Kommunikasjon i koronaens tid

A. Stella Kyed Johnsen

Seniorrådgiver, tba_

A. Stella Kyed Johnsen, tba_

- Startet 1.10. som seniorrådgiver i tba_ - et nyopprettet konsulentselskap innenfor strategi og forretningsutvikling.

- Tidligere jobbet 7 år i kommunikasjonsavdelingen ved Oslo universitetssykehus, OUS.

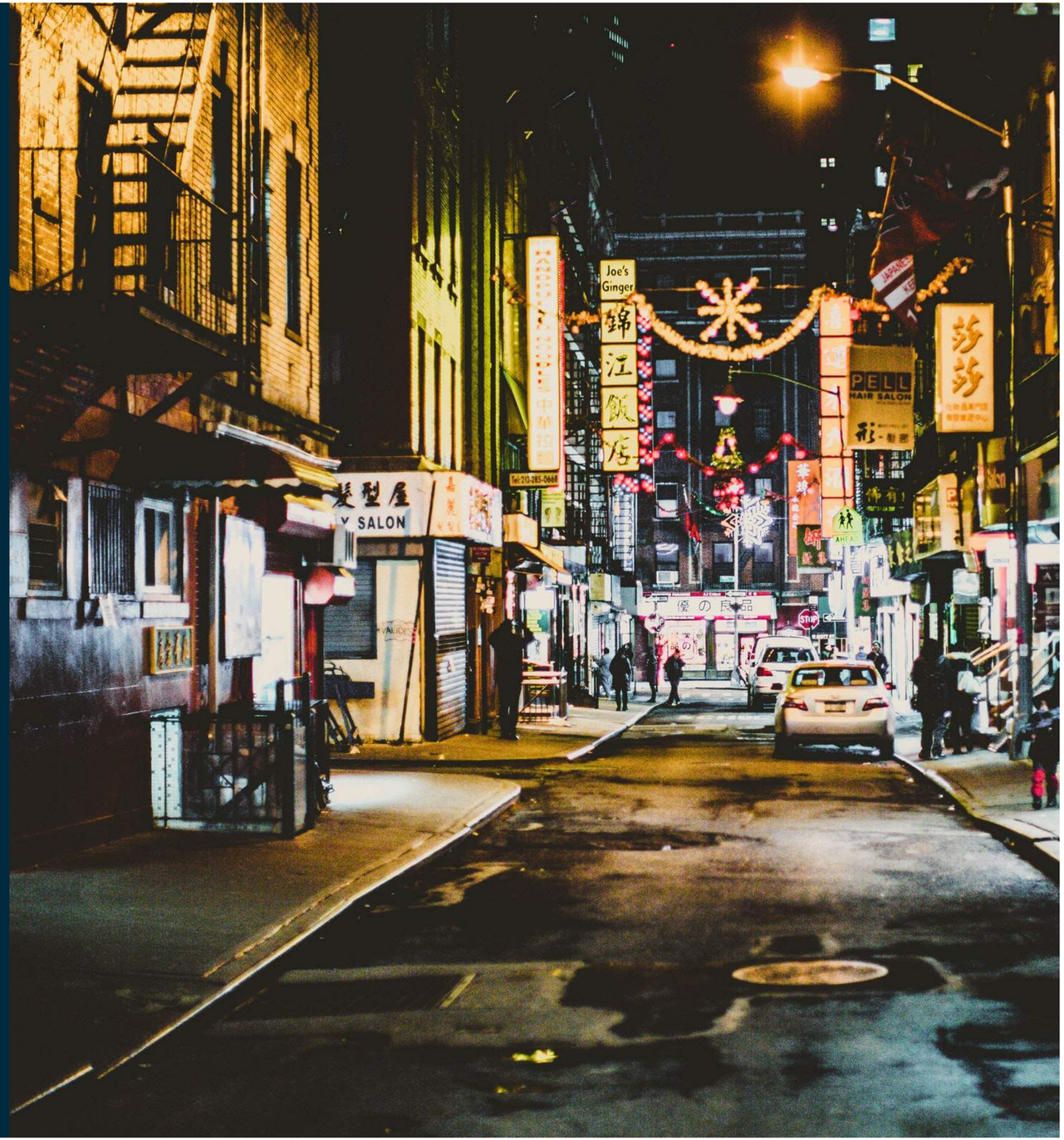
- 18 års erfaring innen arbeid med kommunikasjon, prosjekt, rådgiving, endringsledelse samt kursing og foredrag.

- Utdanning innen kommunikasjon, organisasjonsteori, organisasjonspsykologi, prosjektledelse og sykepleier.

