



**TYDAL KOMMUNE**

# Kommunikasjonsstrategi

Godkjent av KD's ledergruppe 23.10.2024



# Innhold

1. Innledning
2. Statusvurdering/situasjonen i dag
3. Utfordringsbilde internt og eksterne (kommunikasjonsmål og budskap)
4. Definisjoner
5. Målgrupper – hvem skal vi kommunisere med
6. Ansvar og organisering av virksomheten
7. Kanaler - ansvar
8. Grafisk profil
9. Kommunikationsprinsipper
10. Språk
11. Ytringsfrihet
12. Innsyn og personvern
13. Krisekommunikasjon
14. Lovverk, retningslinjer og interne reglement

## 1. Innledning

Dette dokumentet omhandler Tydal kommunes strategi for informasjon og kommunikasjon. Her presenterer vi mål og tiltak for hvordan vi skal informere og kommuniserer med innbyggerne, medarbeiderne og andre interessenter. Dokumentet er ment å være et arbeidsverktøy for hvordan tilsatte skal kommunisere internt og eksternt.

Tydal kommune skal utøve aktiv og utadrettet informasjon og tilstrebe offentlighet.

Strategien tar utgangspunkt i og baserer seg på kommuneplanens samfunnsdel, roller og andre styringsdokumenter.

I kommuneloven § 4 slås det fast at kommunene skal drive aktiv informasjon om virksomheten sin. I tillegg tas det hensyn til annet relevant lovverk (se vedlegg).

Fra kommuneplanens samfunnsdel 2018-2028:

Delmål 2.1: «Uavhengig av framtidig kommunestruktur skal Tydal ha: - lokalt tilpassede kommunale tjenester til innbyggerne - samfunnsutvikling på lokalt nivå - et levende lokaldemokrati med lokal beslutningsmyndighet»

Delmål 2.2: «Trivsel og bolyst skal prege lokalsamfunnet og bidra til en positiv befolkningsutvikling i Tydal.»

Delmål 2.3: «Tydals fortrinn skal utnyttes til å utvikle et moderne og nyskapende lokalsamfunn med arbeid til alle»

Delmål 2.4: «Lokale naturressurser skal forvaltes på en bærekraftig måte, med hensyn til areal, miljø og klima»

## 2. Dagens situasjon og utfordringer

Vi har i dag flere nettsider og kanaler for sosiale medier og mange redaktører som har ansvar for de ulike nettstedene. Vi annonserer i lokale medier og har en del brosjyremateriell. Vi har ingen samtlende strategier eller mål nedsatt for arbeidet. En klar hovedutfordring er at kommunens måte å kommunisere på er i endring, fordi samfunnet konstant endrer seg på dette området.

## 3. Utfordringsbilde internt og eksternt (kommunikasjon og budskap)

### Internt:

- Ta i bruk kommunikasjon som virkemiddel i hele organisasjonen i det daglige arbeidet
- Godt informerte medarbeidere gir økt motivasjon og eierskap til utviklingstiltak
- God intern kommunikasjon er en forutsetning for å kommunisere godt eksternt
- Bruke en enhetlig grafisk profil

### Eksternt:

- Skape realistiske forventninger til kommunens tjenester
- Bruke et forståelig og tydelig språk
- I dag forventes det høy tilgjengelighet, brukervennlige digitale tjenester og selvbetjening. Samtidig skal vi gi tilbud til de som ikke har digitale ferdigheter
- Stadig nye krav som vern om personopplysninger og universell utforming
- Media og andre interessenter møtes åpent, aktivt og planlagt
- Sørge for at det kan gis tilbakemeldinger til kommunen

## 4. Definisjoner

### Informasjon og kommunikasjon

I norsk språkbruk brukes begrepene informasjon og kommunikasjon om hverandre. En enkel måte å skille dem på, er at kommunikasjon betegner prosessen, mens informasjon er det som formidles, altså budskapet.

### Kanal

Kanal er der vi formidler budskap til et publikum eller en gruppe for eksempel hjemmesider, sosiale medier, møter, brev og telefon. For at budskapet skal nå fram må kanalen være tilpasset målgruppa.

### Budskap

Budskapet er det vi ønsker å formidle. At budskapet når fram forutsetter god kjennskap til målgruppen.

### Omdømme

Med omdømme mener vi hvordan innbyggere og andre oppfatter Tydal kommune over tid. I konkurransen om å rekruttere arbeidskraft og tiltrekke oss nye innbyggere, kan et godt omdømme være avgjørende i konkurranse med andre kommuner.

