



Hammerfest kommune
Hámmerfeastta suohkan

Kommunikasjonsprofil

Vedtatt i kommunestyret 9. juni 2022



Innholdsfortegnelse

Om kommunikasjonsprofilen	3
Hvordan skal vi kommunisere?	4
Hva skal vi oppnå?	4
Kjerneverdiene våre i kommunikasjon	4
Overordnede kommunikasjonsprinsipper	5
Kommunikasjon i spesifikke sammenhenger	6
Underliggende dokumenter.....	7
Andre relevante dokumenter.....	7
Kunnskapsgrunnlag	8
Identitet, verdier og kommunikasjon.....	8
Hva er kommunikasjon?	8
Hva er en kommune?	9
Rammebetingelser.....	9
Hvilke utfordringer har vi?	10

Om kommunikasjonsprofilen

Denne kommunikasjonsprofilen skal være en hjelp for alle ansatte i Hammerfest kommune til å kommunisere godt, til å formidle våre verdier og til å fremstå klart og tydelig overfor alle vi samhandler med.

Kommunikasjonsprofilen inneholder overordnede prinsipper og retningslinjer som skal gjelde for all vår kommunikasjon. I tillegg har vi utarbeidet et knippe av dokumenter i form av håndbøker, retningslinjer og reglementer som gjelder på spesifikke områder.

Hvordan skal vi kommunisere?

Hva skal vi oppnå?

Kommunikasjonsprofilen skal være en hjelp og et verktøy for å sikre at vi som organisasjon kommuniserer mest mulig samstemt og helhetlig og hjelpe oss til å oppnå god, tydelig og effektiv kommunikasjon med innbyggere og alle andre vi samhandler med.

Effektiv kommunikasjon

Når vi formidler informasjon skal vi kommunisere klart og forståelig, og nå frem til målgruppen for informasjonen.

Når vi tar imot informasjon skal det være enkelt å nå oss, og vi skal raskt og effektivt ta imot og behandle den informasjonen vi får inn.

Tydelig og gjenkjennelig identitet

Måten vi kommuniserer på skal bidra til å formidle en tydelig og gjenkjennelig identitet for Hammerfest kommune som organisasjon

Kjerneverdiene våre i kommunikasjon

Hammerfest kommunes kjerneverdier er *raus, sprek og samspilt*.

Disse kjerneverdiene skal prege all vår virksomhet og derfor også hvordan vi kommuniserer

Raus

Vi er **rause** i kommunikasjon når vi fokuserer på innholdet i det som blir sagt og ikke henger oss opp i måten det blir sagt på; når vi tar kritikk konstruktivt og tolker tilbakemeldinger og innspill i beste mening.

Sprek

Vi er **spreke** i kommunikasjon når vi følger med i tiden og bruker moderne kommunikasjonsformer og –kanaler, når vi tør å prøve nye måter å nå frem på, og når vi ikke tar oss selv altfor høytidelig.

Samspilt

Vi er **samspilte** i kommunikasjon når vi bryr oss mest om mottakeren av det vi kommuniserer og bruker et klart og forståelig språk, og når hele organisasjonen kommuniserer helhetlig og samordnet.

Overordnede kommunikasjonsprinsipper

- Åpenhet
- Medvirkning
- Nå alle
- Aktiv
- Helhet
- Riktig og godt omdømme
- Effektiv bruk av ressurser

Åpenhet

Vi skal være åpne, imøtekommende og etterrettelige

- Vi skal gjøre det enkelt å begjære og få innsyn i informasjon som skal være åpent tilgjengelig. Men vi skal også være aktive med selv å gå ut med informasjon som vi skjønner vil være av allmenn interesse, og ikke bare vente til informasjonen blir etterspurt.
- Vi skal være etterrettelige, ved at vi setter oss inn i saker vi blir spurt om og selv sjekker fakta. Om vi har mer informasjon enn vi blir spurt om, som vi forstår at er av interesse for saken, skal vi også gi ut den tilleggsinformasjonen.

Medvirkning

Vi skal ta innbyggerne med på råd og involvere dem i utforming av politikk og tjenester

- Vi skal ha gode systemer og rutiner for at befolkningen skal kunne følge politiske møter og få innsyn i alle slags kommunale dokumenter.
- Vi skal ha gode systemer og rutiner for å ta imot innspill fra innbyggerne, næringslivet og andre samarbeidspartnere.

