en melding. Når den er avsluttet, går representanten uten at media får stille spørsmål. Man sier det man har å si og går. Formen har noe «statsmannsaktig» over seg og passer nok best ved de store ulykkene og katastrofene hvor det kan være behov for hyppige uttalelser. Skal kunngjøringsformen fungere, forutsetter den jo en viss forståelse for formen fra medias side.

## Bruk av internett og sosiale medier

Internett er blitt den viktigste informasjonskanal i forbindelse med akutte hendelser. Folk har vent seg til at informasjon finnes på nettet og søker slik informasjon umiddelbart når noe skjer. Dette gjelder så godt som alle: journalister, egne ansatte, pårørende, berørte og befolkningen som helhet.

Riksaviser tar etter hvert konsekvensen av denne utviklingen og definerer nettutgavene sine som de viktigste informasjonskanalene for nyheter, mens i papirutgavene legger de mer vekt på oppfølgende stoff. En konsekvens av dette er at beredskapsorganisasjoner som er involvert i akutte hendelser bør legge ut faktainformasjon på nettet, raskt og kontinuerlig. På denne måten kan man ta bedre styring over informasjonsformidlingen.

Behovet for rask informasjon gjør at man som en del av planleggingen enten bør ha et eget nettsted klart eller ha forberedt et særskilt område på bedriftens eller organisasjonens nettsted som umiddelbart kan tas i bruk når hendelsen har skjedd. Det kan så enten legges en tydelig

link på hovedsiden eller, hvis hendelsen er stor og alvorlig nok, kan hovedsiden byttes ut med beredskapssiden/beredskapsnettstedet med link til den vanlige hovedsiden.

Dataverktøyet som brukes må være lett å håndtere og de personer som skal betjene det, må ha fått opplæring i bruken på forhånd. Det hjelper ikke å ha alt klart hvis den eneste som kan håndtere teknikken er på ferie. Under oppfølgingen av hendelsen må en eller flere personer avsettes til tilnærmet kontinuerlig oppdatering. Det er ikke tilstrekkelig at noen gjør dette «når de ikke har noen annet å gjøre». Når den situasjonen oppstår er det mye for sent.

Samtidig med at særskilte sider for hendelsen legges ut, er det viktig å gå gjennom innholdet på i alle fall de viktigste sidene på det vanlige nettstedet. Innhold som passet godt før hendelsen kan brått få en ubehagelig og utilsiktet mening. Det passer ikke like godt at fyrverkerifabrikken annonserer med «pangsalg» når deler av bedriften er skadet i en eksplosjonsulykke. Vasking av de viktigste nettsidene må derfor inngå i beredskapsplanen for informasjonsavdelingen.

I dag bruker det offentlige og mange organisasjoner/bedrifter sosiale medier som Facebook og Twitter som viktige informasjonskanaler for å få ut informasjon. Disse har i alle fall i praksis, langt på vei erstattet pressemeldingen som informasjonskanal. Også i kirkelige sammenhenger har vi jo mulighet til å bruke disse kanalene.

Vi ser dessverre i en del miljøer, særlig litt yngre, at man er vant til å formidle ting som skjer kontinuerlig og derfor fort kan legge ut meldinger om akutte hendelser og hva som har skjedd før informasjonen er kvalitetssikret og før den har fått gå de offisielle kanaler de skal gå, for eksempel ved død. Og oppdra til gode nettvettregler som ivaretar de funksjoner og begrensinger som samfunnet må ha ved større hendelser er viktig, og utfordrende.

Det er også verd å merke seg at det er lett å glemme at syns- og særlig hørselshemmede ikke har samme tilgang til informasjon som resten av befolkningen og lett kan oppleve seg satt utenfor. Informasjon på nett kan være et aktivt bidrag for å hjelpe på dette.

***Kilde: Petter Skants; Omsorg i kriser, Gyldendal akademiske 2007***