

Kommunikasjonsstrategi for Troms fylkeskommune

Strategi for god kommunikasjon

Kommunikasjonsstrategien er en overordnet, felles strategi for intern og ekstern kommunikasjon i Troms fylkeskommune, og er styrende for alle som kommuniserer eller informerer på vegne av Troms fylkeskommune.

Helt grunnleggende dreier det seg om at det er et lederansvar å tenke gjennom hvordan beslutninger skal kommuniseres før avgjørelser blir tatt. God kommunikasjon er et lederansvar, men strategien beskriver også hva som gjelder for den enkelte ansatte i Troms fylkeskommune.

Sammen skal vi sørge for en kommunikasjon som er åpen, tydelig og gjenkjennelig.

Visjon:

Troms skal være et attraktivt og godt sted å bo, arbeide og leve i. Troms fylkeskommune har en viktig samfunnsutviklerrolle i Troms – og skal være en attraktiv samarbeidspartner for regional utvikling.

Troms fylkeskommune skal være åpen, tilgjengelig, effektiv og publikumsvennlig, og aktivt informere om tjenester, planer og hendelser.

Innledning

Troms fylkeskommune er et regionalt folkevalgt forvaltningsnivå, og dermed også avhengig av tillit fra folket. Dette skapes ikke bare gjennom forvaltningas utøvelse, men også av dets omdømme.

Omdømme kan defineres som den samlede oppfatning andre har av organisasjonen. Altså er det ikke lett å styre eller kontrollere. Tilliten er avhengig av signalene vi sender ut, spesielt i utfordrende situasjoner. Vi vet det er høye forventninger til offentlig sektor.

Fylkeskommunen er, som andre offentlige etater, under stadig kritisk søkelys. I tillegg til at tradisjonelle medier setter dagsorden, er samtidig nye, sosiale medier med på å styre samfunnsdebatten. I tillegg må fylkeskommunen selv i større grad makte å sette dagsorden og synliggjøre sin innsats.

- Kommunikasjonsstrategien skal legges til grunn av alle som kommuniserer eller informerer på vegne av Troms fylkeskommune, og er en felles strategi for alt arbeid med intern og ekstern kommunikasjon i fylkeskommunen.

- Kommunikasjonsstrategien skal være et styringsverktøy for å oppnå kommunikasjonsmålene våre, sikre innsyn i saksbehandling og tilgang på informasjon om retter, plikter og muligheter.
- Kommunikasjonsstrategien definerer mål, prinsipp og retningslinjer i kommunikasjonen vår med omverdenen. Som virkemiddel kan kommunikasjon bidra for å legge til rette for demokratisk deltakelse, rettssikkerhet og samfunnsdebatt.

Kommunikasjonsstrategien bygger på kommuneloven, som pålegger alle kommuner å drive aktiv informasjon om sin virksomhet. Andre relevante lov- og regelverk er forvaltningsloven, personopplysningsloven, offentlighetsloven, kravet til meroffentlighet, fylkeskommunens etiske regelverk og arbeidsreglement for ansatte i fylkeskommunen.

Hva er kommunikasjon – informasjon:

Begrepene kommunikasjon og informasjon brukes ofte om hverandre. En enkel måte å skille de dem på er at kommunikasjon betegner prosessen (to-veis), mens informasjon er produktet eller budskapet (en-veis). Informasjon er det som blir formidlet når vi kommuniserer.

Strategisk kommunikasjon

Kommunikasjon skal være en naturlig del av all planlegging i Troms fylkeskommune, og være et virkemiddel på lik linje med andre virkemidler fylkeskommunen rår over. Å bruke kommunikasjon strategisk vil si at man i alle faglige, politiske og økonomiske vedtak, tar hensyn til at beslutninger og handlinger skal kunne kommuniseres.

