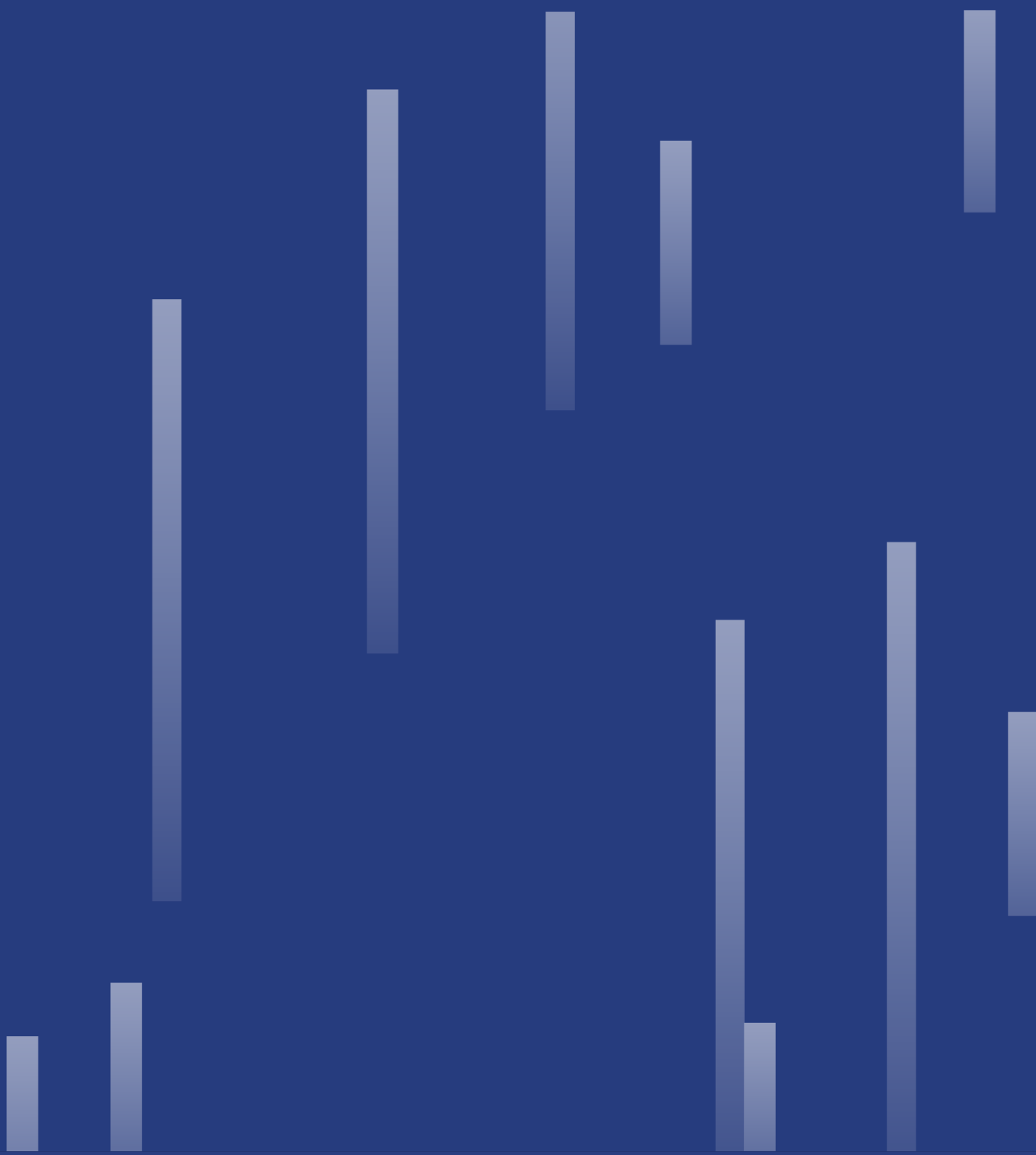




Kommunikasjonsstrategi

Behandlet i Administrasjonsutvalget 25. 02. 2022



Kommunikasjonsstrategi

Rogaland fylkeskommune har en viktig rolle for utviklingen av fylket, både som samfunnsutvikler og tjenesteleverandør.

Kommunikasjon er et strategisk verktøy for å nå mål, på lik linje med andre virkemidler. Kommunikasjonsstrategien skal bidra til at vi når målene våre på en effektiv og god måte og styrke vår rolle som regional samfunnsutvikler.

