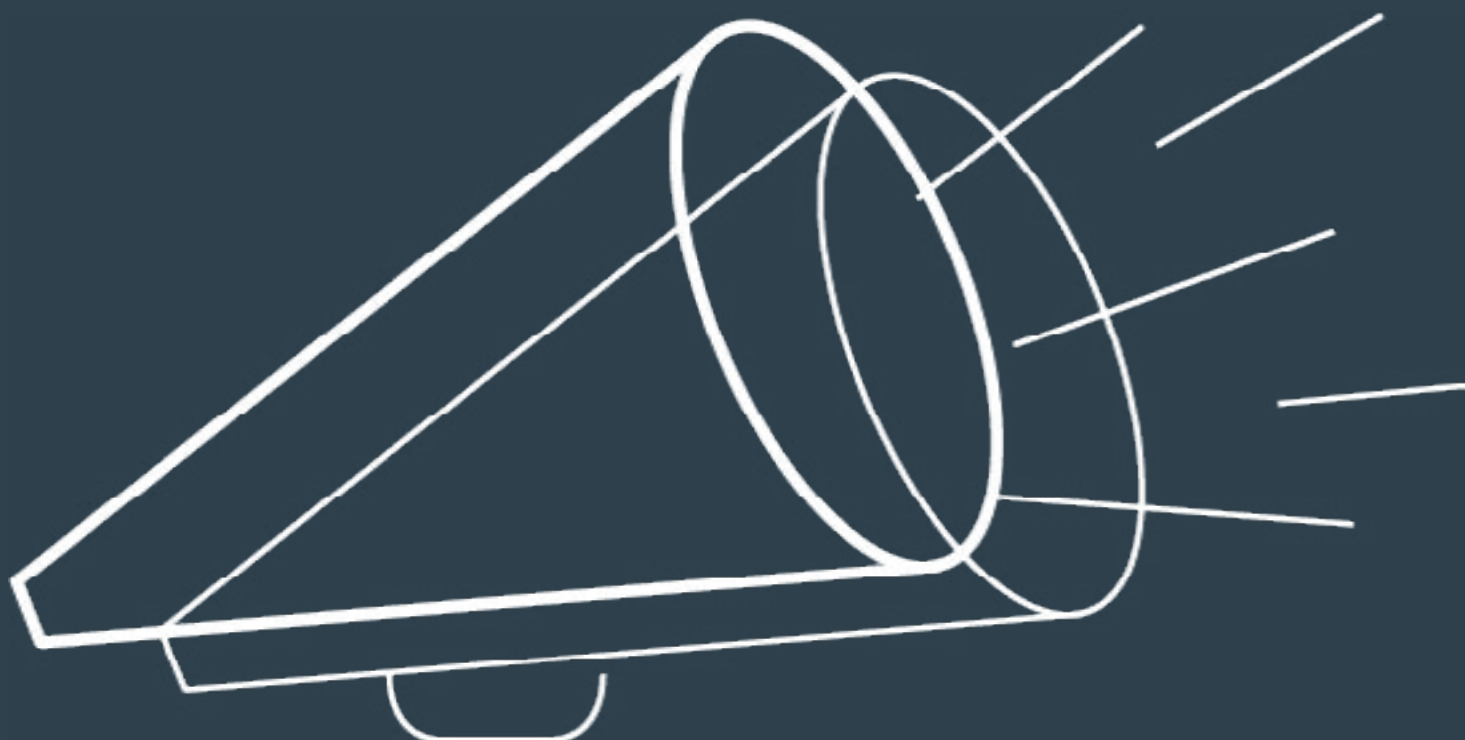
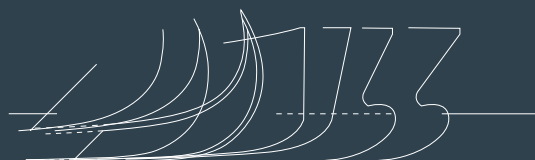




HERØY  
kommune



# Kommunikasjonsstrategi



EI BÅTLENGD FØRE

# Oversyn

*Kommunikasjonsstrategien sikrar heilskap og samanheng i kommunen sitt kommunikasjonsarbeid og sørgjer for ei forankring av kommunikasjon som strategisk verkemiddel i Herøy kommune.*

*Herøy kommune skal vere ei båtlenkd føre.  
Det gjeld også kommunikasjonsarbeidet.*

