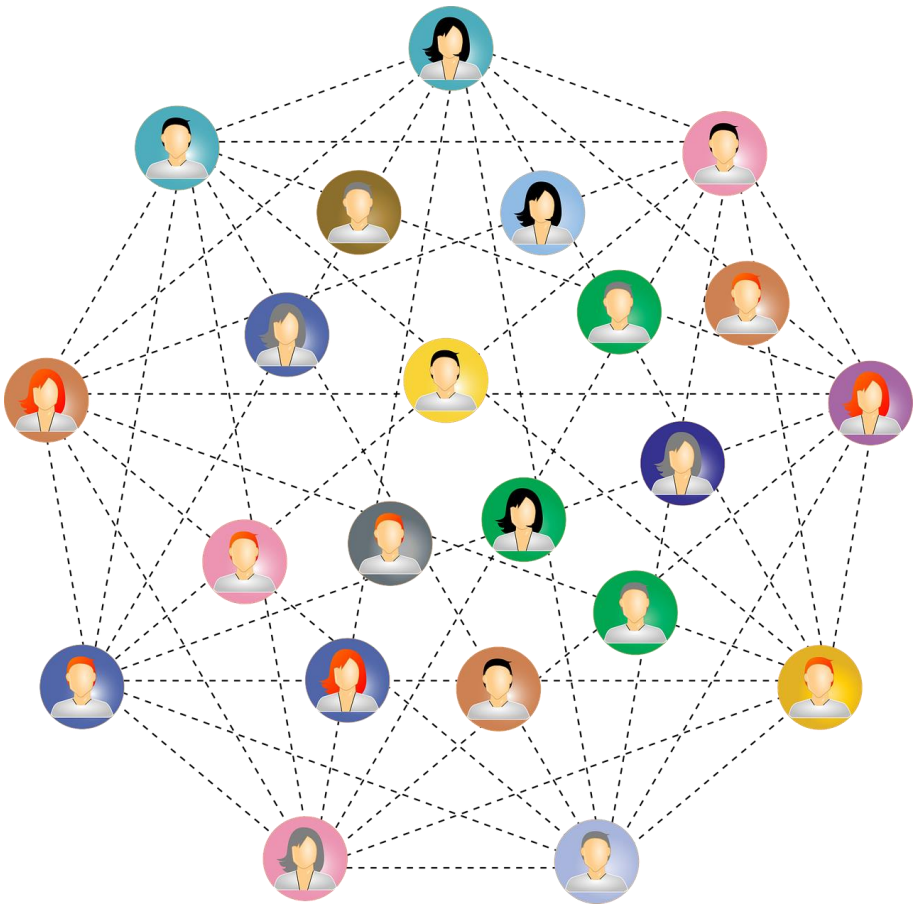
LYNGDAL KOMMUNE

KOMMUNIKASJONSPLAN FOR LYNGDAL KOMMUNE

Denne planen gir råd om bruk av ulike metoder og kanaler for å dele, finne og kvalitetssikre informasjon. Den gir også veiledning om det å forholde seg til media, praktiske råd om bruk av ulike kommunikasjons- og delingsplattformer, informasjon om kommunens grafiske profil, om bruk av billedbank, tips for bedre språk mv.



Illustrasjon: Gordon Johnson, Pixabay

VI VIL
VI VÅGER

Kommunelovens § 4

Informasjon om kommunens og fylkeskommunens virksomhet:
Kommuner og fylkeskommuner skal drive aktiv informasjon om sin virksomhet.
Forholdene skal legges best mulig til rette for offentlig innsyn
i den kommunale og fylkeskommunale forvaltning.

Språklova § 9

Klart språk:
Offentlege organ skal kommunisere på eit klart og korrekt språk
som er tilpassa målgruppa.

INNHOLD KOMMUNIKASJONSPLAN

1.1 Lyngdal kommunes visjon for god kommunikasjon 4

2 Innledning 5

2.1 Et verktøy 5

2.2 Hva kan skje når vi ikke har noen strategi og plan for informasjon? / Kommunikasjonsmål 6

3 Medias rolle og hvordan forholde seg til den 8

3.1 Tenk på hvordan du ordlegger deg 9

4 Litt Praktisk info om noen hyppig brukte informasjons- og delingskanaler 11

4.1 Compilo 11

4.2 Epost-signatur 11

4.3 Epost som informasjonsdeling 11

4.4 Epost til «alle» 12

4.5 Epost til «alle døgnets tider» 12

4.6 «For ansatte» på hjemmesiden 13

5 Fotoarkiv, opphavsrett og billedbruk 14

5.1 Fotoarkiv 14

5.2 *Om opphavsretten:* 14

5.3 Gratis bilder på nett: 17

5.4 Billedbruk og samtykke 17

6 Grafisk profil 19

7 Hjemmesiden vår 20

8 Klart språk 22

8.1 *Noen huskeregler for bedre språk* 22

8.2 Den gylne pennen, et e-læringskurs i klarspråk fra KS 23

9 Om bruk av Sosiale medier i lyngdal kommune 26

9.1 Litt om hvorfor bruk av sosiale medier er problematisk 27

10 Teams som plattform for møter og samhandling 29

10.1 Teams for alle 29

10.2 Noen tips for møter i Teams 30

10.3 *Vedlegg 1:* 37

11 Mal for informasjonsarbeid 37

11.1 Ansvar for kommunikasjonen 37

11.2 Mål med kommunikasjonen 37
11.3 Målgruppe 37
11.4 Forståelig for alle! 38
11.5 Budskap 38
11.6 Kanalvalg 39
11.7 Avsender/utfører/kontaktperson 39
12 Tiltaksplan 40
12.1 *Vedlegg 2:* 41
13 Kommunikasjonsplakaten 41
13.1 Ti gode huskeregler for vellykket kommunikasjon 41
14 Kommune-Kari i kommunens beredskapsarbeid 42
15 Kontakt 43

Lyngdal kommunes visjon for god kommunikasjon

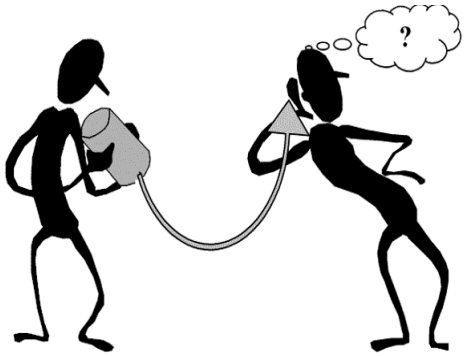
«Forståelig for alle»

Denne visjonen handler ikke bare om å forstå et innhold eller et budskap,
men også forstå hvorfor og hvordan ting blir gjort

INNLEDNING

I dagligtale brukes ofte begrepene informasjon og kommunikasjon om hverandre. En enkel måte å skille dem på er at kommunikasjon betegner prosessen, eller virkemidlet om du vil, mens informasjon er budskapet. Informasjon er altså det som blir formidlet når vi kommuniserer.

Formålet med denne planen er å kvalitetssikre måten vi kommuniserer på i Lyngdal kommune. Både internt og ut mot publikum. Sikre at budskapet treffer målgruppen, og at det oppfattes slik det er tenkt. En god plan for kommunikasjon bidrar også til at vi i størst mulig grad eier budskapet, og kontrollerer effekten av det.



Kommunikasjon er ikke informasjon før den er mottatt, og forstått

Et verktøy

Kommunikasjonsplanen er et verktøy for å bidra til samordnet og helhetlig informasjon i Lyngdal kommune.

- Kommunikasjon er et virkemiddel og ikke et mål i seg selv. Derfor må vi ha en plan for hva vi vil oppnå med kommunikasjonen før vi begynner å kommunisere.

En kommunikasjonsplan hjelper deg å planlegge hva du skal formidle, samt når, hvor og hvordan det er gunstig å formidle for å nå målet du har satt deg.

Kommunikasjonsmessig er det en åpenbar fordel å være en relativt liten og oversiktlig kommune som Lyngdal. Men dette kan også være til hinder for god kommunikasjon, fordi det kan være lettere å anta at informasjonen går litt av seg selv i en beskjeden og gjennomsiktig organisasjon. Med andre ord at behovet for profesjonelle kommunikasjonsverktøy ikke er like påkrevd som i en større kommune. All erfaring viser at det er en villfarelse.

Fordelen med å være en liten og åpen organisasjon som Lyngdal kommune er at det skal relativt små og enkle grep til for å sikre god informasjonsflyt. Men man må aldri anta at ting går av seg selv.

Derfor denne kommunikasjonsplanen.

Ole Åsmund Brattfjord, rådgiver kommunikasjon

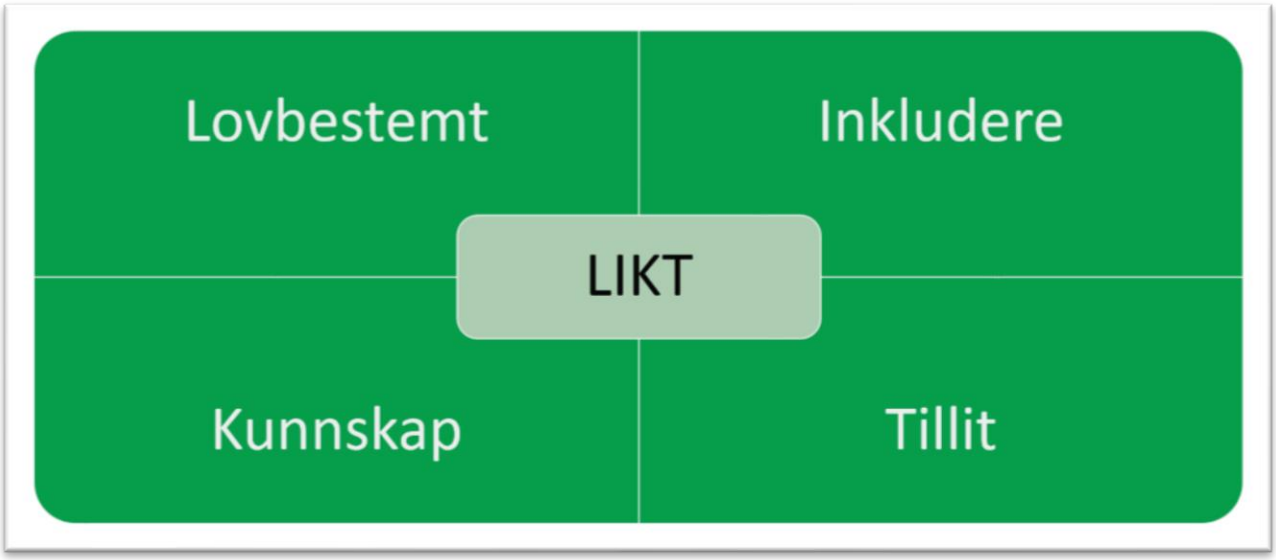
Kjenn ditt verktøy: God kommunikasjon betinger at de rette verktøyene tas i bruk. Men det hjelper lite med en velutrustet verktøykasse hvis man ikke kjenner til innholdet i den eller vet hvordan verktøyet skal brukes.

Illustrasjon: Alexas Fotos, Pixabay

Hva kan skje når vi ikke har noen strategi og plan for informasjon?

- Publikum stiller kommunens motiver i tvil
- Media slår inn det som i utgangspunktet burde være åpne dører
- Kommunen må drive brannslukking
- Tillitskrise
- Frustrerte ansatte

KOMMUNIKASJONSMÅL



- Innfri lovkravet til informasjonsarbeid
- Spre faktabasert kunnskap om og fra organisasjonen Lyngdal kommune
- Dele de gode historiene, bygge stolthet, være synlig og tydelig. Omdømmebygging
- Skape trygghet for innbyggere og ansatte
- Bygge kultur og felles identitet i ny kommune
- Utvikle og styrke lokaldemokratiet
- Bygge tillit
- Sikre likebehandling

Det litt klisjefylte spørsmålet om hvorvidt flasken er halvtom eller halvfull er opplevelsesbasert, situasjonsbetinget og høyst subjektiv informasjonsdeling.

At literflasken på dette bildet inneholder 0,5 liter vann er derimot faktabasert og nøytral informasjonsformidling.

Foto: Sebastian Ganso, Pixabay

MEDIAS ROLLE OG HVORDAN FORHOLDE SEG TIL DEN

Media omtales gjerne som den fjerde statsmakt. I dette ligger det samfunnsansvaret media har for å kikke offentlige myndigheter i kortene, og si ifra dersom noen misbruker sin makt og innflytelse.