Nå alle

Vi skal være inkluderende, klare og tydelige

- Vi skal skrive klart språk, så alle kan forstå oss – også de som ikke har norsk som førstespråk, de som har lese- og skrivevansker og de som har kognitive utfordringer.
- Vi skal bruke universell utforming, så alt vårt innhold er tilgjengelig for alle, ved å følge standarder, lover og forskrifter for universell utforming.

Aktiv

Vi skal gi informasjon aktivt og i tide

- Vi skal gå ut med saker som vi forstår har allmenn interesse på våre nettsider, til media i pressemeldinger og i sosiale media.
- Vi skal ikke bare svare på spørsmål, men selv aktivt gå ut med informasjon.

Helhet

Vi skal være synlige og gjenkjennelige

- Vi skal til enhver tid ha en visuell profil som skal brukes i all vår virksomhet.
- Vi skal få utviklet og vedlikeholde en språkprofil som skal brukes i all vår skriftlige kommunikasjon.
- Vi skal aktivt bygge en organisasjonskultur som foster en felles forståelse og formidling av vår identitet.

Riktig og godt omdømme

Vi skal bygge et riktig og godt omdømme for kommunen

Hammerfest kommune er avhengig av tillit hos befolkningen for å kunne ha legitimitet for sin virksomhet. Et godt omdømme er med på å bygge og vedlikeholde tillitt.

Vi bygger et godt omdømme først og fremst ved å gjøre godt arbeid og levere gode tjenester. Men i tillegg til å gjøre godt arbeid, er det også nyttig å formidle godt og sannferdig hvem vi er og hva vi står for. Helhetlig kommunikasjon er en god hjelp i dette.

- Kommunikasjonsprofilen – med underliggende dokumenter – må innføres og tas i bruk på alle nivåer i organisasjonen.

Effektiv bruk av ressurser

Vi skal utnytte begrensede ressurser til å få god effekt

Effektiv kommunikasjon er planmessig – med riktige tiltak til riktig tid. Kommunikasjon må derfor tidlig inn i prosjekter og saker, slik at involverte og interessenter får riktig informasjon i rett tid, og at vi får inn innspill og reaksjoner og bidrar til medvirkning og samskaping.

- Kommunikasjon bør ha en naturlig plass i beslutningsprosesser og bør inn i ledelsesarbeid på alle nivåer.
- Vi må evaluere effekten av kommunikasjonstiltak, slik at vi vet om vi bruker ressursene på best mulig måte.

Kommunikasjon i spesifikke sammenhenger

I tillegg til de overordnede prinsippene, som skal gjelde for all vår kommunikasjon, kan det være spesielle hensyn som gjelder i spesielle situasjoner.

Kommunikasjon med media

Som kommunalt ansatt kan du fra tid til annen bli bedt om å svare på spørsmål og henvendelser fra media. Du kan bli bedt om å uttale deg om din jobb, om din virksomhet, om kommunen i sin alminnelighet og mange beslektede saker.

- Vi har en mediehåndbok som skal gjøre det lettere å håndtere kontakten med media på en god og konstruktiv måte.

Kort oppsummert

- Forbered deg til intervju.
- Snakk sant.
- Sjekk fakta.
- Vær etterrettelig.
- Ivareta taushetsplikt.
- Beskytt helseopplysninger, personalopplysninger og sensitiv informasjon.
- Si så mye du kan – men ikke mer.
- Du kan få råd og bistand fra kommunikasjonsrådgiver og juridisk rådgiver.

Kommunikasjon i sosiale medier

Hammerfest kommune har et stort antall profiler i sosiale medier knyttet enten til selve kommunen, eller til kommunale virksomheter.

Vi har et redaktøransvar for det som publiseres av oss på sosiale medier som facebooksider, og vi har også et ansvar for det som publiseres der av andre.

- Vi har egne retningslinjer for bruk av sosiale medier. De omfatter bruk av sosiale profiler knyttet til kommunal virksomhet, og råd om ansattes egen bruk av sosiale medier.