## 5. Målgrupper – hvem skal vi kommunisere med

### Interne målgrupper:

- Medarbeidere
- Tillitsvalgte
- Verneombud
- Folkevalgte

### Eksterne målgrupper:

- Innbyggere
- Næringsliv
- Grunneiere
- Eiere av fritidsboliger
- Media
- Lag og foreninger
- Potensielle tilflyttere, arbeidssøkere og nye næringsaktører
- Turister

## 6. Ansvar og organisering

### Kommunedirektørens rolle

Hovedansvaret for at kommunikasjon blir drevet profesjonelt og etisk forsvarlig ligger hos kommunedirektøren, som også har ansvaret for å fronte kommunen i administrativ sammenheng.

### Ordføreres rolle

Som øverste politiske myndighet, har ordfører et selvstendig medieansvar. Ordfører er talsperson på vegne av kommunen i politiske spørsmål, og etter at en sak er politisk vedtatt.

### Krisehåndtering

Ordføreren og kommunedirektøren har også et særskilt ansvar når det gjelder krisekommunikasjon. Dette er beskrevet i Overordnet beredskapsplan for Tydal kommune.

### Lederansvar

Ledere har et særskilt ansvar for å følge opp kommunens kommunikasjonsstrategi. Den som har ansvaret for tjenesten, har også ansvaret for å informere om denne.

### Servicekontor

Servicekontoret har det faglige og daglige ansvaret for kommunens interne og eksterne kommunikasjonsvirksomhet. Det vil si ansvaret for å følge opp kommunens offisielle nettside, sosiale medier og annonseringer.

### Medarbeidere

Alle er selv ansvarlig for å søke informasjon og holde seg oppdatert. Medarbeidere er viktige medspillere i kommunens omdømmebygging. Alle kommunens ansatte er ansvarlig for å gi korrekte, saklige og fullstendige opplysninger innenfor eget fagområde og rolle.

## 7. Kanaler og ansvar

### Interne kanaler:

- Innsida (Intranett) hovedkanal for intern informasjon og innlogging til ulike systemer i VR.
- Teams – kanal for sektor, avdeling og arbeidsgruppe. Lagring av interne arbeidsdokumenter og kommunikasjon
- Interne møter
- E-post
- Utsendinger via fagsystemer som benytter sikker sending som Svar UT
- Kriseverktøy: Rayvn

### Eksterne kanaler:

- Hjemmesiden – [www.tydal.kommune.no](http://www.tydal.kommune.no) er hovedkanal for kommunenes tjenestetilbud, politiske saker og kunngjøringer
- Sosiale medier – kanaler for å vise hva som skjer i bygda. Sektorer/avdelinger kan ha egne kontoer på sosiale medier, men må følge kommunens retningslinjer
- Lokale medier
- Annonser – landsdekkende medier
- Servicekontoret – kommunens førstelinjetjeneste
- Brosjyrer – Legges hovedsakelig ut på nettsider. Trykte brosjyrer rettet mot turisme trykkes og distribueres ut til brosjyrestativ rundt om i bygda
- E-post
- Nyhetsbrev – benyttes når man skal sende ut informasjon til flere e-postadresser, for å ivareta personvernopplysninger og retten mottaker har for å kunne avmelde seg fra nyhetsbrevet. E-post med flere e-postadresser som er synlige krever et behandlingsgrunnlag før den sendes. Ellers brukes blindkopi
- Møter, for eksempel politiske møter, fagsamlinger
- eDialog- sikker forsendelse til kommunen

### Kommunens offisielle kontoer for sosiale medier

Ved opprettelse av nye sider for sosiale medier for avdeling/sektor, skal det tas kontakt med leder ved servicekontoret for vurdering, råd og veiledning.

Kommunal informasjon skal alltid legges på kommunens hjemmeside i tillegg til sosiale medier.

### Redaktørens ansvar:

- Vær til stede, delta gjerne i debatten. Husk at du alltid representerer kommunen
- Svar på spørsmål og kommentarer. Vi sensurer som hovedregel ikke kommentarer, men dersom personhets eller utlevering av personopplysninger skjer, skjules kommentarene
- Si takk for skryt og innspill
- Svar også på nøytrale kommentarer
- Du kan svare på negative kommentarer, men vurder selv hvor lenge du vil at dialogen skal opprettholdes
- Rett alltid opp faktafeil
- Tilpass formen på svaret etter henvendelsens form og innhold

- Ved spørsmål i kommentarfelt eller meldinger som kan lede til saksbehandling, henvis til å sende spørsmålet til kommunens postmottak
- Vær bevisst på skillet mellom administrativt og politisk nivå og ikke gi dine egne vurderinger av saker som er til politisk behandling

#### **Medarbeidernes bruk av sosiale medier:**

- Vær bevisst på rollen din som ansatt i Tydal kommune
- Husk at reglene om taushetsplikt, personvern, ytringsfrihet og lojalitetsplikt mv som du forholder deg til i din jobb i kommunen også gjelder når du opptrer som privatperson i sosiale medier
- Presiser at du ikke ytrer deg på vegne av Tydal kommune hvis det kan være tvil
- Henvendelser direkte til Tydal kommune skal besvares av redaktører på de forskjellige kontorer

### **8. Grafisk profil**

Det er utarbeidet en egen profilhåndbok som skal brukes til all profilering av Tydal kommune. Vi skal framstå med lik og gjenkjennbar profilering.

