

Kommunikationsstrategi

Innehåll

1. Syfte	3
2. Inledning, en värld i förändring	3
3. Kommunikationsstrategins utgångspunkt	4
3.1 <i>Jämställdhet- och mångfald</i>	4
4. Teori	4
5. Kommunikation, en strategisk ledningsfråga	5
5.1 <i>Kommunikationens betydelse för demokrati och medborgardialog</i>	5
6. Kommunikationsavdelningens roll	6
6.1 <i>Kommunikationsavdelningens huvudsakliga ansvar</i>	6
6.2 <i>Förvaltningarnas ansvar för det egna kommunikationsarbetet</i>	6
7. Kommunens huvudsakliga distributionskanaler	7
8. Massmedierelationer	7
8.1 <i>Pressmeddelanden, pressträffar och presskonferenser</i>	7
8.2 <i>Talespersoner i media</i>	8

Dokumenttyp	Strategi
Antagen av	Kommunstyrelsen, 2016-06-08
Dokumentansvarig	Kommundirektör

Syfte

Strategin beskriver inriktningen för Falköpings kommun arbete med kommunikation. Kommunikationen ska vara ett prioriterat arbetssätt i förverkligandet av visionen om Det Goda Livet, med ett fokus på social hållbarhet, samt klargöra:

- övergripande strategisk inriktning
- teoretisk utgångspunkt
- ansvar, roller och arbetsfördelning

Kommunikationsstrategin ska stödja förverkligandet av visionen om Det Goda Livet genom att: den kommunala kommunikationen ska vara lätt att förstå och lättillgänglig för både invånare och intressenter.

Detta ska ske genom att:

- fokusera på dialog och tillgänglighet via digitala plattformar med bild och ljud som främsta arbetssätt.
- kompetensutveckling av personalens kommunikationskunskaper.

Inledning, en värld i förändring

Vi lever i en tid där både utveckling och förändring går snabbt, något som Falköpings kommuns omvärldsanalys understryker. Detta väcker stort intresse från samhällsforskarna och det finns en enighet om att framtiden är mer öppen än förr, att en ständig omvandling av livsformer pågår som i sin tur påverkar livsstil och värderingar.

Globaliseringen leder till att människor rör sig över världen mer än någonsin, urbanisering leder till att städerna växer och teknikutvecklingen gör att det knappt är någon skillnad på här och där. De förändringar som sker är ofta omvälvande, hela samhällen och branscher förändras. Det lokala har vuxit ihop med det globala, en lokal händelse kan snabbt påverka ett samhälle på andra sidan jorden. Människor upplever ett här-skap och ett där-skap på en och samma gång. Globaliseringen ställer krav på flexibilitet och nytänkande i den kommunala organisationen. Strategisk kommunikation har därför blivit en viktig utvecklingskritisk process i arbetet med att leda och styra organisationen.

Kommunikationsstrategins utgångspunkt

Kommunikationsstrategin grundar sig i visionen om Det Goda Livet och de fyra övergripande målen för kommunens verksamheter:

1. Ett socialt hållbart Falköping
2. Ett attraktivare Falköping
3. Ett näringsliv som utvecklas
4. Kvalitén i verksamheten ska öka

Den grundar sig även i den kommunala omvärldsanalysens slutsatser som pekar på sex trender som påverkar Falköping idag och på lång sikt globalisering, demografiska förändringar, ökad individualisering, urbanisering, klimatförändring och teknikutveckling.

3.1 Jämställdhet- och mångfald

Falköpings kommuns kommunikation ska stödja det kommunövergripande arbetet för jämställdhet, likabehandling och mångfald.

Kommunikationen ska därför alltid grunda sig i och utgå från jämställdhets- och mångfaldsaspekterna. Det betyder att alla; kvinnor, män, infödda såväl som inflyttade Falköpingsbor, ska ha samma makt att forma samhället och sina egna liv. Det gäller även invånare med olika former av funktionsnedsättningar.

Falköping är en del av en globaliserad värld och alla invånares behov av kommunal information och kommunikation ska därför beaktas och kommunikationen ska spegla alla invånare, det är en fråga om medmänsklighet, ansvarstagande och trovärdighet.