*Vi skal leggje til rette for nye kreative løysingar gjennom digitaliseringsarbeidet som føregår på tvers av kommunane i sjustjerna, involvering og medverknad frå innbyggjarane og vise dei tiltaka og utfordringane Herøy kommune gjer og står overfor på ein ærleg og open måte. Slik kan vi med kommunikasjonsarbeidet, synleggjere berekraftsmåla våre og det samfunnsansvaret vi har som kommune.*

*Dei komande åra legg grobotn for nye, spanande prosjekt som skal utvikle Herøy kommune vidare. For å få til noko saman, mellom kommunen, innbyggjarane og næringslivet, må vi ha tillit. Denne tilliten oppstår i kombinasjon med gode tenester og god kommunikasjon.*

# Innhald

## OVERSYN

Innleiing	5
Kommunikasjonsmål	6
Kommunikasjonsutfordringar	7
Målgrupper (interne og eksterne)	8
Forståing av målgruppa	9
Roller og ansvar	10
Strategiar	11
Kanalval	12
Nettsidekart med underportalar	14
Sosiale medium	15
Datetryggleik i ulike kanalar	16
Kommunikasjon av berekraft	18
Krisekommunikasjon	20
Kommunikasjonspris	22
Relevant lovverk og kjelder	23



# Innleiing

Dette er Herøy kommune sin kommunikasjonsstrategi. Her presenterer vi mål, strategiar og tiltak for korleis kommunen skal informere og kommunisere med innbyggjarar og andre som bur og oppheld seg i kommunen, tilsette og andre aktuelle målgrupper. Kommunikasjon er ein naturleg del av all planlegging i kommunen og er eit strategisk verkemiddel.

Strategien skal takast i bruk i heile organisasjonen. For at den skal fungere må dei strategiske måla bli til handling i kommunen sine avdelingar og verksemder. Strategien vert revidert ved behov.

## **KVA ER INFORMASJON OG KOMMUNIKASJON?**

Omgrepa informasjon og kommunikasjon vert ofte brukt om kvarandre. Den enklaste måten å skilje dei frå kvarandre på er å omtale kommunikasjon som prosessen, medan informasjon er produktet eller budskapet. Informasjon er dermed det som vert formidla når vi kommuniserer. Kommunikasjon er budskapsformidling tilpassa målgruppa ein kommuniserer med.

## **KVA BYGGJER VI DENNE STRATEGIEN PÅ?**

Strategien tek utgangspunkt i overordna mål og styringsdokument og baserer seg på kommunen sin visjon "Ei båt-lengd føre" og dei overordna verdiane: repsekt, tillit og samhandling. Oppdraget vårt er at Herøy kommune skal vere ein attraktiv kommune å besøkje, bu og arbeide i. Kommuneplanen - samfunnsdel er overordna kommunikasjonsstrategien.

I kommunelova §4-1 heiter det at: "Kommuner og fylkeskommunen skal aktivt informere om egen virksomhet og om virksomhet som andre rettssubjekter utfører på vegne av kommuner og fylkeskommuner. De skal også legge til rette for at alle kan få tilgang til slik informasjon."

Herøy kommune legg offentleglova til grunn ved ein open kommune som praktiserer meiroffentlegheit, og som ønskjer deltaking og medverknad frå innbyggjarane.

Anna lovverk som denne strategien tek omsyn til kan du sjå oversikt over i vedlegg til sist i denne strategien.

---

# Kommunikasjonsmål

Det overordna målet er at Herøy kommune skal vere ein attraktiv kommune å besøkje, bu og arbeide i. For å oppnå det må vi ha følgjande kommunikasjonsmål:

- kommunikasjon og informasjonen skal bidra til å gi innbyggjarane innsikt i kommunen sine tilbod og tenester.
- kommunikasjonen og informasjonen skal motivere til deltaking og medverknad gjennom tilpassa informasjon til ulike målgrupper og ved å nytte eit klart språk på nynorsk som er det vedtekne administrasjonsspråket i Herøy.
- kommunikasjon og informasjon skal vere eit verktøy for å sikre framtidig arbeidskraft og stabil folketalsutvikling.
- kommunikasjon er eit verktøy for å sikre interne arbeidsprosessar, skape ein god kultur og auke motivasjon blant tilsette.
- kommunikasjon og informasjon skal styrke kommunen si truverd og legitimitet.
- kommunikasjon og informasjon skal vere eit viktig verktøy ved krise. Kommunen skal ha ein rask, open og tillitsskapande kommunikasjon med målgruppene sine.