Offentlighetsloven er det demokratiske verktøyet både media og innbyggere for øvrig har for å få innsyn i hvordan kommuner, fylker og statsapparat forvalter samfunnets felles verdier, og at regler for offentlig maktutøvelse følges. En fri og uavhengig presse er et sunnhetstegn i et velfungerende demokrati.

Lov om rett til innsyn i dokument i offentleg verksemd (offentleglova) §1:

Formålet med lova er å leggje til rette for at offentleg verksemd er open og gjennomsiktig, for slik å styrkje informasjons- og ytringsfridommen, den demokratiske deltakinga, rettstryggleiken for den enkelte, tilliten til det offentlege og kontrollen frå ålmenta. Lova skal óg leggje til rette for vidarebruk av offentleg informasjon.

Loven slår altså fast at offentlig myndighet skal legge til rette for innsyn og kontroll fra allmennheten, både det som gjelder dokumenter og møtevirksomhet.

Lovverket setter noen grenser for medias virksomhet. Blant annet det som gjelder ærekrenkelser og hatefulle ytringer. Men ellers er norske medier i liten grad regulert av lover. En fri og uavhengig presse er også grunnlovsfestet:

- Grunnlovens § 100 sikrer formell og reell ytringsfrihet.

Pressen er imidlertid ikke uten etiske kjøreregler. Medias selvjustis er nedfelt i Redaktørplakaten og Vær varsom-plakaten (VVP). Media har også sin egen «domstol» i PFU, Pressens faglige utvalg. PFU behandler klager mot pressen i presseetiske spørsmål. Blant annet fra personer som mener seg utsatt for overtramp.

Alle offentlige ansatte som har kontakt med media bør ha kunnskap om Vær varsom-plakaten, og da særlig om publiseringsreglene som er nedfelt i plakatens kapittel 4.

Her noen viktige utdrag:

- **4.4. Overskrifter, henvisninger, ingresser og inn- og utannonseringer skal ikke gå lenger enn det er dekning for i stoffet.**
- 4.7. Vær varsom med bruk av navn og bilde og andre klare identifikasjonstegn på personer som omtales i forbindelse med klanderverdige eller straffbare forhold. Vis særlig varsomhet ved omtale av saker på tidlig stadium av etterforskning, i saker som gjelder unge

lovovertredere, og der identifiserende omtale kan føre til urimelig belastning for tredjeperson. Identifisering må begrunnes i et berettiget informasjonsbehov. Det kan eksempelvis være berettiget å identifisere ved overhengende fare for overgrep mot forsvarsløse personer, ved alvorlige og gjentatte kriminelle handlinger, når omtaltes identitet eller samfunnsrolle har klar relevans for de forhold som omtales, eller der identifisering hindrer at uskyldige blir utsatt for uberettiget mistanke.

- 4.8. Når barn omtales, er det god presseskikk å ta hensyn til hvilke konsekvenser medieomtalen kan få for barnet. Dette gjelder også når foresatte har gitt sitt samtykke til eksponering. Barns identitet skal som hovedregel ikke røpes i familietvister, barnevernssaker eller rettssaker.
- 4.12. For bruk av bilder gjelder de samme aktsomhetskrav som for skriftlig og muntlig fremstilling.
- **4.13. Feilaktige opplysninger skal rettes og eventuelt beklages snarest mulig.**
- 4.14. De som utsettes for sterke beskyldninger skal så vidt mulig ha adgang til **samtidig imøtegåelse av faktiske opplysninger**. Debatt, kritikk og nyhetsformidling må ikke hindres ved at parter ikke er villig til å uttale seg eller medvirke til debatt.

I møte med media anbefales alltid å først bli enige om premissene for en intervjusituasjon før noen uttalelser eller kommentarer gis.

- Det bør være klart på forhånd hva intervjuet dreier seg om, og hvilke spørsmål som vil bli stilt.
- En eventuell avtale om sitatsjekk må inngås før et intervju gjennomføres.

Dette er også nedfelt i Vær varsom-plakatens punkt 3.3, om god presseskikk:

VVP 3.3.: *Det er god presseskikk å gjøre premissene klare i intervjusituasjoner og ellers overfor kilder og kontakter. Avtale om eventuell sitatsjekk bør inngås i forkant av intervjuet, og det bør gjøres klart hva avtalen omfatter og hvilke tidsfrister som gjelder. Redaksjonen selv avgjør hva som endelig publiseres.*

- I enkelte tilfeller kan det være mest hensiktsmessig å svare på spørsmål skriftlig.

Faktafeil må konsekvent kreves korrigert. Jfr. VVP 4.13.
Samme gjelder for åpenbare brudd på VVP 4.4.

Klare brudd på Vær varsom-plakaten kan og bør klages inn for PFU dersom forsøk på dialog med media ikke fører fram. Å klage til PFU er enkelt, og gratis.

Via lenken under finner du hele Vær varsom-plakaten:

https://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/

Tenk på hvordan du ordlegger deg

Enten det gjelder muntlig eller skriftlig, så tenk alltid over hvordan du ordlegger deg i møte med media. Unngå bruk av såkalte trigger-ord som kan bli til negative overskrifter. Eksempelvis

«uheldig», «beklagelig», «mislykket», «konflikt», «kritikk» og andre negativt ladede adjektiver som lett kan bli tatt ut av kontekst.

- Vær alltid faktabasert, hold deg strengt til saken og unngå spekulasjoner og synsing.

Dette gjelder også for alt det du skriver som du vet skal journalføres. Husk at dette er åpent for alle.

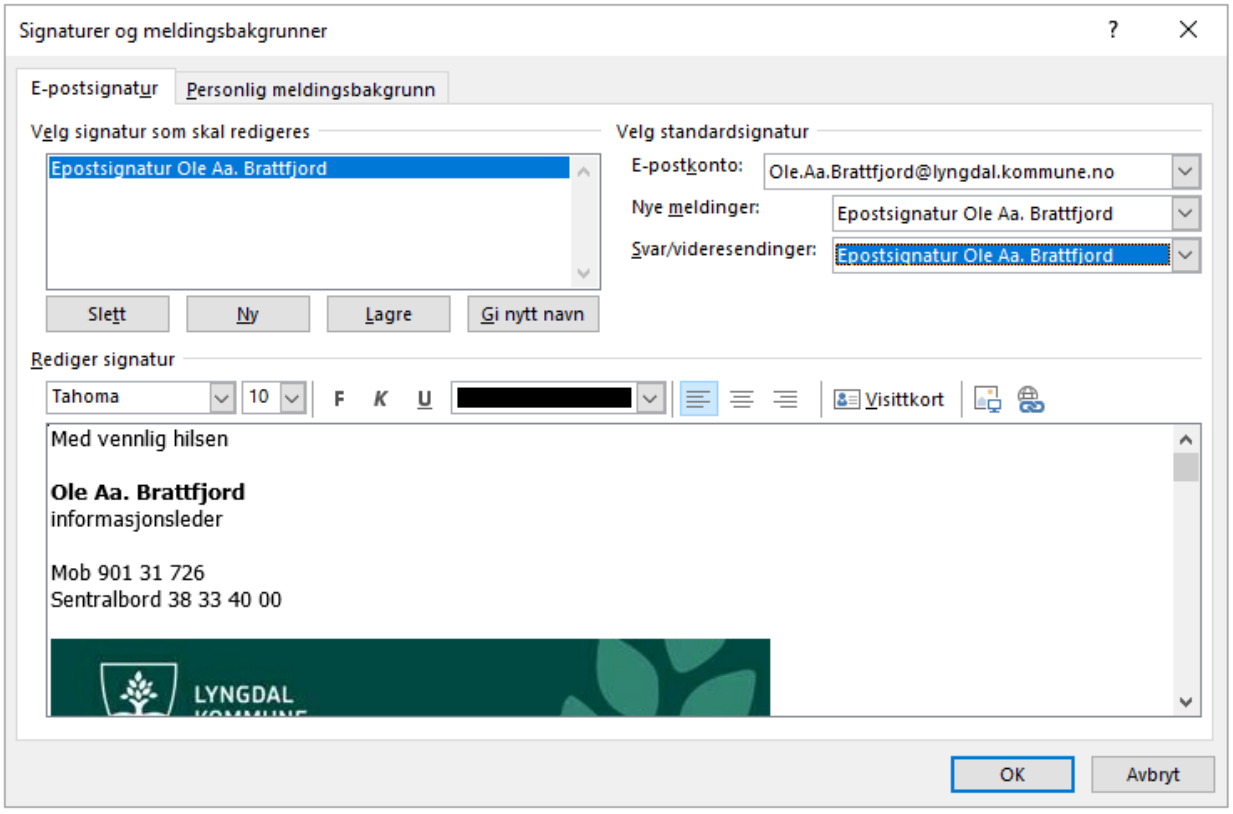
LITT PRAKTISK INFO OM NOEN HYPPIG BRUKTE INFORMASJONS- OG DELINGSKANALER

Compilo

Compilo er Lyngdal kommunes kvalitetssystem for ansatte. Her finner du informasjon om kommunens gjeldende lovverk, prosedyrer, retningslinjer, arbeidsgiverskjema og andre interne styringsdokumenter.

Epost-signatur

I utgangspunktet kontaktes IT-support (Aspit) for å få plass nye epostsignaturer. Dette for å sikre at prinsipp-oppsettet følges. Dersom du ønsker å gjøre endringer på egen eksisterende signatur, åpner du dette vinduet under signatur i epostkontoen din. Husk å lagre.



Epost som informasjonsdeling

Vær særdeles kritisk til bruken av epost til intern informasjonsdeling og samhandling. Mengden epost i organisasjonen kan oppleves som «støy», og det er et uttalt mål å få redusert mengden epost.

Å redusere den interne bruken av epost handler også om å øke datasikkerheten. Hackerangrep rettes oftest mot epostkontoer. Dersom denne typen data-innbrudd skjer må man redusere muligheten for at sensitiv informasjon kommer på avveie.

Derfor skal aldri informasjon om pålogging til kommunens brukersystemer deles via epost. Samme gjelder sensitive personopplysninger.

Ved intern informasjonsdeling og samhandling i stabsfunksjoner og virksomheter skal Teams være den foretrukne plattformen. *Se eget avsnitt om Teams.*

- Epost bør primært forbeholdes eksterne brukere. Og kun i den grad det som kommuniseres vurderes som ikke arkivverdig. Det bør uansett være en hovedregel at all korrespondanse skjer via sak-/arkivsystemet. Ved tvilstilfeller avklares dette med arkivtjenesten.

SMS er et godt og sikkert alternativ til kjappe interne meldinger.

Epost til «alle»

Det er innført rutine for at eposter som ønskes sendt via gruppen «alle», skal gå via informasjonsrådgiver eller kommunalsjef for Organisasjon og utvikling. Dette som et ekstra sikkerhetsnivå for å trygge at sensitiv og / eller unødvendig informasjon ikke spres i organisasjonen.

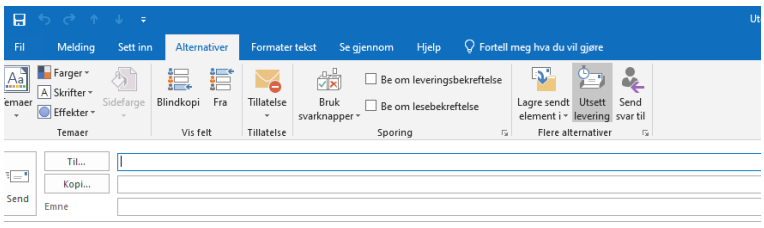
Ønsker du å sende informasjon via alle-gruppen, skal dette først avklares med din nærmeste leder.

Rutinebeskrivelse for dette finner du i Compilo.

- Det er også opprettet en egen gruppe på Teams forbeholdt informasjonsdeling til alle ansatte i Lyngdal kommune. Se mer info om denne i kapitlet om Teams.

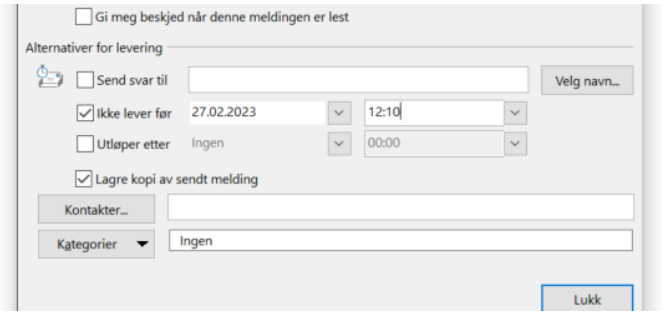
Epost til «alle døgnets tider»

Husk at du i Outlook enkelt kan tidsstyre når en epost skal sendes. Om du selv bruker kvelder og helger til jobbing, er det ikke sikkert alle opplever det like nødvendig å få en epost fra deg en lørdags- eller søndagskveld. Mange kan da også føle på at de bør svare, og blir med det ufrivillig dratt inn i jobbmodus når de egentlig har fri og skal hente seg inn. Kommunikasjonsmessig kan det også oppleves negativt og irriterende når noen sender ut eposter nær sagt til alle døgnets tider. Er det noe som virkelig haster, så ring heller. Handler det bare om at du selv føler behov for å få ting unna, så bruk muligheten i Outlook for å planlegge utsendelse.