All ekstern bruk av kommunens grafiske profil skal godkjennes av servicekontoret. Logoer skal til enhver tid samsvare med gjeldende organisasjonsmodell.

### **9. Kommunikasjonsprinsipper**

- **Aktiv** – kommunen utnytter alle informasjons- og kommunikasjonskanaler aktivt for å nå sine mål
- **Åpen** – åpenhet og meroffentlighet skal praktiseres. Henvendelser fra media skal møtes med størst mulig åpenhet
- **Planlagt** – kommunen planlegger alltid informasjonstiltak ved viktige saker, beslutninger og resultat
- **Helhet** – vi skal være koordinert og samordnet i vår kommunikasjon
- **Nå alle** – vi skal sørge for at relevant, korrekt og forståelig informasjon tilpasses og når fram til målgruppene
- **Medvirkning** - kommunen ønsker å legge til rette for innbyggermedvirkning

### **10. Språk**

Språkloven § 9 fastslår: *Offentlige organ skal kommunisere på eit språk som er klart, korrekt og tilpassa målgruppa.*

Informasjonen fra kommunen skal være tilgjengelig og forståelig for de aktuelle målgruppene og utarbeides etter språkrådets retningslinjer for klarspråk og universell utforming.

Kommunens arbeidsspråk er bokmål, men nynorsk er tillatt. Tilrettelegging til andre språk må vurderes der vi ser det er behov.

## 11. Ytringsfrihet

Ansatte i Tydal kommune har ytringsfrihet som privatpersoner. Ansatte som er deltakere i den offentlige samfunnsdebatten om kommunes ansvarsområder må være bevisst på sin rolle som ansatt i Tydal kommune. Enhver ansatt har selv plikt til å presisere overfor mediene at de uttaler seg som privatpersoner.

## 12. Innsyn og personvern

### Åpen

Tydal kommune praktiserer åpenhet og meroffentlighet i tråd med Offentlighetslova. Det er lagt til rette for innsyn i dokumenter. Er et dokument unntatt offentlighet vurderes det om dokumentet likevel skal gjøres kjent helt eller delvis (jfr. Offentlighetsloven § 2 om meroffentlighet)

### Personvern

Tydal kommune praktiserer personvern i tråd med Personopplysningsloven. Personopplysningsloven gir regler for hvordan en behandler, oppbevarer, sikrer og gir innsyn i personopplysninger. Loven stiller krav til informasjonssikkerhet.

## 13. Krisekommunikasjon

Kommunen skal ved kriser kunne informere media, medarbeidere og kommunens innbyggere på en effektiv, offensiv og tilfredsstillende måte. Dette skal ivaretas av kriseledelsen. Informasjonen skal være korrekt og målrettet. Krisekommunikasjon er detaljert beskrevet i Overordnet beredskapsplan, under kapittel 3. *Plan for informasjon og krisekommunikasjon.*

## 14. Lovverk, retningslinjer og interne reglement

### Interne reglement

[Etske retningslinjer vedtatt av kommunestyret 3.11.2016, sak 92/16](#)

[Pressereglement vedtatt av kommunestyret 8.3.2016](#)

[Overordnet beredskapsplan for Tydal kommune vedtatt av kommunestyret 16.6.2024](#)

### Veiledere

[Veileder for bruk av sosiale medier i kommunen – Kommunenes Sentralforbund](#)

### Relevante lover som offentlig kommunikasjonsarbeid er styrt etter

[Kommunelovens § 4-1](#)

[Offentlighetsloven](#)

[Forvaltningsloven](#)

[Helse- og omsorgstjenesteloven](#)

[Plan- og bygningsloven](#)

[Grunnloven](#)

[Personopplysningsloven](#)

[Arkivloven](#)

[Arbeidsmiljøloven](#)

[Hovedavtalen](#)

[Miljøinformasjonsloven](#)



[Forskrift om universell utforming av informasjons- og kommunikasjonsteknologiske \(IKT\)-løsninger og IKT -løsninger](#)  
[Språkloven](#)

*Revideres i november hvert år. Første gang i 2025.*