---

# Kommunikasjonsutfordringar

Herøy kommune sine kommunikasjonsutfordringar er å:

- sikre kommunikasjon i det daglege arbeidet både operativt og strategisk på alle nivå i den kommunale verksemda.
- sikre at brukarane får gitt tilbakemeldingar for å avdekke behov for informasjon og dermed vidareutvikle dei kommunikasjonskanalane kommunen nyttar.
- bruke klarspråk i det daglege arbeidet og sikre at innbyggjarane som er mottakar av ei teneste forstår vedtak, planar og anna informasjon frå kommunen.
- alltid nytte profilhandboka.
- halde på og rekruttere gode tilsette.
- møte media og andre i målgruppa på ein aktiv, open og planlagt måte.
- bygge ein samlande internkultur hjå alle tilsette i kommunen.
- skape realistiske forventingar til dei tenestene kommunen leverer.
- motivere til dialog og medverknad til rett tid blant målgruppene.
- ha gode planar for all krisekommunikasjon, skape tryggande informasjon tilpassa ulike målgrupper ved ei krise.



---

# Målgrupper (interne og eksterne)

## KVEN KOMMUNISERER VI MED?

Herøy kommune sine viktigaste målgrupper er innbyggjarane som brukarane av tenestene våre og tilsette (noverande og moglege arbeidstakarar i framtida).

I tillegg har kommunen ei rekkje andre målgrupper, som til dømes:

- fylkeskommunen
- statsforvaltaren
- andre kommunar
- stat, regjering, departement, direktorat og andre styresmakter
- KS
- frivillige lag, foreiningar og organisasjonar
- lokalt næringsliv
- personar som bur og oppheld seg i kommunen som har behov for informasjon på andre språk enn norsk
- media



## EIN DAG ER ALLE DIGITALE - ELLER?

Er det slik at alle digitale utfordringar er løyste ved neste generasjon eldre? Sanninga er at alderen vil prege oss alle, kognitivt og/eller fysisk før eller seinare. Derfor er det viktig å ha fokus på aldersvenlege, universelle løysingar. Vi skal møte framtida også med analoge alternativ for dei som treng det. Samstundes skal vi involvere eldre i utvikling av ny teknologi og kommunikasjonsmetodar, på same måte som vi skal involvere andre råd og utval for å undersøke kva dei har behov for. For kommunen er desse gruppene verdifulle rådgjevarar.

## UNIVERSELL UTFORMING

Vi skal stette krava til universell utforming.

Vi har til ei kvar tid brukarar av kommunikasjonskanalane våre med ulike behov. Det kan vere nedsett syn, høyrsel, motorikk, nevrologiske utfordringar, kognisjon som dysleksi eller nedsett korttidshukommelse.



# Forståing av målgruppa

Vi må kjenne målgruppa vi skal kommunisere med for å vite korleis vi skal nå fram med informasjon til dei. Vi skal ikkje gå inn på alle målgrupper i denne strategien, men brukar her dei eldste som døme på kor ulik den eldste målgruppa kan vere. Alle målgrupper kan differansierast i ulike undergrupper for å betre tilpasse informasjonen til dei.

**Ola (90)** har fasttelefon. Han ser nyheiter på fjernsyn og radio.



**Sigrunn (81)** har ikkje smarttelefon, men PC. Ho er innom e-posten av og til.



**Igor (72)** har ikkje brukt PC i jobben og brukar berre PC unntaksvis. Han kan ingenting om sosiale medium.

**Hilde (83)** betalar rekningar via nettbanken, leser nettavisene og er på Facebook kvar dag. Barnebarnet har laga Snapchat-konto til henne.



**Anne (69)** er aktiv i pensjonistforeininga, og deltek på kurs om digitale verktøy for å halde seg oppdatert.



---

# Roller og ansvar

## **KOMMUNEDIREKTØREN SI ROLLE**

Hovudansvaret for at kommunikasjonsarbeidet vert drive profesjonelt og etisk forsvarleg ligg hos kommunedirektøren. Kommunedirektøren har ansvar for å fronte kommunen i administrativt samanheng.