Når du har opprettet en ny epost, gå inn i fanen alternativer og klikk på utsett levering (se skjermdumpen over).

Når du har åpnet fanen utsett levering, får du opp bildet under. Da setter du inn dato og klokkeslett for utsendelse i boksen som heter «Ikke lever før».



«For ansatte» på hjemmesiden

Interninformasjon publiseres på hjemmesiden under «For ansatte». Dette er en samleside for interninformasjon. Her finner du også lenker til en rekke brukersystemer for ansatte. Herunder Compilo.

Lenke til infosiden for «For ansatte»:

https://www.lyngdal.kommune.no/no/om-kommunen/for-ansatte/

- «For ansatte» skal være satt opp som startside for alle ansatte i Lyngdal kommune. Dersom dette ikke gjelder for din nettleser, ta kontakt med IT-support for assistanse.

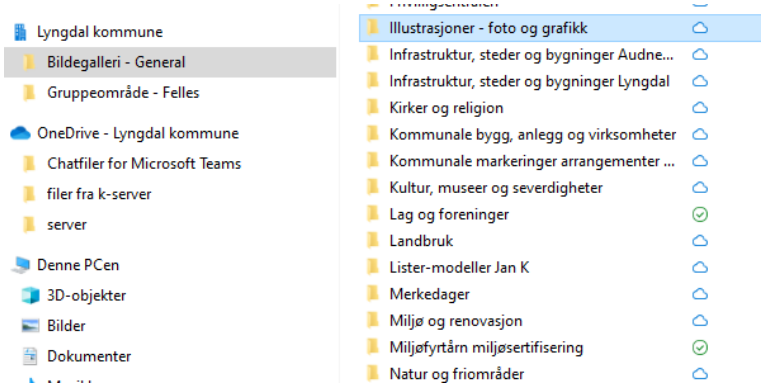
FOTOARKIV, OPPHAVSRETT OG BILLEDBRUK

Fotoarkiv

Lyngdal kommunes eget fotoarkiv vokser jevnt og trutt, og inneholder nå et stort utvalg bilder som kan benyttes i kommunikasjonsøyemed.

Fotoarkivet er tilgjengelig via Teams. For å få tilgang til dette kontakt IT-rådgiver i Organisasjon og utvikling.

Skjermdumpen under viser litt av mappestrukturen i fotoarkivet.



Bildene i arkivet er forbeholdt kommunens eget bruk.

Om opphavsretten:

Hvis du leser en god artikkel eller ser et spennende foto på Internett, i sosiale medier eller på en annens hjemmeside, kan du ikke uten videre kopiere dette for så å publisere det på eget nettsted. Du må først innhente samtykke fra rettighetshaveren. Publisering er det samme som offentlig fremføring i åndsverklovens forstand, og slikt krever samtykke fra opphavspersonen (jfr. åndsverklovens § 2).

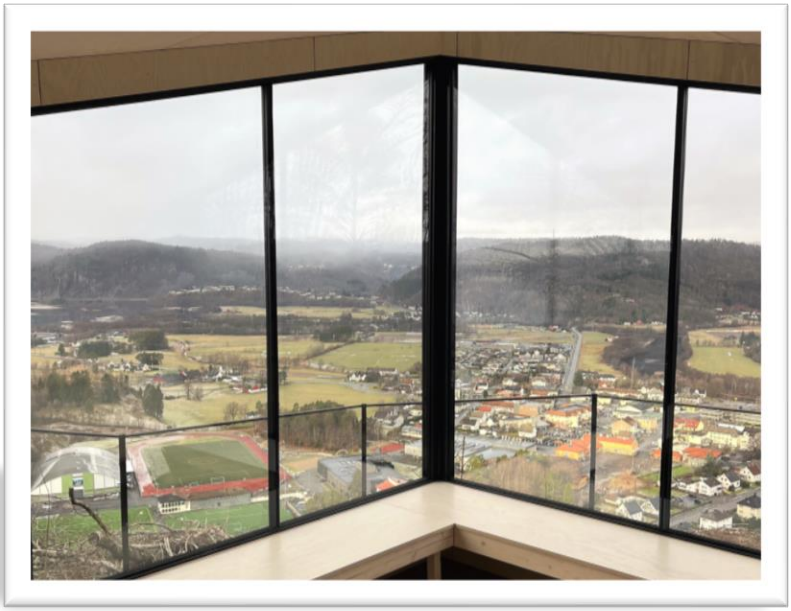
Ved publisering må du også navngi opphavspersonen, slik god skikk tilsier (ideelle rettigheter, jfr. åndsverklovens § 3). De ideelle rettighetene er uoverdragelige og vil eksistere på opphavspersonens hånd selv om du har fått retten til å framføre eller eksemplar-framstille kopier av åndsverket (bildet, artikkelen eller lignende).

Den fremste konsekvensen av brudd på opphavsretten er at rettighetshaveren kan kreve erstatning av den som urettmessig har brukt et åndsverk

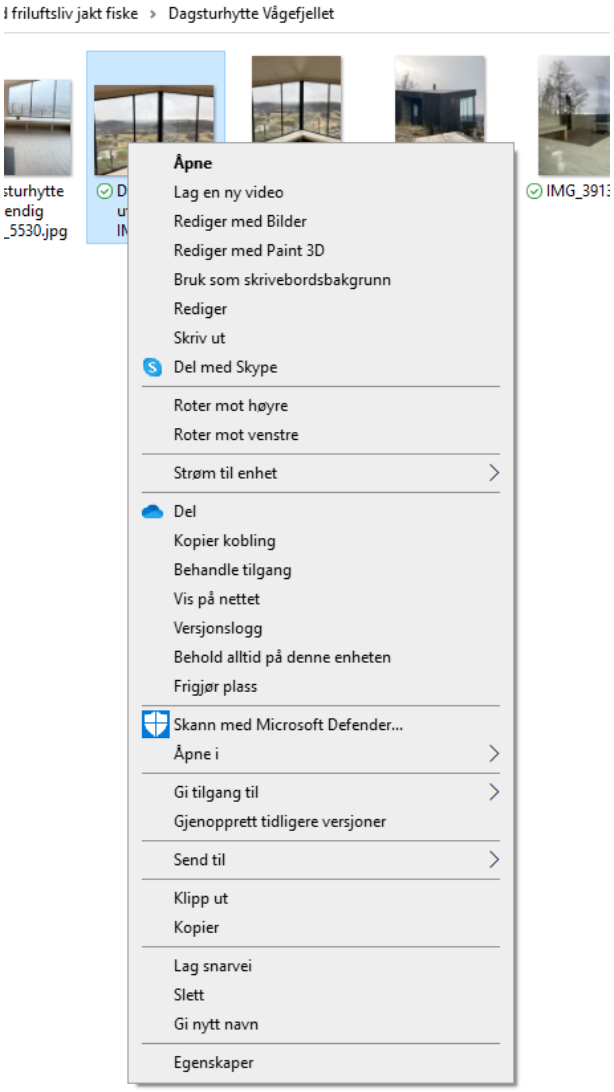
Med mindre Lyngdal kommune selv initierer utlevering av bilder, eksempelvis til media knyttet til pressemeldinger, og med gitte forutsetninger for bruk, skal det i prinsippet ikke utleveres bilder på forespørsel uten at det først innhentes tillatelse fra opphavsperson.

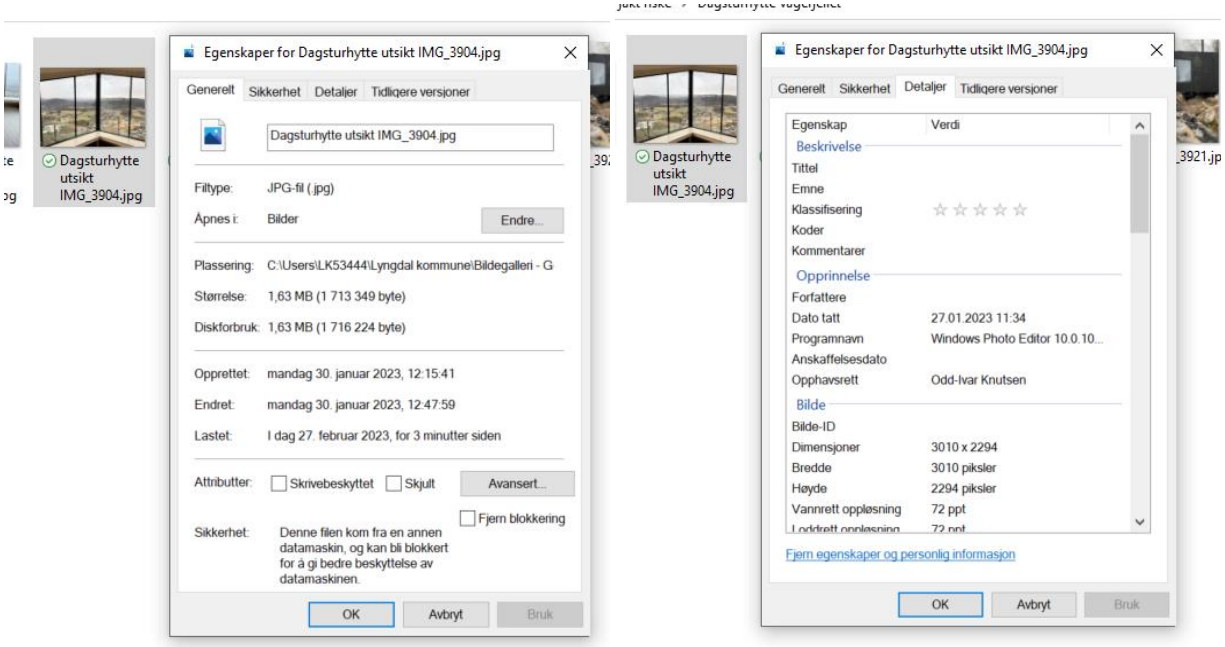
Bilder er åndsverk beskyttet av lov om opphavsrett, og kan derfor eksempelvis ikke sidestilles med dokumenter eller annen kommunal korrespondanse underlagt offentlighetsloven. De er ikke til fri benyttelse fordi om de er publisert på en offentlig nettside.

Er du i tvil om hvem som sitter på opphavsretten til bilder du ønsker å bruke, kan du i de fleste tilfellene finne ut av dette ved å sjekke metadata i bildefilen. Vi tar eksempel i bildet under, tatt inne i dagsturhytta på Vågefjellet.