I en verden som i økende grad preges av polarisering og «alternative fakta», skal vi bidra aktivt med kvalitetssikret faktainformasjon og kunnskap om våre ansvarsområder.

Kommunikasjonsstrategien gjelder for alle medarbeidere i Rogaland fylkeskommune, og spesielt alle med lederansvar. Strategien gjelder fra 2022 og revideres ved behov. Den følges opp med planer, retningslinjer og underliggende strategier.

Innholdsfortegnelse

1 [Visjon, verdier og utviklingsmål](#)

2 [Våre kommunikasjonsmål](#)

3 [Kommunikasjonsprinsipper](#)

4 [Særskilt satsingsområde](#)

5 [Målgrupper](#)

6 [Visuell identitet](#)

7 [Språkprofil](#)

8 [Våre viktigste kommunikasjonskanaler](#)

9 [Roller og ansvar](#)

10 [Krisekommunikasjon](#)

11 [Forankring](#)

1 Visjon, verdier og utviklingsmål

Kommunikasjonsstrategien er forankret i Rogaland fylkeskommunes Utviklingsplan for Rogaland og administrasjonens virksomhetsstrategi som operasjonaliserer denne.

Vår visjon er:

Bærekraftig utvikling og sterke fellesskap i hele Rogaland.

Våre verdier:

Verdiene våre er grunnmuren i arbeidet med å utvikle fylket til det beste for innbyggerne, og de skal være synlige i arbeidet vårt.

- Vi er åpne
- Vi er kompetente
- Vi viser respekt

Våre langsiktige utviklingsmål og innsatsområder:

1. Klimaomstilling og livskraftig naturmiljø
2. Konkurransedyktig region
3. Helsefremmende og inkluderende samfunn
4. Attraktive lokalsamfunn, tettsteder og byer

2 Våre kommunikasjonsmål

Vår samlede kommunikasjon skal bidra til at vi når organisasjonens mål formulert i utviklingsplanen og virksomhetsstrategien.

Rogaland fylkeskommunes legitimitet og omdømme er avhengig av kvaliteten på arbeidet vi gjør og hvordan vi kommuniserer det.

Et godt omdømme skaper stolte medarbeidere, gjør det lettere å rekruttere og få gjennomslag i viktige saker. Samtidig gir det legitimitet, og gjør organisasjonen bedre rustet til å takle kriser.

Kommunikasjonsarbeidet skal støtte opp om visjonen «Bærekraftig utvikling og sterke fellesskap i hele Rogaland».

Våre overordnede mål for kommunikasjonsarbeidet er:

- Vi synliggjør fylkeskommunens rolle som ansvarlig samfunnsutvikler og tjenesteleverandør
- Vi skaper tillit hos målgruppene, legitimitet i samfunnet og et positivt omdømme
- Vi styrker demokratiet gjennom å synliggjøre virksomheten vår og politiske prosesser
- Vi synliggjør fylkeskommunen som en seriøs og attraktiv arbeidsgiver

3 Kommunikasjonsprinsipper

Vår kommunikasjon internt og med omverden skal kjennetegnes av følgende prinsipper:

- Vi kommuniserer aktivt, åpent, tydelig og inkluderende.
- Vi er profesjonelle og troverdige i vår kommunikasjon.
- Vi ønsker dialog med våre målgrupper og legger til rette for det.
- Vi holder oss oppdatert, deler informasjon og lærer av hverandre.
- Ledere har et særskilt ansvar for informasjonsflyten i organisasjonen og for å informere videre til sine medarbeidere.

4 Særskilt satsingsområde

Et godt omdømme starter internt i organisasjonen. Derfor er det en prioritert oppgave å jobbe målrettet for å gjøre medarbeiderne til gode ambassadører. Dette handler ikke bare om god kommunikasjon, men om organisasjonskultur og ledelse.

Vi gjør medarbeiderne til gode ambassadører gjennom:

- God ledelse som bygger gjensidig tillit og respekt
- Åpenhet, takhøyde og involvering
- Gode kommunikasjonslinjer og informasjon til rett tid
- En organisasjonskultur som fremmer tverrfaglig samarbeid og deling av informasjon og kompetanse

5 Målgrupper

God dialog med de viktigste interessentene – målgruppene – er viktig for at vi skal nå målene våre.

Ulike målgrupper kan kreve ulik tilnærming. Derfor er det viktig å identifisere målgruppene og velge kanaler, verktøy og metoder tilpasset dem.