## **ORDFØRAREN SI ROLLE**

Ordføreren har ansvar for å fronte politiske vedtak. Kommunikasjonsavdelinga kan bistå ordføreren i kommunikasjonsspørsmål.

## **KOMMUNIKASJONSAVDELINGA**

Kommunikasjonsavdelinga har det utøvande og strategiske ansvaret. Kommunikasjonssjef er ansvarleg redaktør i alle kanalar.

## **KRISEHANDTERING**

Kommunedirektør er kriseleiar ved ein krisesituasjon og avgjer såleis kven som skal uttale seg. Jambfør Beredskapsplan.

## **EIT LEIARANSVAR**

Kommunikasjonsarbeidet skal vere integrert i det daglege arbeidet hos dei ulike fagområda i kommunen. Kommunikasjon er særleg eit leiaransvar.

## **OMTALE I MEDIA I DET DAGLEGE**

Overordna prinsipp er den at den som kjenner saka best skal uttale seg på vegner av kommunen om ikkje anna er bestemt. Det betyr at den som har ansvaret for ei teneste også har ansvaret for å informere om den.

## **SAMARBEID**

Herøy kommune samarbeidar også i enkelte tilfelle med kommunane på ytre søre Sunnmøre om felles informasjon, men er alltid ansvarleg for informasjon i eigne kanalar.



---

# Strategiar

## MÅLGRUPPENE

Herøy kommune sine kommunikasjon skal ta omsyn til mottakaren.

### Tiltak:

1. Definer kven målgruppene er og skaff deg kunnskap om dei.
2. Bruk dei mest føremålstenlege kanalane for å nå dei ulike målgruppene.
3. Ver oppdatert på kva kanalar dei ulike målgruppene brukar
4. Sikre gode rutinar for handtering og førespurnader i dei kanalane kommunen nyttar.

## SPRÅK

Informasjon frå kommunen skal vere tilgengeleg for målgruppene.

### Tiltak:

1. Uttarbeide informasjon frå kommunen i tråd med universell utforming. Kommunen skal nytte seg av klarspråk. Tungt og uklart språk kan skape avstand mellom sendaren og mottakaren. Ein mottakar som får informasjon som er vanskeleg å forstå, kan lett kome til å tru at avsendaren skjuler noko. Klarspråk gjer avstanden mindre og skaper tillit.
2. All informasjon i kommunen skal formidlast på nynorsk, men tilrettelegging og omsetting til andre språk skal gjerast ved behov.
3. Hovudregelen er at all videoproduksjon som ikkje er direktesendt, skal tekstast for å gjere det tilgengeleg for målgruppa.

## PLANLEGGING

Herøy kommune skal i større grad planlegge kva ein skal kommunisere, kven ein vil nå, kva kanalar ein vil bruke. På den måten framstår ein som aktiv og offensiv. Kommunikasjonsavdelinga samarbeider med alle avdelingar og avklarar forventingar til og samordnar kommunikasjonsarbeidet med andre det er naturleg å samarbeide med.

### Tiltak:

1. Planlegge tiltak tidleg og vere i forkant med informasjon.
2. Bidra til medverknad og engasjement.
3. Synleggjere kommunen sitt tenestetilbod og resultat.
4. Legge til rette for innsyn og bidra til meiroffentlegheit.
5. Opplyse om målgruppa sine rettigheter, plikter og moglegheiter.
6. Drive opplæring i kommunikasjonsfaget ved behov.

## GRAFISK PROFIL

Herøy kommune skal profilere seg gjennom den grafiske profilen på ein einskapleg måte i tråd med profilhandboka. Det skal ikkje vere tvil om kven som er avsendar uansett kva sektor, avdeling og seksjon ein representerer.

### Tiltak:

1. Bruk profilen konsekvent og ta alltid kontakt med kommunikasjonsavdelinga ved usikkerheit knytt til bruken av dei grafiske og visuelle elementa.

---

# Kanalval

Herøy kommune ved kommunikasjonsavdelinga skal ha kompetanse og kunnskap om nye relevante kanalar som kan takast i bruk, og utarbeide retningslinjer for desse etter behov. Å utnytte teknologiske moglegheiter gir tilsette og innbyggjarar betre og raskare informasjon. Informasjon frå kommunen skal vere påliteleg og etisk forsvarleg.

