



Plan  
**Policy**  
Handlingsplan  
Riktlinje

Uppdaterad 2018-10-01

# Kommunikationspolicy

## Innehåll

Inledning .....	3
Syfte.....	3
Ansvar .....	3
Varumärket Forshaga kommun .....	3
Kommunikationens grunder, så arbetar vi .....	4
Lagar som reglerar kommunikationsarbetet .....	4

**Fastställt av:** kommunstyrelsen

**Fastställt datum:** 2017-03-21

**Dokumentet gäller till och med:** tills vidare

**Dokumentet gäller för:** alla nämnder och förvaltningar

**Dokumentansvarig:** kommunledningskontoret, kommunikatör

**Diarienummer:** KS 2018/272

**Vision och budget med strategisk plan** Vision: *"Forshaga barnkommun. I våra barn finns framtiden och vi bygger ett samhälle för nuvarande och kommande generationer. Genom hållbara, långsiktiga och ansvarstagande lösningar får vi en attraktiv och trygg kommun även i framtiden."*

Kommunfullmäktiges budget med strategisk plan är kommunens viktigaste övergripande styrdokument. I budgeten återfinns också vår vision, det önskvärda framtida tillståndet för kommunen och kvalitets- och styrmodellen som övergripande beskriver hur den kommunala verksamheten ska styras, följas upp och utvärderas. Strategisk plan innehåller kommunens övergripande mål, värdegrund och tre hållbarhetsstrategier.

**Plan** anger inriktning och konkreta mål i en fråga av större vikt. Den är vägledande för beslut och styrning. Planen tar inte ställning till utförande eller metod. Har en begränsad giltighetstid och ska följas upp. Exempel på plan kan vara Bostadsförsörjningsplan. Beslutas av kommunfullmäktige, kommunstyrelsen eller nämnd.

**Policy** är ett kortfattat dokument på en övergripande nivå om specifika, strategiskt viktiga områden. Den är vägledande för beslut och styrning. Policy tar inte ställning till utförande eller metod. En policy är vanligtvis långvarig, och gäller tills vidare. En policy bör konkretiseras i andra styrdokument, oftast i riktlinjer. Exempel på policy kan vara Upphandlingspolicy och Kommunikationspolicy. Beslutas av kommunfullmäktige, kommunstyrelsen eller nämnd.

**Handlingsplan** är en sammanställning av aktiviteter som tillsammans ska leda till att uppnå mål. Den visar konkret vad som ska göras inom ett visst område, vem/vilka som ansvarar för uppgiften, ekonomiska konsekvenser samt när det ska vara klart alternativt när det ska följas upp. Omsätter ofta inriktningen i planen till konkreta åtgärder. Exempel på handlingsplan kan vara Handlingsplan för nybyggnation av flerfamiljshus på Åsmyren. Beslutas av kommunchef, förvaltningschef eller ledningsgruppen.

**Riktlinjer** är den mest konkreta formen av styrdokument. Ett dokument som innehåller en anvisning eller rekommendation för hur exempelvis en policy ska uppnås. Riktlinjer avser främst frågor rörande ren verkställighet. Riktlinjer kan betraktas som en slags handbok som ska ange ramarna för vårt handlingsutrymme i en viss fråga. Gäller tillsvidare vilket innebär att gamla riktlinjer måste upphävas när de blir inaktuella. Exempel på riktlinjer kan vara Riktlinjer för användande av sociala medier. Beslutas av kommunchef, förvaltningschef eller ledningsgruppen.

## Inledning

Information från kommunen ska vara lätt att förstå och ta del av. Bra information ökar kunskapen hos mottagaren och genom dialog och möjlighet att påverka, utvecklar vi demokratin. Detta gäller både vid möten med kommuninvånare och i vårt interna kommunikationsarbete. En bra dialog mellan medarbetare och mellan olika delar av vår organisation är en förutsättning för en lyckad kommunikation.

Alla medarbetare är kommunens ansikte utåt och representanter för verksamheten. Genom att vara öppna, tillgängliga och ha fokus på gott bemötande lägger vi grunden för en bra service.

## Syfte

Kommunikationspolicyn anger ett antal huvudregler som kommunikationsarbetet i Forshaga kommun bygger på, och ska fungera som ett stöd för samtliga verksamheter i kommunen.

## Ansvar

Ansvar för kommunikation och information följer verksamhetsansvaret. Varje nämnd och förvaltning ansvarar för kommunikation och information om, från och inom sin verksamhet.

Varje chef har ansvar för att kommunikationsaspekten finns med i verksamhetsplanering och i det dagliga arbetet. Chefer ansvarar också för att information till, och kommunikation med, invånare och medarbetare sker professionellt och med gott bemötande.

Kommunikatörer på kommunledningskontoret ska utveckla kommunens kommunikationsstrategi och vara lyhörda för förvaltningarnas behov och önskemål. De ansvarar för övergripande kommuninformation och ska också vara ett stöd till förvaltningarna när det gäller kommunikationsarbete. Kommunikatörer på förvaltningar är ett stöd i första hand till den egna förvaltningen.