Troms fylkeskommune må være synlig og i stand til å kommunisere med sine omgivelser. Det er viktig å ha en kommunikasjonsstrategi av flere årsaker:

- Vi ønsker at publikum og samarbeidspartnere skal være kjent med Troms fylkeskommunes samfunnsutviklerrolle og oppgaver, og forstå hva vi gjør og hvorfor vi gjør det.
- For å utfylle samfunnsutviklerrollen, har fylkeskommunen behov for tillit og oppslutning for å lykkes.
- For å fungere godt, må vi tilpasse tjenestene etter de behovene som brukerne og samarbeidspartnerne har.
- I en tid der den fylkeskommunale modellen stadig er under kritikk og vurdering, må vi forsvare vår legitimitet ved å vise og fortelle hva vi er gode for.
- Om det skal være interessant for velgerne å stemme ved fylkestingsvalget, må de kunne vite hva valget gjelder, det vil si hvilke samfunnsoppgaver de folkevalgte vil få ansvaret for.

Målsetting

- Innbyggerne i Troms skal ha kjennskap til Troms fylkeskommune, våre tjenester, oppgaver og politikere.
- Innbyggerne i Troms skal ha kjennskap til at Troms fylkeskommune har en folkevalgt politisk ledelse.

- Alle ansatte skal ha kjennskap til oppgavene/tjenestene Troms fylkeskommune er leverandør av.
- Vi skal kommunisere effektivt, aktivt og åpent med våre målgrupper.
- Det skal være enkelt å finne informasjon om politiske saker og annen fylkeskommunal virksomhet. 24 timers-forvaltning er et mål gjennom nettbasert informasjon, elektroniske skjema og tilgang på tjenester.
- Troms fylkeskommunes bidrag eller deltakelse skal være godt synlig i alle arrangementer fylkeskommunen står for eller støtter.
- Det er viktig for Troms fylkeskommune at mottakeren opplever informasjonen om fylkeskommunens tjenester som helhetlig - ved at den kommer gjennom våre offisielle kommunikasjonskanaler.

Tiltak:

- Kommunikasjonen skal være tilpasset målgruppen, være lett tilgjengelig og fylkeskommunen skal bruke et språk som folk forstår.
- Fylkeskommunen skal ha en profilhåndbok (grafisk profil) som sikrer et enhetlig visuelt uttrykk og bidrar til å styrke identiteten. Alle fylkeskommunale etater, avdelinger og enheter skal følge profilhåndboken.
- Troms fylkeskommunes grafiske profil skal benyttes i all ekstern og intern kommunikasjon. All profilering, for eksempel dokumenter, annonser og trykksaker, skilt på biler, nettstedet og sosiale medier, reklameartikler, skal følge profilhåndboken.
- Alle fylkeskommunale bygg skal være tydelig skiltet og merket med fylkeskommunens logo.
- Alle bevilgninger og støttetiltak skal ha god synlig profilering av Troms fylkeskommune.

Målgrupper

Troms fylkeskommune har ulike relasjoner til ulike målgrupper i samfunnet.

Viktige målgrupper er:

- Tjenestemottakere, elever og foresatte
- Innbyggerne i Troms
- Egne ansatte
- Næringsliv, kompetansemiljø og kommuner
- Nasjonale, regionale og lokale myndigheter
- Journalister/media

Flere er viktige samarbeidspartnere, mange har vi daglig kontakt med gjennom vårt tjenestetilbud og utviklingsarbeid, mens andre igjen er mer sporadisk i kontakt med fylkeskommunen.

Ulike målgrupper krever forskjellig tilnærming.

- Kommunikasjonen skal være målrettet og gruppeorientert.
- Den som er ansvarlig for en oppgave eller tjeneste skal definere relevante målgrupper og hvordan fylkeskommunen skal nå disse.

- Kommunikasjon og informasjon må skje i de kanaler og på de steder der målgruppen er, og det må velges verktøy og metoder tilpasset både kommunikasjonsmålet og mottakeren.
- Skriftlig og muntlig informasjon skal være i et enkelt og forståelig språk.

Kommunikasjonskanaler

Folks endrede kommunikasjonsvaner og –behov stiller særlige krav til fylkeskommunens valg av kommunikasjonskanal. Troms fylkeskommune har mange målgrupper å forholde seg til, og det krever en bevissthet rundt valg av riktige og egnede kanaler. Uavhengig av kanal skal kommunikasjonen være faktabasert, brukervennlig, ha fylkeskommunens grafiske profil og ha et godt språk.