## NETTSIDA

Nettsida skal vere kommunen sin kommunikasjonskanal for eksterninformasjon. I tillegg til nettsida heroy.kommune.no, har kommunikasjonsavdelinga pr. 2021, 14 andre underportalar ein driftar til eksternkommunikasjon via nettsideløysinga. Kommunikasjonsavdelinga kan opprette og byggje nye underportalar ved behov.

Alle artiklar på nettsida inneheld ein tilbakemeldingsknapp der brukarane av nettsida kan gi respons på dei ulike tenestesteområda eller be om hjelp dersom det er noko dei ikkje finn informasjon om. På den måten aukar vi medverknad med innbyggjarane våre og dei hjelper oss å utvikle og gjere nettsidene våre endå meir tilpassa deira behov og ønskjer.

## INTRANETT

Intranett skal vere kommunen sin kommunikasjonskanal for interninformasjon. Intranett er kommunen sin hovudkanal for skriftleg interninformasjon. Det er eit godt prinsipp at dei tilsette, så langt det er råd, skal verte kjende med viktige saker før det kjem i media eller blir publiserte i eksterne kanalar. Viktige prosessar som til dømes omfattar den kommunale drifta

er svært viktig å informere dei tilsette om. Det vil skape større forståing for dei større prosessane i ein kommune.

Alle nyttilsette (uavhengig av lengd på tilsetjingsforhold og stillingsstorleik) skal få høve til presentasjon på intranett. Intranett er ei levande side og innhald blir tilpassa etter behov frå dei tilsette - med tilbakemeldingsfunksjon.

## SOSIALE MEDIUM

Sosiale medium skal vere ein del av verktøya og kanalane vi nyttar tilpassa målgrupper. Dette for å gjere informasjonen frå nettsida kjend, men også for å engasjere og kommunisere med innbyggjarane og andre. På side 14 finn du oversyn over kanalane vi nyttar, men dette fokuset endrar seg etter kvart som målgruppene våre endrar bruken av dei.

Oppretting av nye kanalar skal avklarast med kommunikasjonsavdelinga på førehand.

Premissar for bruk, datatryggleik og mål skal ligge til grunn. Terkselen for å legge ned kanalar utan tilstrekkeleg aktivitet skal vere låg.