Januar - februar 2020

- Vi så bilder fra Kina
- Mennesker falt om på gaten
- Dører ble låst og folk holdt inne
- Ekstreme tiltak

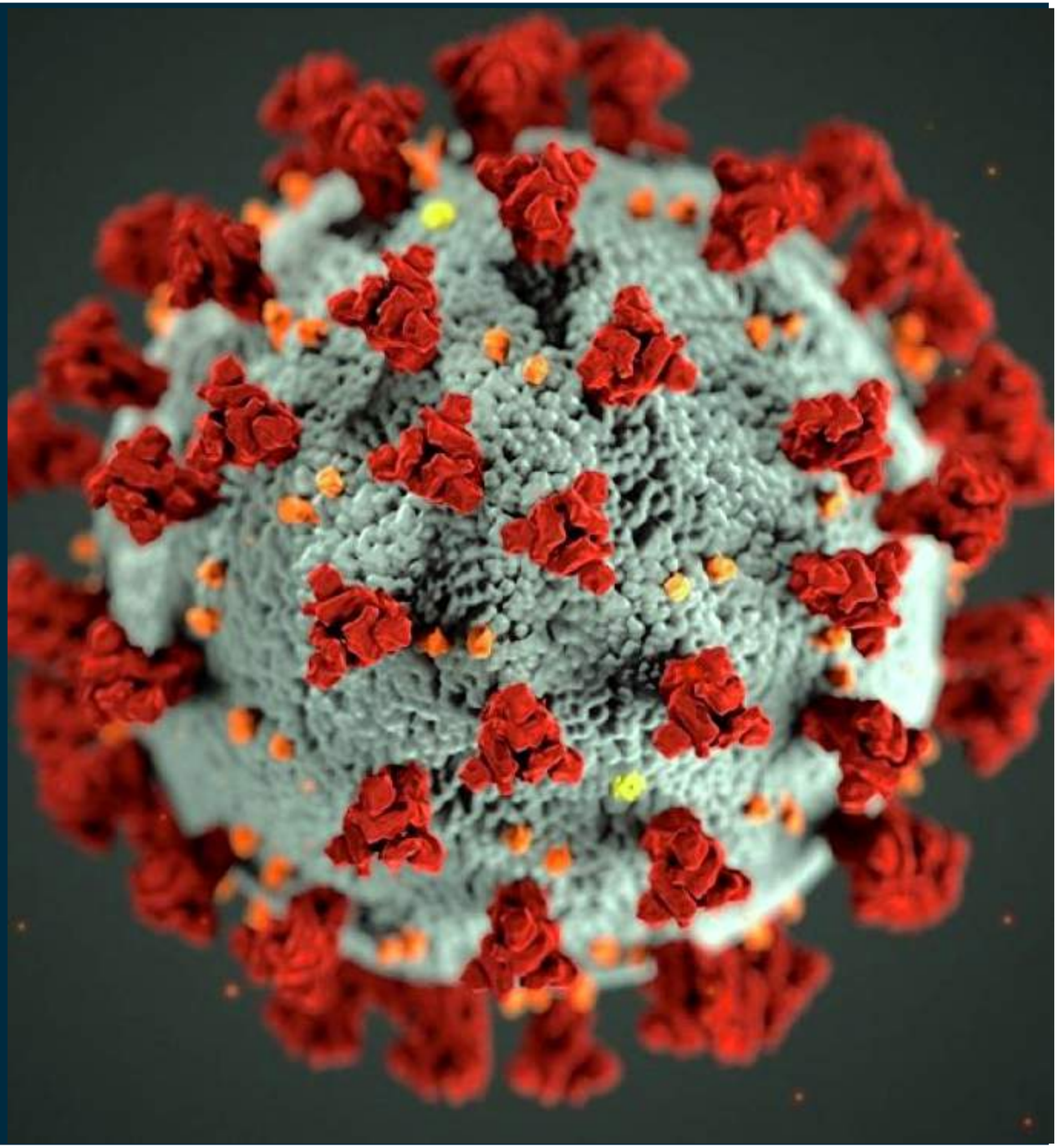
Som en skrekkfilm.



Hele Norge holdt pusten …

Vi visste at pandemien var på vei –
men visste ikke:

- Når
- Hvordan
- Hvor hardt den ville ramme
- Hvor lenge??



Sykehusene strammet musklene

- Visste ville kreve mye av ansatte – lange og tøffe arbeidsdager
- Omorganisering – kohortavdelinger – **endringsvilje**
- Og kommunikasjon internt og eksternt

En pandemi, en syk lege og en god idé

Så smalt det.
Begynnelsen av mars. Uventet første tilfelle på sykehus – en ansatt.

Hvor trygt er det på et sykehus der de ansatte er syke?

- Fysisk: Aktiv nedvask – mer enn påkrevd, bytte av tastatur etc.
- Sykehuset sendte folk hjem - mange i karantene.
- Strengere tiltak enn ellers i samfunnet med tester og karantene.

Kunne ikke skje igjen! Trygt!