- For å sjekke metadata tilknyttet opphavsrett høyreklikker du på det aktuelle bildet
- I vinduet som da åpner seg klikker du på egenskaper (se skjermdumpene under)
- Da får du opp et nytt vindu, hvor du klikker deg inn på fanen som heter detaljer
- Dersom feltet for opphavsrett er fylt inn, finner du navnet der. I dette gitte eksempelet ser du at opphavspersonen er Odd-Ivar Knutsen.


friluftsliv jakt fiske › Dagsturhytte Vågefjellet
IMG_3913
Åpne
Lag en ny video
Rediger med Bilder
Rediger med Paint 3D
Bruk som skrivebordsbakgrunn
Rediger
Skriv ut
Del med Skype
Roter mot høyre
Roter mot venstre
Strøm til enhet
Del
Kopier kobling
Behandle tilgang
Vis på nettet
Versjonslogg
Behold alltid på denne enheten
Frigjør plass
Skann med Microsoft Defender...
Åpne i
Gi tilgang til
Gjenopprett tidligere versjoner
Send til
Klipp ut
Kopier
Lag snarvei
Slett
Gi nytt navn
Egenskaper


Egenskaper for Dagsturhytte utsikt IMG_3904.jpg
Generelt
Sikkerhet
Detaljer
Tidligere versjoner
Dagsturhytte utsikt IMG_3904.jpg
Filtype: JPG-fil (.jpg)
Åpnes i: Bilder
Endre...
Plassering: C:\Users\LK53444\Lyngdal kommune\Bildegalleri - G
Størrelse: 1,63 MB (1 713 349 byte)
Diskforbruk: 1,63 MB (1 716 224 byte)
Opprettet: mandag 30. januar 2023, 12:15:41
Endret: mandag 30. januar 2023, 12:47:59
Lastet: I dag 27. februar 2023, for 3 minutter siden
Attributter: Skrivebeskyttet Skjult
Avansert...
Fjern blokkering
Sikkerhet: Denne filen kom fra en annen datamaskin, og kan bli blokkert for å gi bedre beskyttelse av datamaskinen.
OK
Avbryt
Bruk
Egenskaper for Dagsturhytte utsikt IMG_3904.jpg
Generelt
Sikkerhet
Detaljer
Tidligere versjoner
Egenskap
Verdi
Beskrivelse
Tittel
Emne
Klassifisering
Koder
Kommentarer
Opprinnelse
Forfattere
Dato tatt 27.01.2023 11:34
Programnavn Windows Photo Editor 10.0.10...
Anskaffelsesdato
Opphavsrett Odd-Ivar Knutsen
Bilde
Bilde-ID
Dimensjoner 3010 x 2294
Brødde 3010 piksler
Høyde 2294 piksler
Vannrett oppløsning 72 ppt
Fjern egenskaper og personlig informasjon
OK
Avbryt
Bruk

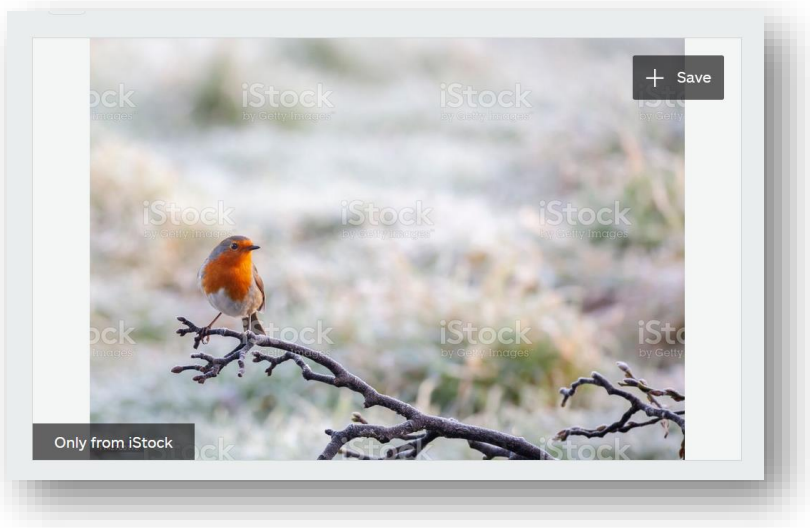
Gratis bilder på nett:

Dersom du ikke finner egnede bilder i kommunens eget fotoarkiv, er det nettsteder som tilbyr bilder vederlagsfritt. Et par som kan anbefales er Pixabay og Unsplash:

- https://pixabay.com/no/
- https://unsplash.com/

På Pixabay kan du også benytte norske søkeord.

Dersom du ønsker å laste ned illustrasjonsbilder fra disse stedene, så vær oppmerksom på at du gjerne må scrolle litt ned for å finne de gratis bildene. De øverste bildene er som oftest salgsobjekter. Bilder det må betales for er dessuten også utstyrt med vannmerker – se bildet under.



Eksempel på vannmerket bilde fra Pixabay

NB! Selv om du laster ned gratis bilder fra nett, er det likevel god skikk å kreditere opphavspersonen og / eller nettstedet bildet er lastet ned fra.

Billedbruk og samtykke

Det er ikke anledning til å publisere bilder av andre ansatte og / eller tjenestemottagere uten samtykke fra de det gjelder.
Muntlig samtykke er tilstrekkelig.

Hovedregelen er at du alltid skal be om samtykke fra alle som direkte eller indirekte kan gjenkjennes på et bilde før det publiseres. Merk at dersom du ikke tar bildene i privat regi, men som ansatt ved skole, barnehage eller lignende, må du ha tillatelse også *før* bildet blir tatt. Det må også avklares på forhånd hvor bilder kan publiseres.

Frem til et barn er 13 år, er det de foresatte som har det overordnede ansvaret for å godkjenne bildepubliseringen. Men, allerede fra barna er små skal de få stadig større selvbestemmelse. Dette gjelder enten bildet skal deles åpent på en nettside, i en lukket gruppe på sosiale medier eller via epost. Vær særlig aktsom i situasjoner hvor også andres barn kommer med på bildene som tas, for eksempel på en skoleavslutning eller en Lucia-frokost i barnehagen. Der er det lett å få med flere barn på bildet enn den eller de man i utgangspunktet tenker å fotografere. Da er det viktig å spørre de foresatte om lov før bildet publiseres eller deles. Vi vet aldri hvilke situasjoner andre mennesker er i, og mange kan ha gode grunner til å ikke ha bilder av seg selv på nett. Dessuten er det et godt nok argument i seg selv rett og slett å ikke ønske en slik tilstedeværelse.

Datatilsynet har utarbeidet en veileder om dette, som heter «I beste mening – om bilder av barn på nett».

Den kan lastes ned via denne lenken:

https://www.datatilsynet.no/globalassets/global/dokumenter-pdfer-skjema-ol/regelverk/veiledere/i_beste_mening_2018_print_lavopplost.pdf

Se ellers mer om samtykke under seksjonen Teams.

GRAFISK PROFIL

Lyngdal kommunes grafiske profil er tilgjengelig via hjemmesiden. For enklest å finne denne spør du Kommune-Kari om hjelp. Du kan bruke stikkordet grafisk profil, profilmanual eller designprofil. Hun tar deg dit du skal.

Alle grafiske elementer lastes ned fra denne skyløsningen.

Her finner du:

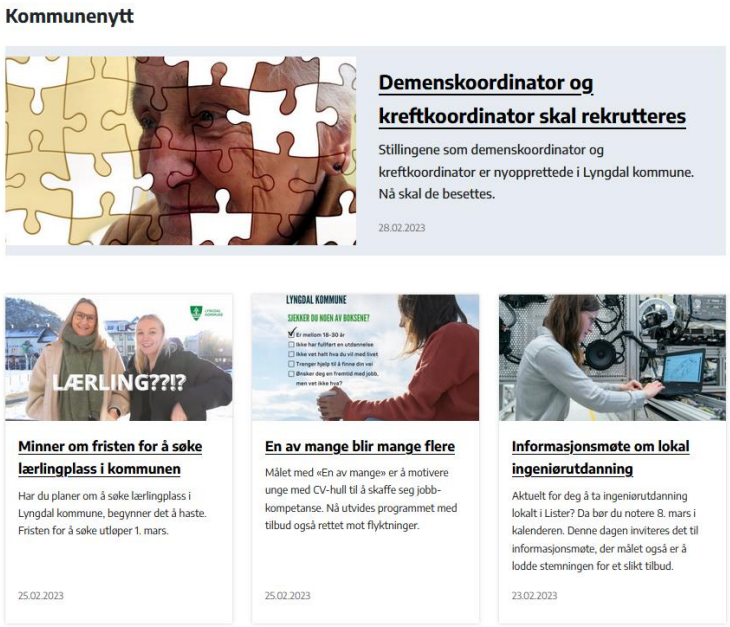
- Power point-malen
- Rapportmal
- Enkel wordmal
- Hovedlogo med retningslinjer for bruk
- Fargepalett med koder
- Typografi
- Designelementer med og uten slagordet «Vi vil – vi våger»

Under menypunktet profilen i bruk finner du plakatmal, annonsemaler, merkantile maler, prinsippoppsett for epostsignatur (se under), elementer til Facebook mv.

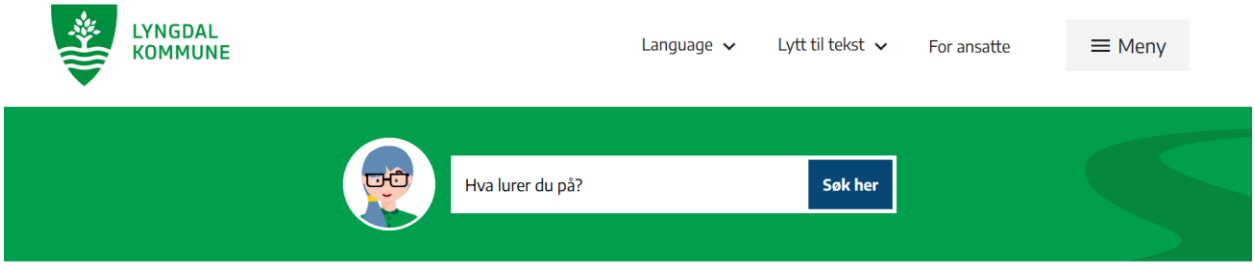
I profilmanualen finner du IKKE brevmal, mal for saksframlegg, møteinnkallinger mv. Disse malene ligger utelukkende i sak-/arkivsystemet.

HJEMMESIDEN VÅR

På hjemmesiden finner publikum nyheter fra kommunen, veiledning og søknadsskjemaer. Vår nye hjemmeside er ikke bygget opp på tradisjonelt kommunalt vis, med omfattende tjenestebeskrivelser, og internt fokus. Sammenlignet med tidligere er den kraftig forenklet, både i språk og innhold, og på front vektlegger vi nå i enda større grad å formidle nyheter og aktuelt-saker fra kommunen, under menyen «Kommunenytt».



I tillegg har vi en virtuell medarbeider i front, som heter Kommune-Kari. Hun er en samtalerobot. Intensjonen er at brukerne av portalen først skal spørre Kari om hjelp, før de benytter det tradisjonelle søkefeltet eller blar seg gjennom sidene.



For at hjemmesiden og Kari skal bli best mulig, er det absolutt kritisk at alle staber og virksomheter har et eierforhold til innholdet i portalen. Sjekk innom dine ansvarsområder med jevne mellomrom, og meld tilbake til redaktøren om innhold som må endres, oppdateres, fjernes mv.

Informasjon på hjemmesiden som er knyttet til din virksomhet, har du et hovedansvar for å kvalitetssikre, forbedre og videreutvikle.

Test Kari med jevne mellomrom for å sjekke om hun svarer slik du ønsker om forhold knyttet til ditt ansvarsområde.

Alle med kommunal epost har lese-rettigheter i Kari, og kan gå inn i systemet og selv sjekke innhold:

https://identity.prokom.no/Account/Login?ReturnUrl=%2Fconnect%2Fauthorize%2Fcallback%3Fclient_id%3DKariAdmin%26redirect_uri%3Dhttps%253A%252F%252Fkariadmin.azurewebsites.net

Fra og med oktober 2020 har også barnehagene og skolene fått sine egne hjemmesider i portalen, slik at alt nå er samlet i samme plattform.

Ansvarlig redaktør for Lyngdal kommunes hjemmeside er kommunedirektøren, mens det utøvende redaktøransvaret ligger hos informasjonsrådgiver.

Alt som gjelder hjemmesiden sendes til denne eposten: redaksjon@lyngdal.kommune.no

I tidligere tider fikk gjerne kommunene mer drahjelp fra lokale media til informasjonsdeling, ettersom media før hadde noe mer fokus på den delen av samfunnsoppdraget som handlet om informasjon og folkeopplysning. Media i dag er, i alle fall tilsynelatende, langt mer opptatt av «sensasjoner» og overskrifter som blir såkalte klikk-bates på nett, og de har dessuten åpenbart færre ressurser enn før til å dekke opp og referere fra politiske møter. I tillegg er media i bunn og grunn en forretningsidé der formålet er å tjene mest mulig penger til sine eiere, og der informasjon da naturlig nok er en salgsvare forbeholdt abonnenter av papir- og nettaviser.

Det er derfor blitt stadig mer påkrevd at kommunen selv tar ansvar for å informere publikum.

Kommunens hjemmeside er vår hovedkanal ut mot publikum, og kommunens fremste verktøy for å imøtekomme kravet i kommuneloven § 4 om å drive aktiv informasjon om egen virksomhet.

KLART SPRÅK

En forutsetning for god kommunikasjon er at mottager forstår budskapet.

Språklovens § 9 slår fast at offentlige organer SKAL kommunisere på et klart og korrekt språk som er tilpasset målgruppen.

Still deg derfor alltid spørsmål om hvor lettlest den teksten du skriver er. Det er fullt mulig å være presis, uten å bruke masse fremmedord og «tåkeprat». Test gjerne teksten din på skriftlig.no. Her kan du kjøre en lesbarhetsindeks på det du skriver. En såkalt liks. En tilgjengelig tekst bør ikke overstige en liks på 45.