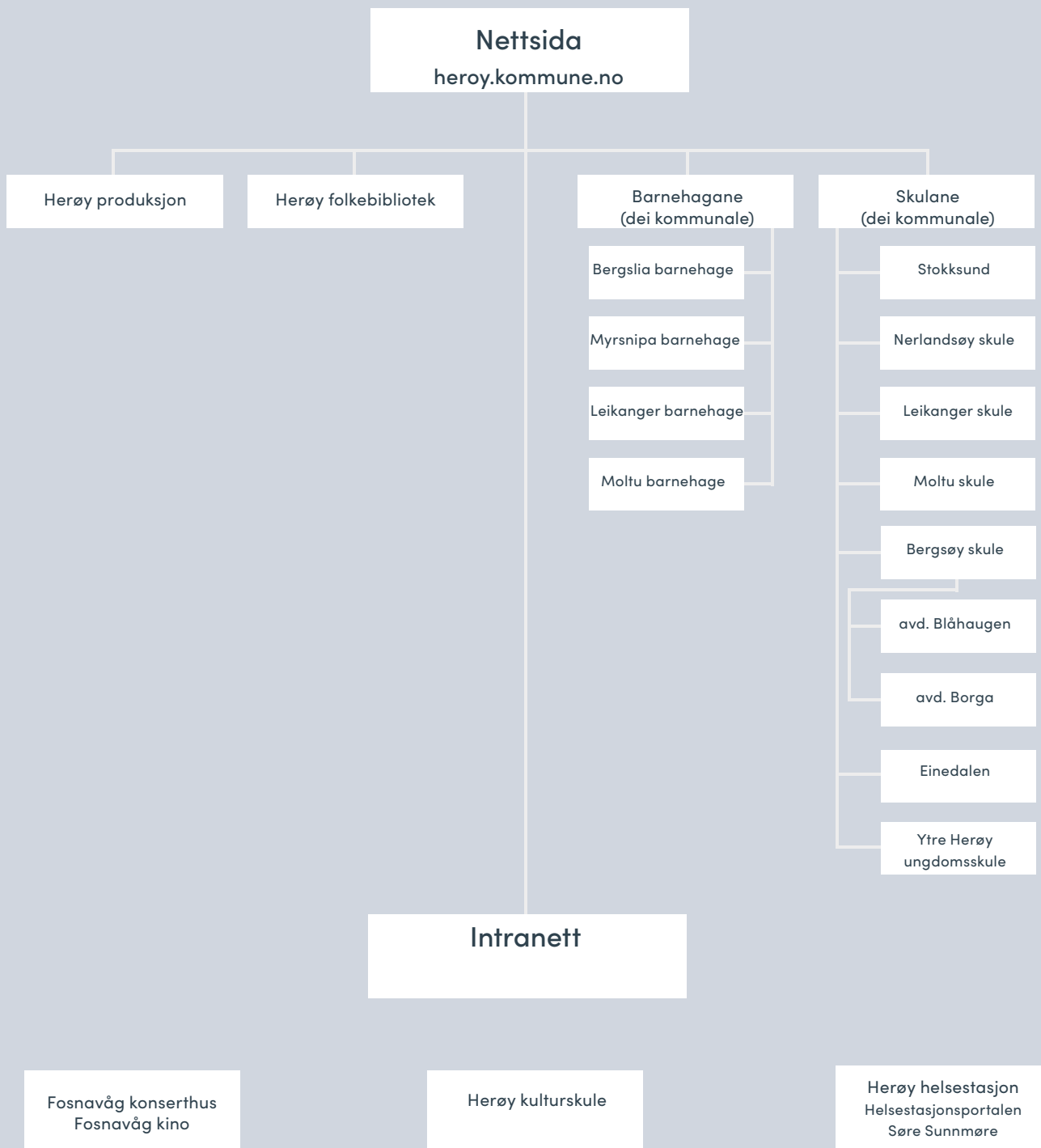
## MEDIA OG ANDRE

Vi skal bruke media aktivt som kanal ut til innbyggjarane med informasjon. Ikkje alle i alle målgrupper nyttar sosiale medium, og lokal-avisa er ein viktig samarbeidsaktør for oss for å nå den eldste aldersgruppa spesifikt. Herøy frivilligsentral kan såleis vere eit godt bindeledd til lag- og organisasjonar, Havlandet til næringslivet, Herøy ungdomsråd til ungdomen og kvalifiseringssenteret for å nå andre nasjonalitetar.



# Nettsidekart med underportalar

Alle nyhendeartiklar kan krysspubliserast på dei underportalane ein har behov for i nettsideløysinga. Fosnavåg konserthus og Fosnavåg kino er drifta via kulturavdelinga og har anna portalløysing. Herøy helsestasjon si nettside ligg også utanom, via helsestasjonsportalen i sjustjerna.



# Sosiale medium



- Herøy kommune
- Herøy helsestasjon
- Herøy brann og redning
- Herøy produksjon
- Herøy ungdomsråd
- Moltu skule
- Stokksund skule
- Fosnavåg konserthus
- Fosnavåg kino
- Herøy kulturhus
- Herøy folkebibliotek
- UFO - ungdomsfritidsordning
- Fritidsklubben
- Herøy kystmuseum
- Herøy gard
- Herøy frivilligsentral
- Tilflyttar Herøy, MR
- Natteravnane Herøy
- Senior i Herøy
- Sommarcampen i Herøy
- Herøy kulturskule



- Herøy kommune
- Herøy frivilligsentral
- Herøy produksjon
- Herøy ungdomsråd
- Fosnavåg konserthus
- Fosnavåg kino
- Herøy folkebibliotek
- UFO
- Fritidsklubben
- Herøy kulturskule



- Herøy kommune
- Fosnavåg konserthus
- Herøy kulturskule



- Herøy kommune



- Herøy folkebibliotek
- Herøy frivilligsentral
- Fosnavåg kino
- UFO
- Fritidsklubben

---

# Datatryggleik i ulike kanalar

*Kommunikasjonskanalane vi nyttar skal sikrast så godt det er mogleg. Alle som driftar sider i dei sosiale media vi nyttar, har eit særleg ansvar for å sikre personopplysingar og innhente samtykke ved bruk av bilete og film.*

Dataangrep er eit aukande problem og måtane det vert utført på blir stadig meir avanserte. Det er viktig at dei kommunikasjonskanalane vi nyttar oss av, er sikra på best mogleg måte. Dei som driftar kontoar i sosiale medium har eit særleg ansvar for å passe på at opplysingar ikkje kjem på avvege.