Kort oppsummert

Alle profiler i sosiale medier som er knyttet til kommunal virksomhet skal ha klare ansvarsforhold, følge våre retningslinjer for innhold og modereres aktivt. Innhold skal ikke være eksklusivt på sosiale medier.

Kommunikasjon til arbeidssøkende

Særlig innenfor noen yrkesgrupper er det vanskelig å skaffe nok kvalifisert arbeidskraft. Som arbeidsgiver må vi konkurrere med andre om å tiltrekke oss mange nok og godt nok kvalifiserte ansatte. Vi må derfor både være og fremstå som en attraktiv arbeidsgiver og kommunisere dette overfor arbeidssøkere og arbeidstakere.

- Vi skal være profesjonelle og ryddige som arbeidsgiver.
- Vi skal være profesjonelle og ryddige i vår rekruttering.
- Vi skal tørre å tenke nytt i hvordan vi tiltrekker oss nye medarbeidere.

Kommunikasjon med ansatte – intern kommunikasjon

Internkommunikasjon er først og fremst et linjeansvar, som følger organiseringen vår i staber og avdelinger, sektorer og virksomheter.

- Vi skal fostre en helhetlig kultur i kommunen. Alle som jobber i kommunen er kolleger – på tvers av fagområder, virksomheter og geografi.
- Vi skal ha gode verktøy som styrker mulighetene for samarbeid – både innad i virksomhetene og på tvers av dem.

Annonsering

Hammerfest kommunes annonsering skal tilpasses våre målgrupper, være kostnadseffektiv og målrettet. Den skal være tydelig på fordeling av ansvar og oppgaver. Utforming av annonser skal være i tråd med Hammerfest kommunes visuelle profil og språkprofil.

- Vi har en egen annonsestrategi.

Underliggende dokumenter

Følgende dokumenter inngår i kommunikasjonsprofilen og skal revideres jevnlig

- Visuell profil
- *Språkprofil (skal utarbeides)*
- *Redaksjonell profil (skal revideres)*
- Informasjonsreglement
- Retningslinjer for bruk av sosiale medier
- Annonsestrategi
- Mediehåndbok

Andre relevante dokumenter

- Etiske retningslinjer
- Kjerneverdier

Kunnskapsgrunnlag

Identitet, verdier og kommunikasjon

– *Hvordan vi kommuniserer viser hvem vi er*

Både organisasjoner og mennesker har en identitet. Enkelt sagt uttrykkes identitet gjennom kommunikasjon.

Et menneskes identitet defineres som *summen av faste og vedvarende personlighetstrekk*. Identiteten vår som mennesker kan forstås som *hvem hver og en av oss er*.

En organisasjon som Hammerfest kommune kan også sies å ha en identitet, forstått som summen av de verdier som preger vår virksomhet. Verdiene styrer valgene vi gjør og kan være både uttalte og underforståtte.

Som organisasjon har vi et sett med kjerneverdier som vi har valgt ut og formulert og som vi ønsker skal prege all vår virksomhet. Disse uttalte kjerneverdiene vi alltid være i dialog med verdier som lever underforstått i vår organisasjonskultur og i våre vaner – «sånn gjør vi det her».

Kommunikasjon er utveksling av informasjon – tanker og ideer. Men kommunikasjon er mer enn bare informasjonsutveksling. Informasjon er også en *identitetsbærer*. *Hvordan vi kommuniserer forteller noe om hvem vi er*. Dette gjelder mellom enkeltmennesker, og det gjelder også mellom en stor organisasjon om Hammerfest kommune og mennesker og virksomheter vi kommuniserer med. *Hvordan vi kommuniserer vil i stor grad gjenspeile de verdiene som preger oss*. Ved å være bevisst på hvordan vi kommuniserer, vil vi også lettere bli bevisst på verdigrunnet vårt, og det vil hjelpe til å utvikle oss som organisasjon.

Hva er kommunikasjon?

Enkelt sagt er kommunikasjon hvordan vi snakker og hvordan vi lytter.