Ansatteportalen

- Ansatteportalen skal være den prioriterte hovedkanalen for intern kommunikasjon og deling sentralt og på de enkelte enheter.
- Ansatteportalen skal være et effektivt oppslagsverk for de ansatte, legge til rette for god samhandling og kunnskapsdeling, og legge til rette for effektive arbeidsprosesser gjennom moderne verktøy på tvers i organisasjonen.

Nettportalen

- Fylkeskommunens offisielle nettportal/nettside www.tromsfylke.no skal være organisasjonens eneste kanal for informasjon til innbyggere og brukere, med Tromskortet som eneste unntak.
- Den skal være oppdatert, brukervennlig og gi lett tilgang til alle våre tjenesteområder, fagområder og politiske saker.
- Nettsiden skal kontinuerlig utvikles for å gi bedre digitale løsninger og tilgjengelighet for innbyggerne og brukerne.
- Skolenes nettsider (undersider av nettportalen) følger hovedsidens profil og skal være oppdaterte, brukervennlige og gi god informasjon til elever og lærlinger, foresatte og andre samarbeidspartnere.

Visuell kommunikasjon

- Troms fylkeskommunes visuelle kommunikasjon skal følge profilhåndboken og den grafiske profilen. Den gir retningslinjer for profilering på alle områder og gjelder for alle fylkeskommunens etater, avdelinger, enheter og fagområder.

Krisekommunikasjon

- Riktig kommunikasjons håndtering i krisesituasjoner er avgjørende. Ved kommunikasjon i kriser brukes fylkeskommunens overordnede beredskapsplan med tiltakskort. Det samme gjelder for skolene.

Media

- Forholdet til pressen er viktig for å sikre en god kommunikasjon og informasjon rundt fylkeskommunens aktiviteter.
- Kommunikasjonsgruppen har ansvar for å legge til rette for god og effektiv mediehåndtering gjennom daglig medieovervåking, presseberedskap og medierådgeving.
- Media skal oppfatte Troms fylkeskommune som åpen, tilgjengelig, profesjonell og synlig.
- Ansatte i Troms fylkeskommune skal ha et bevisst forhold til kommunikasjon i media, i tråd med de prinsipper som kommunikasjonsstrategien beskriver.
- Troms fylkeskommune har egne retningslinjer for kontakt med media.

Sosiale medier

- Troms fylkeskommune skal være tilstede på sosiale medier, som en viktig kanal i vår kommunikasjon med innbyggere og tjenestemottakere.

Papirbaserte/digitale kanaler

- Papirbaserte kanaler er i mange sammenhenger både nødvendig og nyttig. Før papirkanalen velges, skal digitale kanaler vurderes. Papirbaserte kanaler har en klar utfordring i forhold til oppdateringer.

Kommunikasjonsprinsipper

Kommunikasjon er et strategisk virkemiddel. Ved å bruke kommunikasjon strategisk, tar man konsekvensen av at man i alle faglige, politiske, økonomiske og praktiske valg tar hensyn til at beslutningen skal kommuniseres. Kommunikasjonsansvaret ligger hos ledere og skal følge linjeprinsippet; den som har ansvaret for en sak eller tjeneste, har også ansvaret for å legge til rette for informasjon om denne tjenesten.

Dialog

- Troms fylkeskommune skal bygge på dialog med omverdenen.
- Dialog skapes ved at ledere og medarbeidere har god kunnskap om sine målgrupper

- Et godt og klart språk er basis for god dialog
- Sikre at all fylkeskommunal informasjon og kommunikasjon er pålitelig, samordnet og oppdatert.
- Digital selvbetjening er et mål på flest mulig områder

Helhet

- Informasjonsvirksomheten skal være samordnet og framstå med helhet.
- Profilhåndboken er derfor et av våre viktigste verktøy. Mottakeren skal kunne forstå at den informasjonen som kommer fra f.eks. kulturetaten har den samme avsenderen som den informasjonen som kommer fra utdanningsetaten – nemlig Troms fylkeskommune.

Aktiv informasjon

- Troms fylkeskommune skal gå aktivt ut og informere, og legge til rette for offentlig innsyn i forvaltninga.

Kommunikasjon er et ledelsesansvar

- Det er lederen for etaten/avdelinga som har informasjonsansvaret for sitt område, og skal sørge for at kommunikasjon og informasjon er en integrert del av Troms fylkeskommunes plan- og styringsdokumenter.