1. Sikre alltid at det er minst to brukarar som er øvste administratorar. Dersom ein administrator mistar tilgang til sin personlege profil, sørg for å fjerne han/ho så raskt som mogleg og legg til ein annan dersom dette skulle skje.
2. Ha kontroll på tilgangar og passord. Pass på å nytte totrinsverifisering alltid der det er mogleg.
3. Gi aldri frå deg påloggingsinformasjon til andre. Korkje fysisk eller via melding.

## **GDPR**

Personopplysningsloven består av nasjonale reglar og EUs personvernforordning (også kalt GDPR - General Data Protection Regulation) som er eit sett med reglar som gjeld for alle EU/EØS-land. Saman med særlovgevinga om personvern på enkelte område, utgjer dette personvernregelverket. Vi som kommune, og alle andre som behandlar personopplysingar, må sjølv etterleve pliktene i GDPR. Dette vil også gjelde i sosiale medium, som Instagram og Facebook, når ein opprettar nye sider på Facebook.

Eit viktig verktøy for å sikre at personvernet vert

teke i vare, er å gjennomføre risikoanalysar for dei sosiale media kommunen nyttar og utifrå dei, vurdere om det er naudsynt å gjere ei risikovurdering av personvernkonsekvensane (Data Protection Impact Assessment, DPIA).

Det er ikkje ulovleg å nytte seg av sosiale medium som offentleg og kommunal verksemd. Li-kevel må kvar verksemd, her Herøy kommune, gjere eigne vurderingar og er sjølv ansvarlege for å oppfylle krava i personvernforordningen. Desse vurderingane skal kommunikasjonsavdelinga gjennomføre saman med dei ulike administratorane for sidene i løpet av 2022. Manglande risikovurdering kan føre til sletting.

Sensitiv informasjon skal aldri gis opp i sosiale medium, og administratorar og moderatorar er pliktige til å slette fortløpande om det blir publisert informasjon offentleg eller på melding som ikkje skal vere der.

## **BRUK AV BILETE**

Ingen har lov til å nytte foto som er tekne av andre utan å ha innhenta løyve til dette. Dette gjeld i alle kanalar. Både når det gjeld foto på Instagram eller på søkemotorar. Foto som ein har løyve til å bruke og som er tekne av andre, skal i hovudsak merkast om ikkje anna spesifikt er avtalt. Dette gjeld også musikk og andre element som det er knytt rettigheter til.

Vi skal vere særleg varsame med bruk av foto av eldre og barn som ikkje kan samtykke sjølv. Samtykkeskjema for biletebruk skal sendast ut kvar skule- og barnehageår.





---

# Kommunikasjon av berekraft



*Berekriftsmåla til FN er verda sin felles plan for å utrydde fattigdom, bekjempe ulikskap og stoppe klimaendringane innan 2030. Kommunen har eit særleg samfunnsansvar. Vi skal ta sats og synleggjere i kommunikasjonsarbeidet vårt korleis vi jobbar med berekraft og kva som er utfordringane våre.*

I statlege retningslinjer for klima- og energiplanlegging heiter det at kommunane skal stimulere og bidra til reduksjon av klimagassutslepp, samt auka miljøvennleg energiomlegging. Berekriftig utvikling handlar om å ta vare på behova til menneske i dag, utan å øydelegge framtidige generasjonar sine moglegheiter til å dekke sine. Måla reflekterer dei tre dimensjonane i berekriftig utvikling:

- klima og miljø
- økonomi
- sosiale forhold.

Med storhavet som nærmaste nabo, ligg vi midt i matfatet. Enorme ressursar i det fiskerike havet har alltid vore grunnlaget for busetnad, vekst og utvikling. Eit aktivt og investeringsvillig næringsliv set krav til kommunen som aktør. Å eige slagordet «Ei båtlengd føre» krev noko av oss som heilskapleg organisasjon. Klimaendringane krev at vi endrar handlingsmønstra våre for å redusere konsekvensane ytterlegare. For jorda i ferd med å endre seg: villare, meir voldsam og farlegare.