Nettsted for skrift-kalkulator: https://www.skriftlig.no/liks-kalkulator/

Vær obs på at lesbarhetsindeks er en ren kalkulasjon. Liks er basert på gjennomsnittlig antall ord per setning, og andelen lange ord som er benyttet. Det vil si ord med flere enn seks bokstaver. Liks måler ikke meningsinnholdet.

Det vil ofte også være vanskeligere å få en god lesbarhetsindeks på en kort tekst, sammenlignet med en lang tekst. Men liks er et godt verktøy å bruke for å få en oppfatning av hvor lett eller vanskelig en tekst er å lese.

For å øke lesbarheten anbefales også å unngå forkortelser i løpende tekst, men heller skrive ord og uttrykk helt ut.

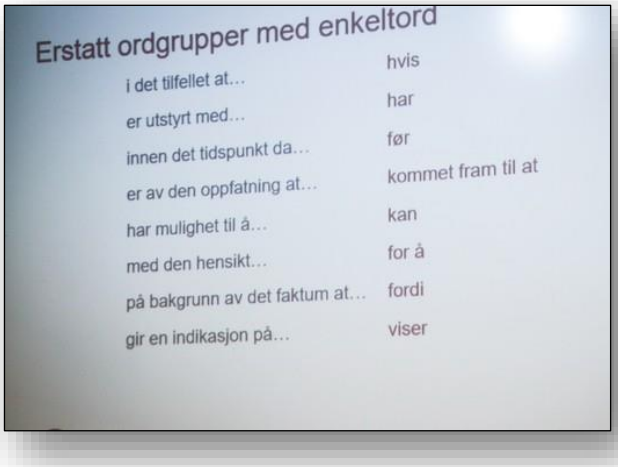
Skala for lesbarhet:

- Under 30 – Veldig lettlest, som barnebøker
- 30–40 – Lettlest, som skjønnlitteratur eller ukeblader
- 40–50 – Middels vanskelig, som vanlig avistekst
- 50–60 – Vanskelig, vanlig verdi for offisielle tekster.
- Over 60 – Veldig tunglest byråkratspråk.

Noen huskeregler for bedre språk

- Unngå «i-forhold-til-ismen». Begrepet i forhold til betyr å sammenligne noe. Når statsminister Erna Solberg sier at Pakistan er viktig i forhold til verdensfreden, sier hun egentlig at Pakistan er viktigere enn verdensfreden. Hun kunne sagt Pakistan er viktig for verdensfreden, og fått fram hva hun egentlig mente.
- Unngå forkortelser. Det skaper lett forvirring og misforståelser.
- Unngå parenteser. Det du ønsker å forklare eller understreke, formidler du i vanlige setninger.
- Bruk punktum. Del opp setninger. Én informasjon per setning. Komma skal brukes en sjelden gang.
- Bruk punktlister når du formidler flere opplysninger.

- Hvordan ville du sagt det muntlig? Test deg selv.
- Bruk aktivt språk. Unngå «substantivsyken».



Substantiv: Substantiv er ord som setter navn på ting. Substantiv kalles også *navnord*.

Verb: Verb er ord som betegner enten en handling (spise, leke, tenke) eller en prosess (vokse, falle).

Kilde: Store norske leksikon

På bildet over ser du noen eksempler på hvordan språk med enkle grep kan gjøres mer forståelig. Hvorfor skrive «på bakgrunn av det faktum at ...», når du heller kan skrive «fordi»?

Innholdet i denne kommunikasjonsplanen er selvsagt også testet, og har en liks på 43. Som altså er middels vanskelig tekst, i kategorien avistekst.

Den gylne pennen, et e-læringskurs i klarspråk fra KS

«Den gylne pennen» er et grunnkurs som gir en innføring i de viktigste klarspråksteknikkene. I kurset møter vi innbyggere i ulike situasjoner der de mottar tekster fra det offentlige. En fagperson veileder og forklarer gjennom forelesninger og eksempler, og gjennom oppgaver får kursdeltakerne trene på å følge fagpersonens råd.

Kurset heter «Den gylne pennen» av en særskilt grunn. Hvorfor? Det får du greie på i introen.

Kurset består av fem deler pluss en introduksjon. Ledere har en avgjørende rolle i klarspråkarbeidet, blant annet fordi de kan tilrettelegge og bidra til å bygge klarspråkkultur. Kurset har derfor en egen del for ledere.

Under ser du noen eksempler fra kurset.

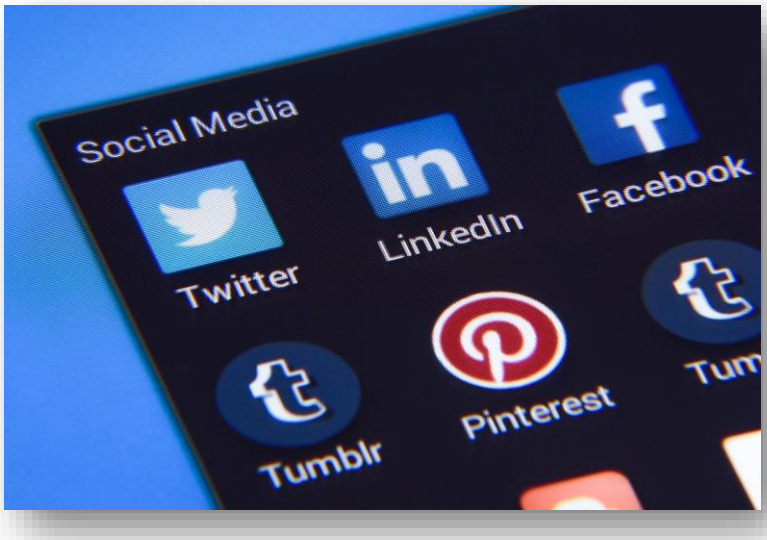
Utgangspunktet for kurset er å bevisstgjøre oss selv om hvem vi egentlig skriver for, og hvordan vi kan skrive så mottakerne forstår. Med nettkurset «Den gylne pennen» får du en innføring i de viktigste klarspråkteknikkene. Gjennom oppgaver og eksempler trener du på å skrive så mottakerne forstår.

Det tar 45–60 minutter å gjennomføre hele kurset. Arbeid med tekst kommer i tillegg. Du kan da velge en egen tekst dersom du ønsker det.

- Kurset er tilgjengelig for alle kommunens ansatte. Snakk med din leder om hvor du finner det. Kurset kan med stort hell også gjennomføres i grupper.

OM BRUK AV SOSIALE MEDIER I LYNGDAL KOMMUNE

Som hovedregel anbefales det å ikke bruke sosiale medier i kommunal regi



Illustrasjonsbilde fra Pixabay

Dersom sosiale medier tas i bruk må den som er ansvarlig for innhold og publisering først gjennomføre en grundig vurdering av hva slags behov og formål det valgte mediet skal dekke. Er behov eller formål uklart, er det ingen grunn for å ta mediet i bruk.

- **Det er uansett ikke anledning til å opprette sider på Facebook eller andre sosiale medier i Lyngdal kommune uten at dette på forhånd godkjennes av virksomhetsleder eller kommunalsjef.**

Det er da et minimumskrav at sideadministrator aktiverer pålogging med to-faktor. Tofaktor-autentisering betyr at du ved pålogging må bekrefte din identitet to ganger, og på to ulike plattformer. Eksempelvis PC + mobiltelefon. På Facebook gjøres dette under «innstillinger og personvern». Her velger du «personvernsjekk», og videre «slik sikrer du kontoen din».

Dersom det valgte sosiale mediet ikke tilbyr to-faktor i sin løsning kan det ikke benyttes.

Under finner du en kjapp huskeliste for bruk av sosiale medier:

- Har du åpent kommentarfelt må du sørge for at moderatorrollen ivaretas. Denne oppgaven må hvis mulig gjerne tildeles flere personer, slik at henvendelser blir fulgt opp innen rimelig tid, og upassende kommentarer og innlegg fjernes. Redaktøransvaret ligger hos deg.

- I redaktørrollen ligger også ansvaret for jevnlig å redigere siden, slik at innlegg ikke blir liggende til «evig tid».
- Husk at dialog om spesifikke saker fort kan krysse grensen for hva som skal journalføres. Er du i tvil, kontakt arkivtjenesten.
- Vær generelt bevisst og varsom med bruken av sosiale medier. Tenk alltid gjennom mulige konsekvenser før du publiserer noe, slik at du også i det digitale rom opptrer i tråd med Lyngdal kommunes etiske retningslinjer, og overholder gjeldende regler for taushetsplikt på din arbeidsplass.
- Du kan ikke publisere bilder av andre ansatte og / eller tjenestemottagere uten samtykke fra de det gjelder. Muntlig samtykke er tilstrekkelig.

  Se mer om samtykke under seksjonen Teams.

Se for øvrig Compilo for utfyllende retningslinjer til bruken av sosiale medier.

Når det gjelder privat bruk av sosiale medier, bør man alltid ha i tankene at det ikke er så enkelt for folk flest å skille mellom private roller og offentlige roller. Så vær generelt varsom med hva du legger ut, og hvordan du ordlegger deg.

Husk at du er Lyngdal kommunes «ambassadør» også når du ikke er på jobb.

Litt om hvorfor bruk av sosiale medier er problematisk

Generelt kan sies at det er knyttet betenkeligheter rundt personvernet når det gjelder bruk av sosiale medier. Dersom du eksempelvis oppretter en side på Facebook, så er det ikke «din» side. Det er Facebook sin side, der du som bruker av denne plattformen er underlagt Facebook sine publiseringsregler, og der dine data er tilgjengelige for andre. Eksempelvis store globale kommersielle tredjeparts aktører.

Det er også demokratiske betenkeligheter knyttet til bruk av sosiale medier. Dette er kraftige verktøy som kan misbrukes til spredning av falske nyheter, konspirasjonsteorier, svindel, hets, nettrolling og manipulasjon.

Man skal være varsom med å omfavne sosiale medier med naiv entusiasme

---

Lyngdal kommunes hovedside på Facebook ble avviklet våren 2023, mens Twitter-konten ble stengt i 2022.

Hvorfor er kommunens facebookside lagt ned?

Hovedformålet for Lyngdal kommune med å være på sosiale medier var å dele informasjon fra kommunens hjemmeside, med lenker til kommune-portalen. Men på tross av aktiv deling, viste statistikken at bruken av SoMe genererte forbausende lite trafikk inn på kommunens hjemmeside. Av de til sammen 132.000 brukerne som besøkte kommunens hjemmeside i 2022, sto sosiale medier for i underkant av 12 prosent av portal-trafikken. Dette beskjedne resultatet sett opp mot

betenkelighetene knyttet til bruken av sosiale medier som kommunal informasjonskanal gjorde beslutningen om å stenge Facebook-siden enkel.

Facebook fremmer ikke i tilstrekkelig grad Lyngdal kommunes primærkilde for informasjon, som er hjemmesiden. I tillegg er det knyttet for høy risiko til de registrerte brukernes rettigheter og friheter. Kommunen må vokte seg vel for å bidra til å bygge en kunnskapsbase om sine innbyggere som kan gjøre dem til salgsvare.

I tillegg er det et beskjedent antall av følgerne på en Facebook-side som får med seg det som publiseres der. Før kommunens facebookside ble avviklet hadde den 5130 følgere. Men det betyr ikke at alle disse 5130 til enhver tid fikk med seg det som ble delt. Hva som dukker opp i den enkelte følgers nyhetsfeed styres av algoritmer. Dersom en følger ikke aktivt liker, deler eller kommenterer på innlegg fra Lyngdal kommune, slutter kommunens nyheter ganske raskt å dukke opp.

Med mindre man kjøper målrettet annonsering, kan man som en tommelfingerregel regne at 7 til 10 prosent av følgerne på en facebookside får med seg oppdateringer. For Lyngdal kommunes del ville det si maksimalt rundt 500 av 5130 følgere. Da forutsatt at disse 500 er aktive følgere. Det reelle tallet er derfor langt lavere.

Det blir som å skyte på blink med hagle. Du kan være heldig å få en innertier med et hagl eller to, men ellers er det en rimelig upresis måte å bedrive presisjonsskyting på.

Illustrasjonsbilde hentet fra Pixabay.

TEAMS SOM PLATTFORM FOR MØTER OG SAMHANDLING

I Lyngdal kommune er Teams den foretrukne plattformen for elektronisk samhandling, informasjonsdeling og online møtevirksomhet. Både via mobil og desktop. Applikasjonen til mobil lastes ned fra App Store eller Google Play.