Teori

Vanligtvis brukar en organisation se på information som om det finns en avsändare och en eller flera mottagare, det vill säga information som monolog.

Denna strategi grundar sig istället på forskning som betonar kommunikation och ser att den först och främst är relation, det vill säga vårt beteende som organisation skapar både värden och världen.

När kocken på förskolan skriver uppmuntrande ord på äggen som kokas till barnen så är det en viktig del i kommunens kommunikation. Detsamma gäller orden vi väljer att använda i ett brukarsamtal inom omsorgen eller ett utvecklingsamtal i skolan.

Detta är en syn på kommunikation som gör alla i organisationen till kommunikatörer. I all kommunikation i Falköpings kommun ska vi därför vara medvetna om att vi alltid kommunicerar både innehåll och relation. Det är lika viktigt att vi tänker på hur vi kommunicerar som vad vi kommunicerar .

Vårt mål är att, så långt det är praktiskt möjligt, alltid kommunicera internt innan vi kommunicerar externt, detta för att förtroendevalda, chefer och medarbetare ska kunna vara välinformerade företrädare för kommunen.

5. Kommunikation, en strategisk ledningsfråga

I Falköpings kommun är kommunikation en viktig del i både ledar- och medarbetarskapet, därför är den alltid en prioriterad arbetsuppgift. Det betyder att både medarbetare och förtroendevalda alltid ska tänka på vikten av kommunikation, i synnerhet gentemot invånarna, men även andra intressenter regionalt, nationellt och internationellt.

Kommunikationens roll ska vara en naturlig del i verksamhetsplaneringen på alla nivåer i organisationen.

5.1 Kommunikationens betydelse för demokrati och medborgardialog

Att förstå det som kommuniceras är avgörande för förståelsen av samhället, för att kunna delta i det demokratiska samhällssamtalet, uppfatta samhälleliga värderingar och normer och bli uppdaterad kring samhällshändelser och förändringar. Detta är viktigt för alla invånare, nya och infödda Falköpingsbor samt de med funktionsnedsättningar, för att skapa en känsla av gemenskap.

Utbildningsnivån i Falköping är låg, endast 27 procent har en eftergymnasieutbildning i jämförelse med 39 procent i Västra Götaland (samma siffra gäller för riket). Utbildningsnivån för män i Falköping, i åldern 20-64 år, är ännu lägre.

Nyligen genomförda stickprov på den externa hemsidan samt annan extern information visar att läsbarhetsindex i många fall ligger högt i kategorin ”mycket svår, byråkratsvenska”. Det är därför strategiskt viktigt att påbörja arbetet med att kommunicera mer tillgängligt och begripligt. När vi skriver ska vi eftersträva klarspråk, det vill säga myndighetstexter skrivna på ett vardat, enkelt och begripligt sätt. Det handlar ytterst om demokrati, att alla ska ha tillgång till och har rätt att förstå vad som står i texter som skrivs av kommunen.

Falköpings kommun fokuserar på ljud och bild i kommunikationen på de digitala plattformar som invånarna mest använder.

6. Kommunikationsavdelningens roll

Kommunikationsavdelningen ska i sitt arbete med kommunikation vara en strategisk, coachande och stödjande resurs i förverkligandet av visionen om Det Goda Livet. Målsättningen med kommunikationsarbetet är att fokusera på att förstärka nya och pågående processer och strategiskt arbeta utifrån kommunledningens formulerade målsättningar. De huvudsakliga arbetsmetoderna är konsultation, idégenerering, projekt- och processledning, kompetensutveckling, systemförvaltande, och i viss mån, grafisk formgivning.

I praktiken innebär detta att kommunikationsavdelningen i sitt arbete först och främst har ett fokus på att producera kommunikativt innehåll. Ett arbete som alltid sker i nära samverkan med förvaltningar och de strategiska funktioner i kommunens organisation.

6.1 Kommunikationsavdelningens huvudsakliga ansvar

- Public affairs (inkluderar kommunikativt lednings- och chefsstöd, deltagande i samhällsnätverk)
- Process- och övergripande projektledning
- Medborgardialog (sociala medier och klarspråk)
- Kriskommunikation
- Teknikutveckling (för underlättandet av intern grafisk formgivning)
- Systemägare, Falnet och externa webben
- Grafiska profil
- Mediekontakter

Kommunikationsavdelningen ska också ansvara för framtagande av, inom ansvarsområdet, nödvändiga styrdokument, riktlinjer och handlingsplaner.