- Kommunikasjon internt og eksternt.

Helsemyndighetene sa: **Ikke klem!** OUS gikk lenger: **Ikke håndhils!**

Få dager etter gikk helsemyndighetene ut og sa: **Se til OUS!**

En krise er alltid unik

Syk ansatt – i utg.pkt uheldig for tilliten.

Kom gjennom det med ærlighet og åpenhet.

Kunne rett og slett skje hvor som helst.

Koronasituasjon spesiell – alle berørt – lenge.

- Gode planer kan aldri fange opp alt.
- En krise – en uventet og nyoppstått situasjon som vi ofte ikke kjenner omfanget av.
- Ikke være for knyttet til planverk, 50% improvisasjon?
- Da trenger vi dyktige ansatte.

Hva er en dyktig ansatt i en krise?

- En solid kommunikasjonsavdeling med kunnskapsrike og arbeidsvillige ansatte - avgjørende for kommunikasjonen.

- Viktig med inngående kjennskap til kjernedriften, ikke bare administrative oppgaver.

Ikke tiden for opplæring!

Mitt tips:

- Vit hva de forskjellige er gode på.
- God krisehåndtering handler om å drifte mest mulig som normalt – altså at de som er gode på noe gjør det de er gode på.

  - Noen er skikkelig gode på å snakke med statsråder - så la dem ta den biten
  - Noen er gode på krisehåndtering, noen på statistikk, noen på sosiale medier og noen på å skrive saker etc.

Pandemien – en samlende effekt

Vi fikk alle felles mål.

- Etter første måneden cirka - ikke glemme driftsoppgavene.
- OUS er jo et enormt sykehus, en svær organisasjon med cirka 23 000 ansatte.
- Busness as usual
- Måtte ha tre tanker i hodet:
  - ✓ covid-19-pasienter
  - ✓ smittevern for alle ansatte, pasienter og pårørende
  - ✓ alle vanlige driftsoppgaver som tross alt skulle fortsette mest

Vi er bare mennesker …

Vi øver på kriser hele tiden:

Sykehus er beredskapsorganisasjoner – blålysorganisasjoner

Mikro og makronivå. Gode på å redde andre!

Likevel – vi er bare mennesker:

- Noen blir redde og andre uredde
- Enorm arbeidsbelastning, flytting og lange dager.
- Viktig å se ansatte og anerkjenne all innsats. Løfte frem eksempler.
- For noen er det krevende å håndtere drift og krise parallelt

Også noen trivielle diskusjoner midt i det hele:

Noen synes det er unødvendig med hjemmekontor

Noen synes det er helt nødvendig og del av dugnaden

Mål – målgruppe og budskap

Mål: Styrke omdømme og tillit til sykehuset.

- Trygge ansatte, pasienter og pårørende
- Trygge befolkningen og skape tillit

Kommunikasjonsprinsipper: åpen, ærlig og transparent.

- Eks. Vet ikke nå. Men vet mere i morgen.

Målgrupper: Først og fremst ansatte, pasienter og pårørende

- Trygge ansatte, pasienter og pårørende

Budskap: · Smittevern · Beskytte pasienter mot besøk · Basale smittevernsrutiner · Spesielle smittevernsrutiner · Rett bruk av rett utstyr

Intern koordinering av kommunikasjon fra flere miljøer

- Gode initiativ som spretter opp – men må plasseres rett for å ikke kanibalisere budskap
- Hurra og utfordring på samme tid

Kanalbruk i koronaens tid

OUS kommuniserte bredt.

- Intranett
  - ✓ Hjemmekontor og stenge sikkerhetskrav – ikke tilgang på intranett. Måtte nå alle!
- Derfor ble internett det nye intranett i denne krisen – transparens.
- Instagram
- Facebook - film ble viktig komm.tiltak formidle hvorfor og hvordan. Vi skjønner at dette er vanskelig, men nødvendig…
- Twitter innledende om info om dødsfall
- Bloggside – Ekspertsykehuset
  - ✓ Tall og statistikk ble veldig viktig. VG brukte tall fra OUS hver dag.

Hvem eier budskapet?

Hyppige pressekonferanser – hver dag i en innledende periode.

Med ærlig, åpen og transparent kommunikasjon opplevde OUS å komme ok gjennom denne omdømmeutfordringen.

Viktig å være klar over hvem som skulle gå ut med hvilke budskap:

Folkehelsa?

Helsemyndighetene?

OUS?

3 å ta med hjem …

- Lurt å gjøre mer enn høyst nødvendig – og kommunisere det ut internt og deretter eksternt.
- Kriser er unike – krever alltid improvisasjon og dyktige medarbeidere. La folk gjøre det de er best på!
- Husk på alle - også dem som ikke jobber direkte med krisen. De gjør fortsatt en god jobb og trenger å bli husket på.