Alla medarbetare har eget ansvar att söka information som är viktig för det egna arbetet. Medarbetarna har också ansvar för att informera om sitt arbetsområde, såväl externt som internt.

## Varumärket Forshaga kommun

Ett varumärke består av alla de uppfattningar, värden och känslor som människor associerar med en plats eller en organisation. Ökad konkurrens om invånare, etableringar, besökare, kompetenser, med mera gör arbetet med att stärka varumärket Forshaga kommun allt viktigare. Vi påverkar vårt varumärke genom vad vi gör, hur vi agerar och hur vi kommunicerar.

Varumärket Forshaga kommun består av två delar, ett platsvarumärke och ett organisationsvarumärke.

### Platsvarumärke

Med platsvarumärke avses den geografiska platsen Forshaga kommun. Alla som bor, lever och verkar i vår kommun påverkar bilden, eller varumärket Forshaga kommun. Det gäller också oss som anställda i kommunen. Vi gör det genom att sätta fokus på tillgänglighet, service och ett gott bemötande.

### Organisationsvarumärke

Under kommunens organisationsvarumärke ryms alla våra förvaltningar, verksamheter och projekt. Varumärkesarbetet tar avstamp i vår vision "Forshaga barnkommun, i våra barn finns framtiden och vi bygger ett samhälle för nuvarande och kommande generationer. Genom hållbara, långsiktiga och ansvarstagande lösningar får vi en attraktiv och trygg kommun även i framtiden." Vår gemensamma grafiska profil gör oss lätta att känna igen, både internt och externt.

Målet med varumärkesarbetet är att skapa en samlad och entydig bild av Forshaga kommun som organisation, laddad med positiva värden som utgår från kommunens värdegrund.

## Kommunikationens grunder, så arbetar vi

Ett strukturerat kommunikationsarbete hjälper oss nå de mål vi sätter upp. Vi utgår från åtta grundregler i kommunens kommunikationsarbete.

- 1. Var öppen och ärlig**  
Det ska vara lätt att komma i kontakt med kommunens anställda och politiker. Genom en öppen och ärlig attityd ska vi bjuda in till dialog. För att utvecklas ska vi uppmuntra till synpunkter av både positiv och negativ karaktär.
- 2. Dialog och delaktighet i fokus**  
Invånare har rätt att få information om och vara delaktiga i Forshaga kommuns planer och beslut. Kommunanställda har en viktig uppgift att besvara invånarnas frågor och en stor öppenhet ska finnas för synpunkter och dialog.
- 3. Informera snabbt och korrekt**  
Information är en färskvara som snabbt ska spridas till alla berörda. Medarbetare och invånare ska kunna lita på att kommunens information är sann, och därför ska vi alltid fakta kontrolleras innan information går ut.
- 4. Utgå alltid från mottagarens behov**  
Anpassa språk och innehåll i budskapet utifrån mottagarens behov, förkunskaper och andra förutsättningar.
- 5. Skriv enkelt**  
Mer än 20 procent av den vuxna befolkningen i Sverige har svårt att ta till sig en vanlig nyhetstext i en dagstidning. Skriv enkelt och med korta meningar, undvik fackspråk och skriv ut förkortningar. Då blir informationen lättare att förstå. Det har alla nytta av.
- 6. Följ grafisk profil**  
Genom att alla i alla sammanhang följer kommunens grafiska profil visar vi tydligt vem som är avsändare och stärker vårt varumärke. Det hjälper oss dessutom att bygga upp en "vilkänsla" bland anställda och förtroendevalda.
- 7. Tydlig avsändare**  
När vi informerar ska alltid avsändaren framgå tydligt. Kontaktperson ska skrivas ut med namn, titel och helst både telefonnummer och e-postadress.
- 8. Informera internt före externt**  
Det är viktigt att vi internt känner till de planer och beslut som finns i kommunen innan det når massmedia och kommuninvånare. Vi informerar därför internt före externt.

## Lagar som reglerar kommunikationsarbetet

Kommunens kommunikationsarbete regleras av lagar, här följer en kortfattad beskrivning av de viktigaste.

### Offentlighetsprincipen

Offentlighetsprincipen innebär att alla myndigheter är skyldiga att lämna ut allmänna handlingar, så snart det är möjligt, till den som begär det, om inte handlingarna är sekretessbelagda.

### Yttrandefrihet och meddelarfrihet

Yttrandefriheten innebär att varje medborgare ska kunna förmedla information och uttrycka sina tankar, åsikter och känslor, i tal, skrift, bild eller på annat sätt. Meddelarfriheten innebär att alla anställda inom offentlig verksamhet muntligen får lämna uppgifter till massmedia, i syfte att de ska publiceras.

### Dataskyddsförordningen (GDPR, The General Data Protection Regulation)

Förordningen gäller i hela EU och har till syfte att skydda enskildas grundläggande rättigheter och friheter, särskilt deras rätt till skydd av personuppgifter.

### Språklagen

Lagen tar upp svenskans och andra språks ställning och användning i det svenska samhället. Den handlar också om språket, som i offentlig verksamhet ska vara vårdat, enkelt och begripligt.