Leder har ansvaret for å godkjenne og opprette nye kanaler i sine grupper på Teams.

I de langt fleste tilfeller kan Teams brukes i stedet for epost.

- Ferdige dokumenter skal ikke lagres i Teams eller på andre nivåer utenfor sak-/arkivsystemet.
- Rutinebeskrivelser og interne kjøreregler skal lagres i Compilo.
- Personsensitive opplysninger skal ikke deles, verken via Teams eller andre kommunikasjonsplattformer, med mindre den / de det gjelder har gitt samtykke til dette. Jfr. GDPR-lovgivningen.

For at et samtykke skal være gyldig, må det være:

- Frivillig
- Spesifikt
- Informert
- Utvetydig
- Gitt gjennom en aktiv handling
- Dokumenterbart
- Mulig å trekke tilbake like lett som det ble gitt

Hvor lenge et samtykke varer beror på hva man har bedt om samtykke til. For å unngå tvil anbefaler Datatilsynet at man spesifiser hvor lenge et samtykke er tiltenkt å vare når man ber om det. Datatilsynet anbefaler også at man med rimelige intervaller minner den enkelte på at samtykke er gitt og at dette kan trekkes tilbake.

Kilde: Datatilsynet, rettigheter og plikter
https://www.datatilsynet.no/rettigheter-og-plikter/virksomhetenes-plikter/behandlingsgrunnlag/veileder-om-behandlingsgrunnlag/samtykke/

Teams for alle

For informasjonsdeling til alle ansatte i Lyngdal kommune anbefales å benytte Teams i stedet for epost. Det er opprettet egen gruppe i Teams for dette formålet.

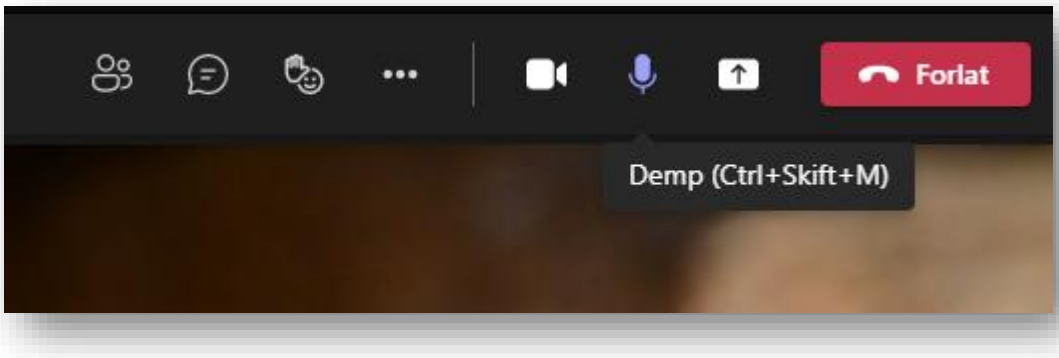
I denne gruppen er det også en egen kanal som kan benyttes for virksomheter som har ting de ønsker å gi bort, eksempelvis pulter, reoler og annet.

Skjermdumpen under viser noen eksempler på interninformasjon formidlet via Teams.

Noen tips for møter i Teams

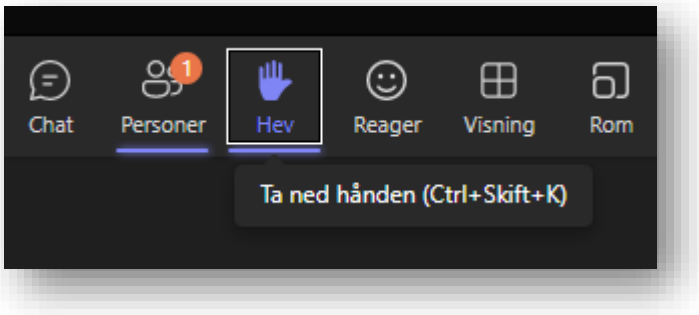
UNNGÅ LYDSTØY: De fleste setter pris på å få feedback. Men dette skal helst unngås i Teams. Når flere mikrofoner er på samtidig kan dette skape en selvforsterkende lydsløyfe (feedback) og støyende ekko, og det blir nær sagt umulig å høre hva som sies. Så underveis i møtet må deltagerne huske på å slå av (dempe) mikrofonen når de ikke selv har ordet. Og slå den på når de får ordet.

Benyttes hodetelefoner / øreplugger unngår du problemet med uønsket feedback, men du unngår ikke at unødig støy eller utilsiktet prat fra andre i nærheten forstyrrer møtet. Så det er uansett en god Teams-vane å alltid skru av mikrofonen når den ikke er i bruk.



Mikrofonen finner du i menylinjen oppe til høyre. Den dempes og avdempes ved å klikke på mikrofon-ikonet. Eller ved å benytte hurtigkommandoen som vises på bildet over.

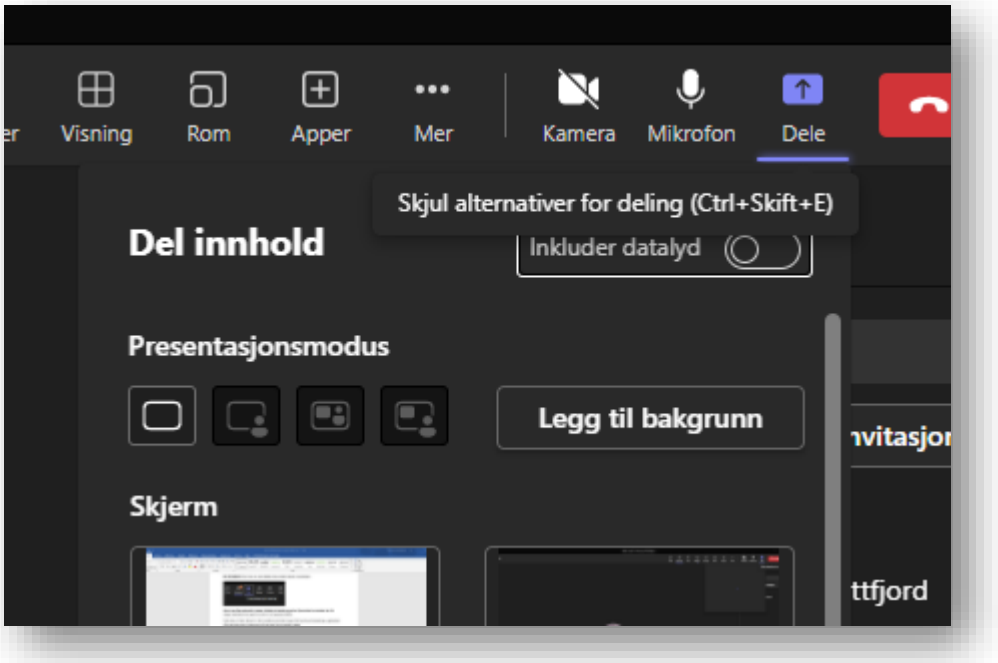
BE OM ORDET: For å be om ordet klikker du på hånd-ikonet i menylinjen.



Når du har fått ordet må du huske å klikke på hånden igjen for å fjerne den fra vinduet ditt. Så slipper møtelederen å spørre om det er en «gammel hånd».

Ved siden av hånd-ikonet er det et symbol som heter reager. Her kan du gi tommel opp, applaudere eller uttrykke andre reaksjoner på ting som blir formidlet i møtet.

DEL INNHOLD: Av og til er det behov for å dele innhold underveis i et møte. Eksempelvis en Power Point-presentasjon, dokumenter eller annet. For å dele innhold klikker du på skjermen med en pil i.

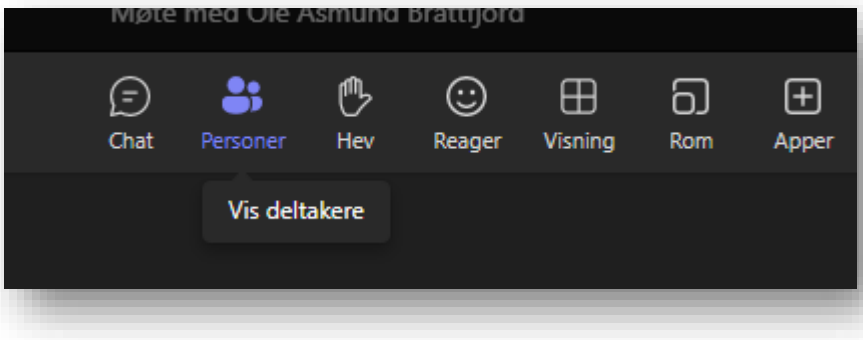


Når du klikker på del innhold vises dine aktive vinduer. Du klikker på det du ønsker å dele med de andre.

Når du er ferdig med å dele innhold klikker du på fanen som heter «stopp presentasjon».

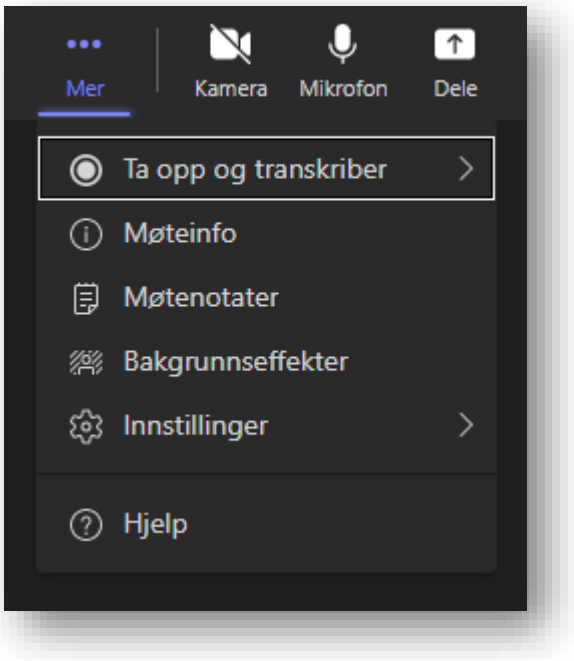
Delingsfunksjonen har kortkommando: Ctrl+shift+e

HVEM ER MED? For å få en oversikt over hvem som deltar i et møte klikker du på ikonet «Personer».



SAMTALE-FUNKSJON: For å kommunisere skriftlig underveis i et møte benyttes Chat-funksjonen.

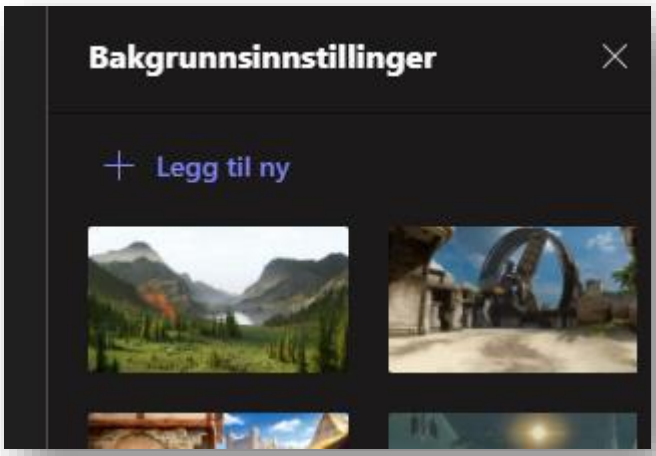
MULTIFUNKSJONER: I menylinjen ser du også tre prikker. Her åpner du en ekstrameny med mange spennende muligheter. Se bildet under.



I denne menyen finner du blant annet opptaksfunksjonen. Dersom du planlegger å gjøre opptak av et møte er det god skikk å informere deltagerne om dette på forhånd.