Store norske leksikon definerer menneskelig kommunikasjon slik:

Menneskelig kommunikasjon kan defineres som «det å dele tanker med andre individer, på en overlagt og uforbeholden måte». Dette innebærer at en person som ønsker å kommunisere noe, har en tanke som hun ønsker å formidle. Dette gjør hun ved å produsere ord eller handlinger, eller en kombinasjon av disse, med et mål om at de ønskede mottakerne skal forstå hennes meningsinnhold.¹

Det er en vesentlig side ved kommunikasjon at den innebærer *utveksling*. Det er altså en toveis prosess der tanker og informasjon flyter mellom (minst) to parter. Kommunikasjon for oss, som en kommune, handler ikke bare om at vi skal informere eller diktere til innbyggerne, men like mye at vi skal la innbyggere og andre komme til orde og å ta til oss tanker og informasjon.

¹ [Store norske leksikon: kommunikasjon](#)

Kommunikasjon som identitetsbærer

Rent praktisk handler kommunikasjon om formidling og utveksling av tanker, ideer og informasjon. Men kommunikasjon handler ikke bare om *hva* som blir formidlet. Det er også veldig viktig *hvordan* det blir formidlet. Det handler ikke bare om hva som blir sagt, men om hvordan vi sier det – ikke bare om hva vi tar imot, men om hvordan vi tar det imot. Hvordan vi kommuniserer – hvilket språk vi har – er en helt vesentlig del av hvordan vi formidler hvem vi er. Tenk bare på hvor viktig del morsmålet er av vår kultur og vår identitet. Samisk har et flott og treffende ord for dette: *Hjertespråket*.²

Hva er en kommune?

Som person kan vi ha ulike roller: Forelder, ektefelle, venn, lagkamerat, kollega og mye mer. I hver av rollene kan vi ha litt ulike måter å forholde oss til våre medmennesker på, og litt ulike måter å snakke på. La oss kalle dette for ulike *stemmeleier*.

Kommunal virksomhet er stor, mangslungen og sammensatt, og kommunen har også mange forskjellige roller, akkurat som en person kan ha, har kommunen flere roller. De forskjellige rollene, kan naturlig kreve forskjellige stemmeleier:

- Kommunen er rammen for lokaldemokratiet
- Kommunen som velferdsleverandør
- Kommunen som myndighetsutøver
- Kommunen som samfunnsutvikler

Som ramme for lokaldemokratiet skal vi sørge for at alle stemmer blir hørt, fremelske dialogen og diskusjonen og ikke være redd for uenighet. Som myndighetsutøver skal vi være en klar og utvetydig autoritet.

Men selv om kommunen har flere roller og flere stemmeleier, ønsker vi å ha og fremstå med en helhetlig identitet. Det skal være den samme «personen» som snakker; den samme stemmen med forskjellige stemmeleier.

Rammebetingelser

Lover

Som offentlig virksomhet er vi i stor grad regulert av lovverket, som gir klare og strenge rammer for vår virksomhet.

Disse er særlig relevante for vår kommunikasjonsvirksomhet:

- [Kommuneloven](#)
- [Offentleglova](#)
- [Forvaltningsloven](#)
- [Språklova](#)

Statens kommunikasjonspolitik

Staten har utarbeidet en egen kommunikasjonspolitik,³ som også har vært inspirasjonsgrunnlag for vår kommunikasjonsprofil.

² Nordsamisk: *Váibmogiella*

³ [Statens kommunikasjonspolitik \(regjeringen.no\)](#)

Kommuneplanens samfunnsdel

I tillegg til lovverket er det viktigste styringsdokumentet for kommunen den til enhver tid gjeldende kommuneplanens samfunnsdel.

Kommuneplanens samfunnsdel

Kommuneplanens samfunnsdel er verktøyet for kommunens helhetlige planlegging.

Den ivaretar både kommunale, regionale og nasjonale mål, interesser og oppgaver, og bør omfatte alle viktige mål og oppgaver i kommunen. Målene i samfunnsdelen skal gjenspeiles i en handlingsdel med økonomiplan, og må derfor være klart retningsgivende og styrende.

Åpenhet og taushetsplikt

Offentleglova stiller krav til oss om åpenhet.