- Innbyggerne, særlig dem som berøres av vår virksomhet, herunder de videregående skolene og tannhelseklinikkene
- Medarbeiderne, herunder tillitsvalgte og vernetjenesten
- De folkevalgte
- Offentlige myndigheter, etater, organisasjoner og kommuner
- Samarbeidspartnere i kultur- og næringslivet, forsknings- og utdanningsinstitusjoner, internasjonale aktører og frivillige organisasjoner
- Media (både målgruppe og kanal)
- Potensielle nye medarbeidere

Fylkeskommunens ulike enheter vurderer sine målgrupper og tilpasser kommunikasjonen mot dem.

6 Visuell identitet

Vår visuelle profil skal speile fylkeskommunen som en imøtekommende og framoverlent samfunnsaktør. Vi skal framstå helhetlig, og den visuelle profilen skal være synlig på alle trykte og digitale flater og de fylkeskommunale virksomhetene.

Profilen må brukes konsekvent og korrekt for å sikre gjenkjennelighet.

[Les mer om Rogaland fylkeskommunes visuelle profil](#)

7 Språkprofil

Rogaland fylkeskommunes informasjon til målgruppene skal være klar og forståelig. Vi bruker et enkelt, tydelig språk. Det gjør informasjonen tilgjengelig for flere og er inkludering i praksis.

Vi er språklig nøytrale og kan veksle mellom å bruke bokmål og nynorsk. Eksterne henvendelser svares ut i samme målform som de kom i. Vi ønsker et språkrikt fylke og oppfordrer til økt bruk av nynorsk.

8 Våre viktigste kommunikasjonskanaler

I tilfeldig rekkefølge:

- Nettsidene til Rogaland fylkeskommune, de videregående skolene og Tannhelse Rogaland
- Intranett
- Teams
- e-post
- Sosiale medier
- Media
- Møter, for eksempel politiske møter, temamøter og fagsamlinger
- VIS (skoleadministrativt system med kommunikasjon mellom lærer, elev, foresatt)

9 Roller og ansvar

God rolleforståelse og en klar ansvarsdeling er en forutsetning for godt kommunikasjonsarbeid. Kommunikasjon er et lederansvar, men alle medarbeidere skal bidra til at fylkeskommunen kommuniserer på en helhetlig og tillitvekkende måte når de representerer organisasjonen eller uttaler seg på vegne av den.

Ledere

- Ledere har kommunikasjonsansvar for eget område, på lik linje med personal- og budsjettansvar.
- God lederkommunikasjon betyr tydelig budskap, konstruktive tilbakemeldinger, bred medvirkning og å skape et godt klima for åpenhet og tillit både internt og eksternt.
- Ledere kan uttale seg til media om faktainformasjon innen sitt fagfelt.

Medarbeidere

- Medarbeiderne er viktige ambassadører og bidragsytere for å nå kommunikasjonsmålene.
- Medarbeidere bidrar til utvikling, åpenhet og deling av informasjon og kompetanse.
- Medarbeidere har ansvar for å tilegne seg informasjon og holde seg orientert.
- Medarbeidere kan uttale seg til media om faktainformasjon innen sitt fagfelt, i dialog med nærmeste leder.

Kommunikasjonsavdelingen

Kommunikasjonsavdelingen har et særskilt ansvar for å legge til rette for og følge opp intern og eksternt kommunikasjon i fylkeskommunen med vekt på rådgivning, strategisk og operativt kommunikasjonsarbeid, samt kompetansebygging.

Kommunikasjonsavdelingen kan uttale seg til media i dialog med fagmiljø/ledelse.

10 Krisekommunikasjon

Krisekommunikasjonsplanen er en del av fylkeskommunens overordnede beredskapsplan, og beskriver hvordan vi håndterer kommunikasjonsarbeidet ved kriser og uønskede hendelser.

Fylkeskommunale foretak og videregående skoler skal ha egne lokale beredskapsplaner der krisekommunikasjon inngår.

Kommunikasjonsavdelingens plan «Slik jobber kommunikasjonsavdelingen i en krise» definerer roller og oppgaver for kommunikasjonsavdelingen i en beredskapssituasjon.

11 Forankring

Loverket stiller krav til åpenhet, innsyn, ytringsfrihet, tilgjengelighet og informasjonsplikt. Disse lovene og prinsippene ligger til grunn for kommunikasjonsarbeidet i Rogaland fylkeskommune.

- Kommunelovens paragraf 4
- Offentlighetsloven, herunder meroffentlighetsprinsippet
- Forvaltningsloven
- FNs bærekraftsmål
- Grunnlovens paragraf 100 om ytringsfrihet