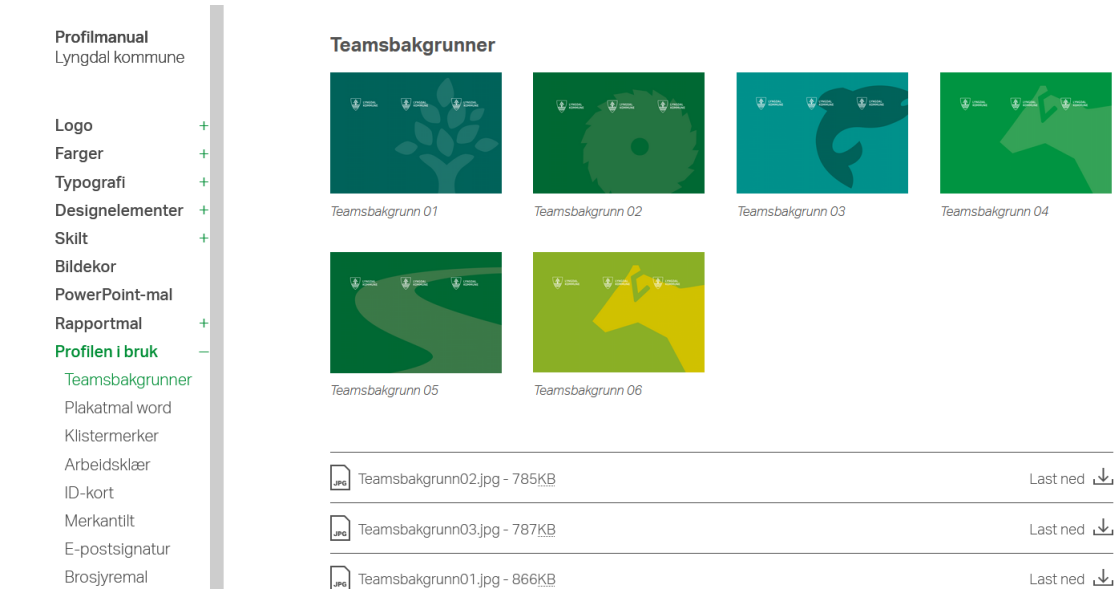
En annen artig funksjon her er bakgrunns-effektene. Ønsker du å piffe opp bakgrunnen litt, har du mange muligheter. Både ballonger og galakser. Alt etter hva som måtte passe seg. Men vær oppmerksom på at noen av disse bakgrunnsbildene kan virke distraherende på andre møtedeltagere.

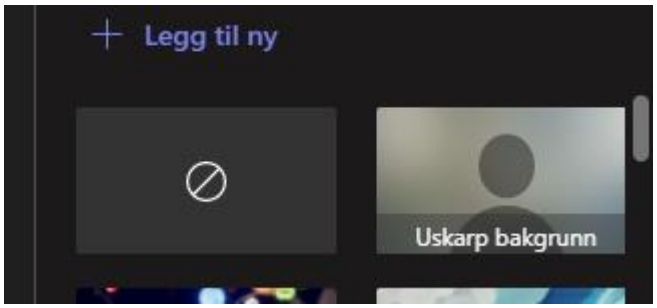
Når du har klikket deg inn på bakgrunns-effekter, markerer du den du ønsker å bruke, og aktiverer denne ved å klikke på bruk-knappen.



Øverst finner du funksjonen «+ Legg til ny». Det betyr at du kan laste opp egne bilder og illustrasjoner, og bruke disse som bakgrunns-effekter.

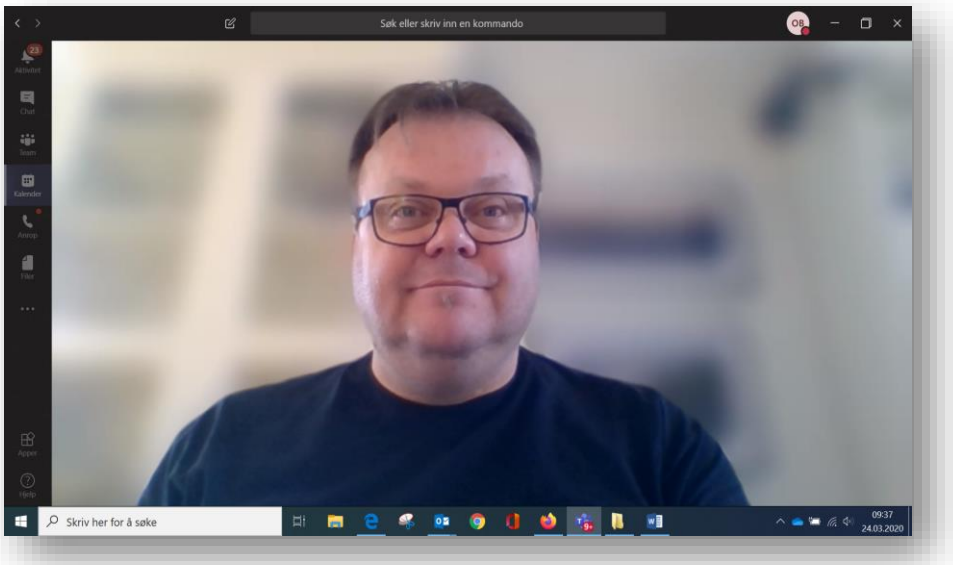
Det er også laget egne kommune-ikoner tiltenkt Teams. Disse kan lastes ned fra kommunens profilmanual og brukes som bakgrunns-effekt. Profilmanualen finner du lenke til på infosiden «For ansatte» på kommunens hjemmeside.



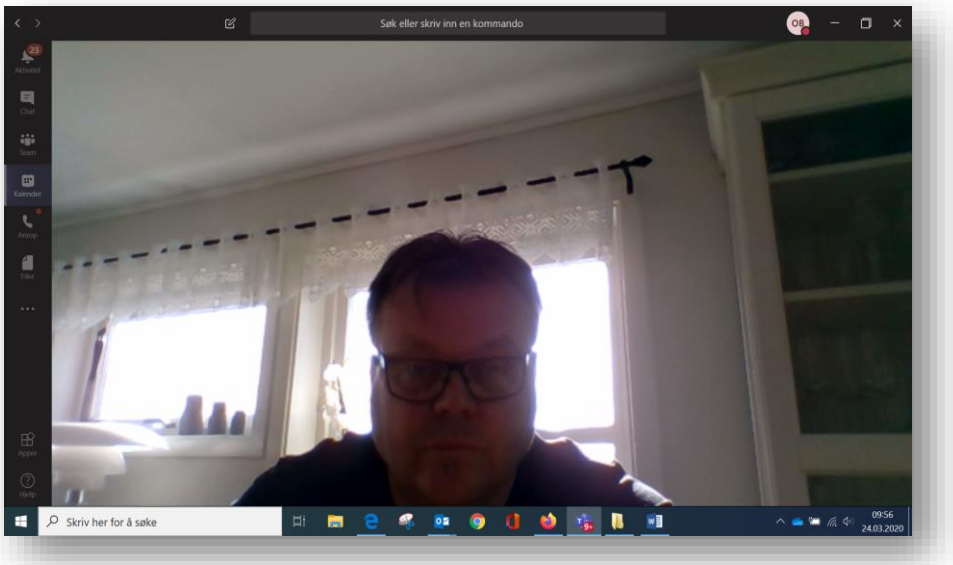


Dersom du ikke ønsker å benytte noen bakgrunns-effekt anbefales det å benytte funksjonen som heter uskarp bakgrunn. Som ses til høyre på bildet over. Dersom du ønsker å duse ned bakgrunnen, aktiveres denne. Du som person framstår tydeligere i bildet når denne er aktivert, og det er ikke andre elementer som forstyrrer.

De to neste bildene viser forskjellen på skarp og uskarp bakgrunn.

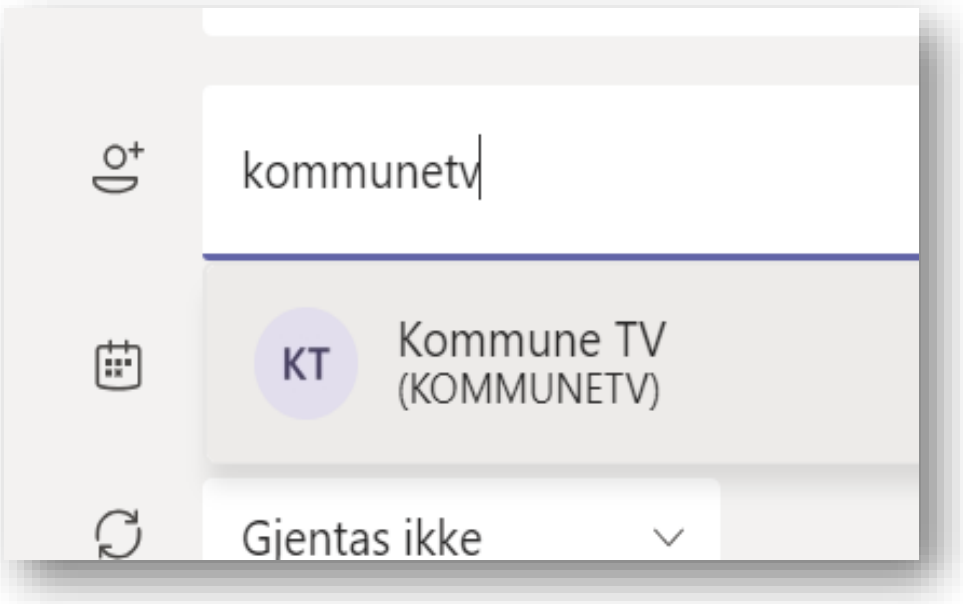


En annen viktig ting å huske på er at du ikke plasserer deg med et vindu eller andre sterke lyskilder i bakgrunnen. Da vil du vises i silhuett, som på eksempelet under.



Vær ellers obs på at du filmes hele tiden, og at du ikke alltid har kontroll på når de andre møtedeltagerne eller publikum der ute ser deg. Så unngå å pelle deg i nesen og slike ting ... det kan fort bli kringkastet. Alternativt skru av både kamera og mikrofon når du ikke selv har ordet.

HVIS ET TEAMS-MØTE SKAL STRØMMES PÅ KOMMUNE-TV



KOMMUNE-TV:

For at et møte i Teams skal kunne strømmes via Kommune-TV, må møteleder huske på å også invitere kommune-TV til møtet.

Når du skriver kommunetv inn i deltagerfeltet skal dette automatisk komme opp som valgbart alternativ.

Hvis ikke så er dette epostadressen til Kommune-TV: kommunetv@lyngdal.kommune.no

Det er ellers ingen begrensninger på hva slags type epost-adresse som kan inviteres til møter i Teams.

NB! Denne veilederen er laget med utgangspunkt i PC-verden. Deltar du i Teams-møte eksempelvis via en iPad, kan enkelte elementer avvike fra denne beskrivelsen. Har du muligheten, så benytt helst PC til møte, ettersom tilgang til og aktivering av de ulike funksjonene da blir mer oversiktlig.

Vedlegg 1:

MAL FOR INFORMASJONSARBEID

Under følger en mal for informasjonsarbeid i egen stab / virksomhet.

Ansvar for kommunikasjonen

Kommunikasjonsansvaret følger saksansvaret og linjeprinsippet kommunen. Det betyr at den som har ansvar for et saksområde i utgangspunktet også er ansvarlig for å informere fra og kommunisere om sitt ansvarsområde. Eller delegere ansvaret i egen linje. Dette jamfør nærhetsprinsippet.

Ved tvil om kommunikasjonsansvar avklares dette med kommunedirektøren.

Mål med kommunikasjonen

Her skal du svare på:

- Hvorfor kommuniserer du i dette konkrete tilfellet?
- Hvilken endring/hvilket konkret resultat ønsker du at kommunikasjonstiltaket skal føre til?

Eksempler på kommunikasjonsmål:

«Målet med kommunikasjonen er å gi Innbyggertorget informasjon om nyansettelser på rådhuset. Ønsket resultat er å bidra til at ansatte på Innbyggertorget skal ha oversikt, og sikre at de besitter den nødvendige kunnskapen for å kunne yte best mulig service ved henvendelser».

«Målet med kommunikasjonen er å informere en gruppe tjenestemottagere i Lyngdal om en planlagt brukerundersøkelse. Ønsket resultat er bredest mulig oppslutning».

«Målet med kommunikasjonen er å sikre at alle ansatte i virksomheten har informasjonen de trenger for å kunne utføre jobben sin på en god måte. Dette for å bidra til bedre mestringsfølelse, arbeidsflyt og effektivitet».

Skriv hva som er målet med kommunikasjonen.

Målgruppe

Her skal du svare på:

Hvem ønsker du å nå med dette budskapet? Definer målgruppen så smalt som mulig.

Eksempler på målgrupper:

«Ansatte på rådhuset»

«Mottagere av en bestemt lovpålagt tjeneste»

«Alle innbyggere i Lyngdal kommune».

Skriv hvem som er din målgruppe.

Definer også hva slags type informasjon du skal formidle.

Eksempler på overordnet inndeling av informasjon:

Kritisk: Informasjon som raskt må nå fram.

Felles: Informasjon som gjelder alle.

Lokal: Informasjon som er interessant for ulike avdelinger og roller i organisasjonen.

Sosial: Kulturbyggende informasjon på tvers i virksomheten.

Forståelig for alle!

Bruker du klart språk? Se under 4.12.
Forstår alle i målgruppen din norsk?