6.2 Förvaltningarnas ansvar för det egna kommunikationsarbetet

Varje förvaltning ansvarar för att saklig information och kommunikation skapas för målgruppen och att resurser finns för detta prioriterade kommunikationsarbete. För att främja förvaltningssamverkan och för att kunna anställa medarbetare med kvalificerad kommunikationskompetens kan tjänster som förvaltningsinformatör med fördel delas mellan olika förvaltningar, och arbetsledas av kommunikationschefen.

Varje förvaltning ansvarar också för att medarbetare, i den omfattning som krävs, utses som ansvariga redaktörer för den externa hemsidan, intranätet och sociala medier. Varje förvaltning ansvarar också för att den interna och externa kommunikation som berör det egna verksamhetsområdet följer övergripande riktlinjer och den grafiska profilen.

Förvaltningarna kan, vid behov, komplettera denna kommunikationsstrategi med en förvaltningsspecifik handlingsplan. I detta arbete kan kommunikationsavdelningen vara en coachande resurs.

7. Kommunens huvudsakliga distributionskanaler

Enligt forskning handlar kommunikation endast till 7 procent om ord/innehåll och till 93 procent om kroppsrörelser och röstläge. Det är bakgrunden till att Falköpings kommun fokuserar på digital kommunikation genom rörlig media. Kanaler som vi ska använda är:

- sociala medier
- den egenutvecklade plattformen Falköping Play
- externa hemsidan
- intranätet Falnet

Papperstidningarnas upplagor sjunker sedan flera år tillbaka och trenden är även att tryckt samhällsinformation blir digital. Enligt Statens Medieråd har debuten på Internet, under en tioårsperiod, gått från nio till två års ålder, var tredje tvååring använder Internet flera gånger i veckan. Tillgången till surfplattor har fördubblats sedan 2012, att titta på video i mobilen ökar kraftigt. Om två år står video för 80 procent av internettrafiken. Folk är fortfarande lika intresserade av nyheter, fast nu i mobilen och över nätet. Det är pappret vi lämnar, inte nyheterna. För de invånare som inte använder Internet kommer det även fortsättningsvis finnas tillgång till kommunal information via Vi i Falköping som totalutdelas fyra gånger per år till samtliga hushåll, samt övrig tryckt information.

8. Massmedierelationer

Meddelarfriheten ger alla medarbetare i Falköpings kommun rätt att kontakta massmedia. Efterforskningar om vem som lämnat information får inte förekomma.

8.1 Pressmeddelanden, pressträffar och presskonferenser

Ansvariga kommunala företrädare, det vill säga kommunstyrelsens- och nämndernas ordförande, samt förvaltningschefer eller av dem utsedda medarbetare kan informera massmedia om aktuella frågor inom sina respektive ansvarsområden.

Detta ska ske genom:

Pressmeddelanden, till lokal media i kommunen och Skaraborg. När pressmeddelanden går ut till regional och/eller nationell media ska detta ske efter samråd med kommunikationsavdelningen.

Pressträffar, med lokal media i kommunen och Skaraborg.

Presskonferenser, arrangeras för regional och nationell media, endast efter samråd med kommunikationschefen.

8.2 Talespersoner i media

När kommunen som organisation väljer talesperson ska den politiker eller chef som har mest kunskap om verksamheten vara den som uttalar sig i media enligt följande ansvarsfördelning:

Nämndspecifika politiska frågor: Kommunstyrelsens ordförande och respektive nämndsordförande, eller av dessa utsedda förtroendevalda.

Kommunövergripande verksamhetsfrågor: Kommundirektören och kommunikationschefen eller av dessa utsedda tjänstemän.

Förvaltningsspecifika sak- eller verksamhetsfrågor: Ansvarig förvaltningschef alternativt annan sakkunnig medarbetare som förvaltningschefen hänvisar till efter samråd med kommunikationschefen.

Politiska partier

Respektive parti ansvar för sin egen partikommunikation och information.