Ytringsfrihet

- Fylkeskommunens ansatte har full ytringsfrihet.
- Samtidig har alle ansatte lovpålagte plikter som arbeidstakere, og de må kjenne og tilpasse seg lovverket, for eksempel teieplikten i lov om offentlighet i forvaltningen.
- Det vises forøvrig til fylkeskommunens arbeidsreglement og etiske retningslinjer for Troms fylkeskommune

Alle har ansvar for omdømmet

- Alle ansatte er fylkeskommunens ambassadører. Hver enkelt har derfor et selvstendig ansvar i sin arbeidshverdag for å bidra til at fylkeskommunens tillit og omdømme blir ivaretatt.

Troms fylkeskommune skal utøve meroffentlighet

- Også i saker hvor offentlighetsloven åpner for å unnta et dokument/sak fra offentligheten, skal det vurderes om meroffentlighet skal praktiseres. Dette skal bidra til en åpen, offentlig debatt.

Integritet

- Ubetenksom bruk av sosiale medier kan svekke en ansatts integritet som yrkesutøver. Fortrolig informasjon skal ikke deles med uvedkommende.

Kildebruk

- Ansatte i fylkeskommunen bør være nøye med å oppgi kilder og opphavspersoner til alt som blir publisert. Kilden til informasjon man mottar må vurderes nøye.

Språkbruk

- Sosiale medier er av noen ansett for å være et fristed fra vanlige regler for språkbruk, høflighet og andre normer for sosial omgang. Troms fylkeskommune legger til grunn at normene for daglig sosial omgang blir brukt også i den digitale verden.

Bildebruk

- Det er god skikk å ikke publisere bilder av personer som kan gjenkjennes uten å ha innhentet godkjenning fra den som er avbildet. Dette følger også av Ånsdsverkloven § 45c, og det er egne lovpålagte begrensinger for å publisere bilder av personer og elever/barn uten samtykke.
- Husk at rettigheter til bilder må avklares før bruk.

Personopplysninger og personvern

- I mange virksomheter arbeider vi med mennesker og får kunnskap om enkeltpersoner. Her gjelder kjente og innarbeide lovpålagte regler om taushetsplikt.

Roller

Forholdet mellom politisk og administrativ informasjon

Politikerne og administrasjonen har adskilte roller i fylkeskommunen. Dette skal også gjenspeile seg i fylkeskommunens kommunikasjon med omverdenen. Det er politikerne som skal uttale seg om politiske forhold. Administrasjonen kan gi fakta- og saksinformasjon, opplysninger om den politiske saksgangen og vedtakene som fattes av politikerne. Det er viktig at man er seg bevisst på rolleavklaring for å sikre god dialog med mottaker av informasjon fra Troms fylkeskommune.

Fylkesrådsleder og fylkesrådene er de som primært uttaler seg på vegne av Troms fylkeskommune. Fylkesrådsleder/fylkesråden er ansvarlig for at kommunikasjonsstrategien etterleves og brukes som et strategisk virkemiddel.

Etatsjefene og andre ledere uttaler seg om fakta- og saksinformasjon om egne tjenester og egen avdeling, med mindre saken er løftet til ansvarlig fylkesråd. Ledere i Troms fylkeskommune skal sikre at kommunikasjonsstrategien er kjent i sin egen linje. Det er en leders ansvar at informasjon om saker som angår enheten, avdelinga, virksomheten og den enkelte ansatte blir gjort kjent og forstått.

Ansatte kan gi faktaopplysninger fra eget arbeidsfelt/fagområde. Alle ansatte har ansvar for å følge vedtatte retningslinjer og rutiner for kommunikasjon.

Tillitsvalgte har en fristilt rolle for å ivareta sine oppgaver, og omfattes ikke av kommunikasjonsstrategien

De folkevalgte i fylkestinget omfattes ikke av Troms fylkeskommunes kommunikasjonsstrategi.

Nyttige verktøy:

Kommunikasjonsstrategi

Profilhåndbok

Manual for mediekontakt

Beredskapsplan (krisekommunikasjon)

Arbeidsreglement

Etiske retningslinjer