«Formålet med loven er å legge til rette for at offentlig virksomhet er åpen og gjennomiktig, for slik å styrke informasjons- og ytringsfriheten, den demokratiske deltakelsen, rettsikkerheten for den enkelte, tilliten til det offentlige og kontrollen fra allmenheten.»⁴

Hovedregelen er at alle dokumenter vi produserer i vår virksomhet skal være åpne og tilgjengelige for alle som ønsker innsyn, med mindre det er spesielle hensyn som tilsier noe annet. Slike hensyn kan være taushetsplikt i forbindelse med helseopplysninger og annen personlig informasjon som elevmapper, personalmapper og annet.

Klart språk

Språkloven fra 2022 krever at alle offentlige organ skal kommunisere på et klart og korrekt språk som er tilpasser målgruppen.⁵

Undersøkelser har vist at én av tre ikke forstår innholdet i offentlig informasjon. Dette er både et demokratisk og et økonomisk problem. Både staten og kommunesektoren satser på klart språk, og Hammerfest kommune bør gjennomføre en satsing på klarspråksarbeid, slik at alle medarbeidere settes i stand til å kommunisere med klart språk.

Hvilke utfordringer har vi?

Utfordringer overfor publikum

Mangfold av oppgaver – uklar identitet

Vi ønsker at våre innbyggere skal ha tillit til kommunen og være fornøyde med tjenestene vi yter. Det krever på den ene siden at vi gjør en god jobb og yter gode tjenester. Men det krever også at innbyggerne er klar over hva som er kommunale tjenester og kommunalt ansvar, og det kan være vanskelig å vite, siden kommunen gjør så mye forskjellig. Hvis jeg som innbygger er misfornøyd med sykehus og kollektivtrafikk i kommunen og ikke er klar over at de drives henholdsvis av staten og fylkeskommunen, så vil det naturlig nok påvirke min oppfatning av kommunen.

Om vi skal få et godt og fortjent omdømme som kommune, er vi avhengig av at innbyggere og andre har god kunnskap om hva som er kommunale tjenester og ansvarsområder – og hva som *ikke* er det.

⁴ [Offentleglova §1](#)

⁵ [Språklova §9](#)

En kommune har et overveldende stort antall av svært ulike oppgaver. Alt dette er blant tingene Hammerfest kommune gjør:

- Tar vare på barna i barnehage
- Måker snø (men bare på de kommunale veiene – ikke på fylkes- og riksveier)
- Gir barna skolegang
- Tar vare på de gamle
- Driver kino og kulturtilbud
- Tråkker skiløyper og merker skuterløyper
- Forvalter arealplaner og behandler byggesøknader
- Utvikler samfunnet
- Ivaretar beredskap mot brann og naturkatastrofer
- Driver primærhelsetjenesten
- Administrerer lokaldemokratiet

Den enorme bredden og spredningen i de kommunale oppgavene gjør at det er vanskelig for innbyggerne å ha et godt og presist bilde av hva som er og ikke er kommunale oppgaver og ansvar. Det er derfor viktig for oss å ha en klar og tydelig identitet – å være tydelige og gjenkjennelige. Det igjen krever at vi kommuniserer tydelig og gjenkjennelig. Når det er lett å kjenne igjen kommunen i alle tjenestene vi yter og ansvarene vi utøver, blir det lettere for innbyggerne å være klar over hva som er kommunale tjenester og kommunalt ansvar.

Overflod av informasjon

Vi lever i en tid hvor vi drukner i informasjon. Aldri tidligere i historien har vi hatt mer informasjon lettere tilgjengelig. Så godt som all verdens oppslagsverker og nyhetsmedier er et tastetrykk eller et fingerpek unna for de fleste av oss. Dessverre er dårlig, falsk og irrelevant informasjon like lett tilgjengelig, som den gode, sanne og relevante informasjonen, og vi kan lett oversvømmes av ubrukelig eller direkte feilaktig og skadelig informasjon.