- Vurder behovet for å utarbeide informasjon også på fremmedspråk for å nå minoritetsgrupper.
- Ved behov for assistanse til oversetting kan ressurspersoner ved Voksenopplæringen kontaktes.
- Alternativt kontaktes ekstern tolketjeneste.

Ved nasjonale hendelser, som pandemi, tilbyr både Folkehelseinstituttet og Helsedirektoratet ferdig oversatt informasjonsmatetriell.

Budskap

Her skal du svare på hva du ønsker å si.

Budskapet er ordene du velger å si akkurat denne gangen – ikke helheten om temaet du snakker om. Formuler et budskap som er like langt som tittelen/innledningen til en nyhet i avisen.

Eksempel på budskap:

«Velkommen til kurs 17. mai i Elements»
Fellestjenesten ber alle saksbehandlere og ledere om å delta på kurset.

Skriv hva som er budskapet.

- Budskapet ut må være det samme på alle nivåer. Det betinger at kommunikasjonen må være samordnet, samstemt og framstå som helhetlig.
- Informasjonen skal være presis (fakta), men også lett tilgjengelig for alle. Budskapet må formuleres i et klart og tydelig språk.
- Tenk alltid over behovet for om kritisk innbyggerinformasjon (eksempelvis ved hendelser) i kommunens egne kanaler som et minimum også bør publiseres på engelsk.

Kanalvalg

Her skal du svare på hvor og når budskapet ditt skal formidles.

Hvilken kanal som er riktig henger sammen med hvilken målgruppe du ønsker å nå. Vi skiller mellom prioriterte interne kanaler for egne ansatte, og kanaler for å nå eksterne målgrupper.

Eksempler på kanaler:

Teams; epost; hjemmeside; møter; workshops; kurs; linjekommunikasjon; plakater og visuell kommunikasjon; nyhetsbrev; sosiale medier; informasjonsskjermer; presse etc.

Skriv hvilke kanaler du vil bruke.

Annonsering:

Når det vurderes formålstjenlig benyttes kjøpt annonseplass i media for å nå bredest mulig ut til publikum.

Den som bestiller annonser plikter å etterse at kommunens grafiske profil benyttes korrekt.

Avsender/utfører/kontaktperson

Avklar hvem som er den rette avsenderen av budskapet. Se under «Ansvar for kommunikasjonen».

Avsender og utfører trenger ikke være samme person. Avklar også hvem som skal være kontaktperson ved eventuelle henvendelser etter at et budskap er formidlet.

TILTAKSPLAN

Der kommunikasjonsplanleggingen omfatter mer enn ett enkeltstående kommunikasjonstiltak, kan det være nyttig å samle tiltakene i en egen plan.

Kommunikasjonsmål:
Målgruppe:
Budskap:
Kanaler:
Når:
Utfører:
Kontaktperson:
Ansvarlig avsender:

Vedlegg 2:

KOMMUNIKASJONSPLAKATEN

Ti gode HUSKEREGLER for vellykket kommunikasjon

1. **Hvem?**
   Ha klart for deg hvem som er mottager av informasjonen du skal formidle, og om budskapet er tilpasset målgruppens etnisitet, behov og forutsetninger.

2. **Ansvar**
   La det aldri være tvil om hvem som er ansvarlig avsender av informasjon.

3. **Forståelig**
   Sørg for at det du kommuniserer blir forstått. Bruk enkelt språk. Kjør lesbarhetsindeks på skriftlig innhold.

4. **Mål**
   Hva er hensikten med informasjonen? Tenk over hva du ønsker å oppnå, og poengter budskapet ditt så tidlig som mulig.

5. **Ikke synse**
   Hold deg strengt til fakta, og unngå spekulasjoner eller synsing. Det du kommuniserer skal være etterrettelig.

6. **Likebehandling**
   Sørg for at de som skal ha informasjonen får den samtidig.

7. **Samstemt**
   Tenk gjennom hvem som bør være kjent med innholdet før informasjon kommuniseres ut. På den måten sikrer du eierskap, og budskapet oppleves enhetlig og samordnet.

8. **Plattform**
   Tenk over hvilken kommunikasjonsplattform som er best egnet for det du vil formidle.

9. **Gjenta**
   Kommunikasjon er ofte en prosess, der et budskap kan sammenlignes med et frø som trenger jord, næring og vann for å slå rot og vokse. Vellykket kommunikasjon fordrer derfor ofte tålmodighet og repetisjon.

10. **Vær kort**
    Det går faktisk an å fatte seg i korthet.

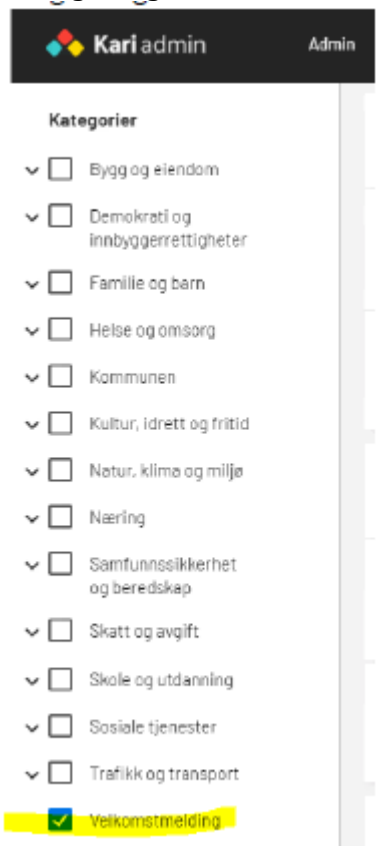
KOMMUNE-KARI I KOMMUNENS BEREDSKAPSARBEID

Hvis krisen rammer kan Kommune-Kari gi raske og gode svar og dermed avlaste sentralbord. Men Kommune-Kari må oppdateres med riktig informasjon for å kunne bidra. Her finner du en veileder for å gjøre dette.

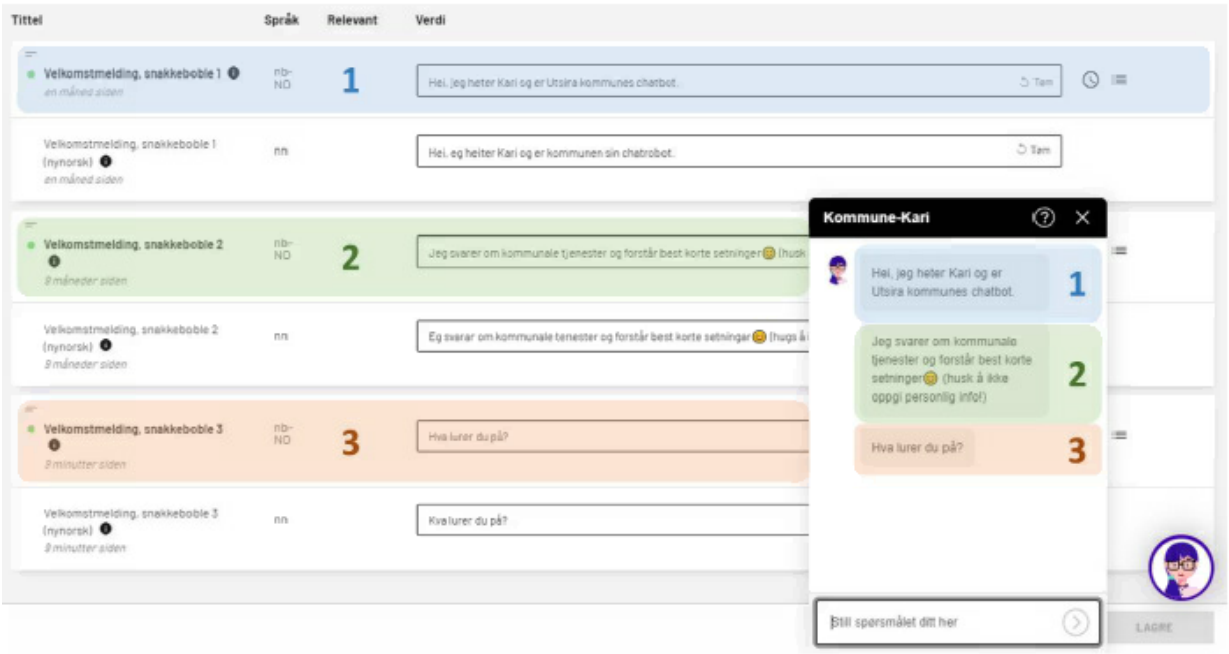
1. Logg inn i Admin-panelet for Kommune-Kari på lenken:
https://kariadmin.azurewebsites.net/

Brukernavn = din kommunale e-postadresse
Passord = ditt Windows-passord i kommunen

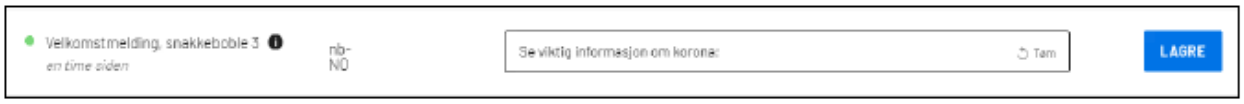
2. Velg kategorien "Velkomstmelding" i venstremenyen:



3. Snakkeboblene med tekst i Karis velkomstmelding korresponderer med hver sin variabel:



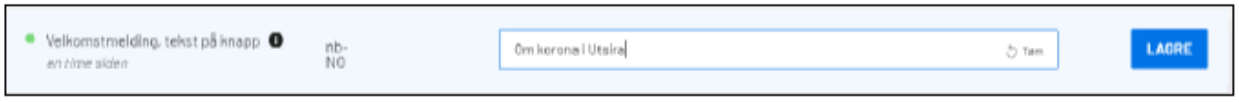
4. Endre verdi i variabelen du ønsker og trykk "Lagre":



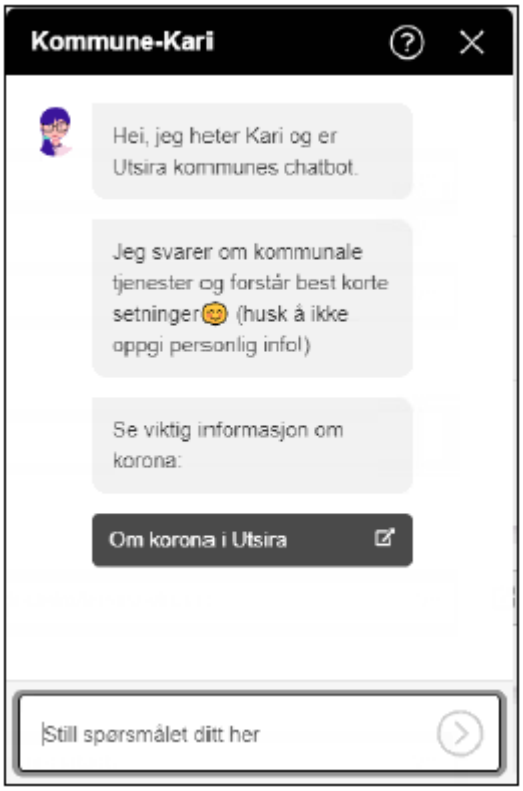
5. Legg til en knapp med lenke ved å aktivere den deaktiverte variabelen for dette:

Legg inn lenke og trykk "Lagre":

6. Du kan også endre tekst på knappen du nå har aktivert i variabelen for knappetekst:



Test til slutt at velkomstmeldingen er etter ønske (test helst i chatten på kommunens nettside):



7. Husk også variabelen for kriseinformasjon. Hvis den ikke aktiveres, vil Kari svare et det ikke er noen krise i kommunen akkurat nå.

«Ord og hvordan vi snakker til hverandre betyr noe»

Tone Wilhelmsen Trøen, tidligere stortingspresident

KONTAKT

Noe du savner eller mener er uklart i kommunikasjonsplanen? Ta kontakt.

- Ole Åsmund Brattfjord, informasjonsleder
- Telefon 901 31 726
- Epost: Ole.Aa.Brattfjord@lyngdal.kommune.no

Skrevet av: Ole Åsmund Brattfjord, rådgiver kommunikasjon
Organisasjon og utvikling i Lyngdal kommune
Sist oppdatert 06.03.2023

Eksempel på ikke helt vellykket strategisk kommunikasjon ...

Lunch © B. Lund, distr. strandcomics.np
Gjengitt med tillatelse

Postadresse:
Postboks 353, 4577 lyngdal

Telefon: +47 38 33 40 00
Org.nr.: 922 421 498

E-post: post@lyngdal.kommune.no
www.lyngdal.kommune.no

LYNGDAL KOMMUNE