Samtidig som mengden av informasjon i samfunnet er overveldende, er også tilliten til offentlig informasjon under press. I mange sammenhenger spres falske nyheter («fake news») for å påvirke folks meninger og oppfatninger og forskjellige konspirasjonsteorier kan få skremmende stor oppslutning. Den offentlige samtalen er også preget av at alle har tilgang til å publisere sine meninger for et stort publikum gjennom sosiale medier. Ufiltrerte meninger og utsagn som kan være nokså harmløse rundt et kafebord eller i et privat drikkelag, kan fungere helt annerledes når det er tilgjengelig for hele verden. Det er mye som tyder på at tonen i den offentlige samtalen har blitt hardere og skarpere, og at det er en større belastning å delta i samfunnsdebatten enn det har vært. Kommunen må på den ene siden unngå å drukne i flommen av unyttig informasjon og på den andre siden ikke bidra til den samme flommen. Vi bør også fostre enn konstruktiv og nyttig offentlig samtale og debatt. Det er derfor viktig at det vi kommuniserer er nyttig, konstruktivt, saklig og relevant for mottakerne.

Interne utfordringer

Stor organisasjon

Vi er en stor organisasjon, med mange ansatte spredt over et stort geografisk område og et utall fagområder. Det gjør at vi jobber spredt og at få av oss har en god oversikt over alt våre kolleger driver med. Å oppleve seg og opptre som én helhetlig organisasjon med en felles identitet og en felles kultur kan derfor være utfordrende.

For å lykkes med god eksternkommunikasjon, må vi også drive god internkommunikasjon. Det er et lederansvar å sørge for god kommunikasjon i organisasjonslinjene.

Sprikende samhandlingsverktøy

Vi har som organisasjon tilgang til en rekke digitale samhandlingsverktøy, men disse er ikke gjennomgående tatt i bruk i hele organisasjonen. Intranettet vårt har mye god informasjon, men er en enveiskanal – i praksis en digital brosjyre og ikke et samhandlingsverktøy. Kompetansen i bruk av samhandlingsverktøy og utbredelsen av dem er varierende i organisasjonen. Det er vanskelig å nå ut til alle med beskjeder og informasjon.

Felles kultur i utvikling

Nåværende Hammerfest kommune oppstod da Kvalsund kommune og gamle Hammerfest kommune ble slått sammen 1. januar 2020. Å utvikle en felles kultur for en organisasjon som er sammenslått av to tidligere selvstendige virksomheter er et møysommelig og langsiktig arbeid.

Det er viktig å utvikle og innføre retningslinjer og veiledere som denne for å fostre en felles kultur og en felles selvforståelse i organisasjonen.

Utfordringer overfor media

Kommunen er en offentlig virksomhet, et forvaltningsorgan og en myndighetsutøver. Vi forvalter store verdier på vegne av fellesskapet, og vi yter tjenester og treffer beslutninger som får store konsekvenser for menneskers liv. Vi har derfor en moralsk og juridisk plikt til å være åpne om all vår virksomhet. Det skal være mulig for samfunnet i sin alminnelighet, innbyggere og media å få innsikt i og kunne ettergå all vår virksomhet, prioriteringer som gjøres og beslutninger som tas.

Samtidig forvalter kommunen mye sensitiv informasjon om enkeltmennesker. Det kan være helseopplysninger, ansettelsesforhold, opplysninger om tiltak i barnevernet, familiesituasjoner og mye annet. Dette er informasjon som skal behandles med streng taushetsplikt.

Norsk journalistlag definerer medienes samfunnsoppdrag på denne måten:

- Sørge for at folk får nødvendig informasjon og tilgang på nyheter.
- Være arena for debatt, kritikk og kommentarer som gir alle mulighet til å delta i og påvirke samfunnsutviklingen.
- Kritisk granske offentlige myndigheter, næringsliv, og andre organisasjoner for å hindre overgrep og maktmisbruk.

Det ligger altså i medias samfunnsoppdrag at de skal kritisk granske offentlige myndigheter som kommunen. Vi må derfor forvente at media har et kritisk søkelys mot vår virksomhet og møte dette på en konstruktiv og informativ måte.

Utfordringer som arbeidsgiver

Særlig innenfor noen yrkesgrupper er det vanskelig å skaffe nok kvalifisert arbeidskraft. Som arbeidsgiver må vi konkurrere med andre om å tiltrekke oss mange nok og godt nok kvalifiserte ansatte. Vi må derfor både være og fremstå som en attraktiv arbeidsgiver og kommunisere dette overfor arbeidssøker og arbeidstakere.