I august 2021 kom klimapanelet til FN med første del av sin sjetste hovudrapport om klimaendringane. Det er uomtvisteleg at menneskeleg påverknad har ført til oppvarming av atmosfæren, havet og på land.

Der klimaendringane er menneskeskapte, vil menneske også måtte skape endringane.

Kommunen skal difor utarbeide ein eigen klimaplan der strategiar og tiltak vert peika ut, på korleis kommunen skal ta sin del av dugnaden. Der ingen kan gjere alt, kan alle gjere litt. Summen av alle tiltak og tilpasningar kan utgjere ein skilnad. Gjennom klimaomstilling vert vi utfordra til å forstå at alt heng saman med alt.

## **ÆRLEG OM KVA SOM ER VANSKELEG**

Vi skal på lik linje med anna kommunikasjon vere ærlege på kva vi gjer og kva som er våre største utfordringar. Berekriftskommunikasjon kan raskt bli ulovleg, upresis eller uforståeleg. Grønvasking – der kommunen framstiller seg betre enn ein er knytt til inverknad på klima, natur og menneske – skal vi unngå. Det skapar mistilit og dårleg omdøme.

## **MÅL MED KOMMUNIKASJONEN**

Mål for berekriftskommunikasjon i Herøy kommune:

- Bidra til auka kunnskap om FN's berekriftsmål.
- Bidra til forståing for kva dei globale måla betyr lokalt for oss i Herøy kommune.
- Skape auka forståing for korleis Herøy kommune kan bidra lokalt for nå måla globalt.
- Skape engasjement blant herøyværingane og få fleire til å bidra til ei berekriftig utvikling.



---

# Krisekommunikasjon

*Innbyggjarane skal vere sikre på at Herøy kommune er der når ei krise oppstår, og vi skal ha ein rask og open kommunikasjon. Målet er å vere i forkant når ein krisesituasjon oppstår, men det er og vil alltid vere utfordrande.*

Kriser vert ofte definerte som uventa og uforståelege, der den akutte krisefasen er den fasen der viktige verdier står på spel (menneskeliv, miljø, materielle verdier og omdøme).

Ein kan definere kriser som hendingar avgrensa i tid og rom. Ein krisesituasjon deler ein gjerne opp i tre ulike fasar:

1. Førkrisefase
2. Akutt krisefase
3. Etterkrisefase.

Likevel vil dei vala ein tek for kommunikasjons-handteringa i ein fase, prege kva som skjer i dei andre fasane.

Krisekommunikasjon for Herøy kommune er den kommunikasjonen vi utøver når ei krise oppstår. Kommunikasjon ved krise skil seg ut frå det vanlege kommunikasjonsarbeidet. Det hastar veldig med å informere, og å førebu seg på krisekommunikasjon er å førebu seg på det uventa.

Som menneske er vi alle sett saman slik at om vi ikkje vite, får vi ikkje grep om det som har skjedd. Vi vil forsøke å få alt til å gi mening og tolke og samanhengane rundt oss. Vi tek den informasjonen vi har, lite eller mykje, og lagar oss ei forståeleg forklaring på kva som har skjedd. Det er ein grunnleggande del av å vere menneske. Derfor er dette ei svært viktig del av krisehandteringa - å gi tilstrekkeleg informasjon til dei som treng det og til rett tid (Bråten, 2013).

## **Å VERE BUDD PÅ DET UFØREBUDE**

I mange kriser som kan oppstå er det ikkje kommunen som styrer informasjonen åleine. Det kan vere politi eller andre instansar, men kommunen har ei vel så viktig rolle å ivareta innbyggjarperspektivet og koordinere og samarbeide med offentlege eller statlege instansar.

Kommunikasjonsavdelinga må koplast på så tidleg som mogleg for å starte planlegging og



handtering dersom ei krise oppstår. I nokre tilfelle har ikkje krisa oppstått, men kan stå i fare for å skje. Då er det kritisk at den som er ansvarleg for kommunikasjon vert tidleg påkopla. Tida er ofte ein knapp ressurs i ei krise, og rette kommunikasjonstiltak kan vere nøkkelen til at krisa ikkje eskalerer. Ofte er det ein utløysande faktor som fører til at krisa oppstår, men det kan samstundes vere fleire ulike årsaker som ligg til grunn og som har bygd seg opp over tid.

I slike saker kan det oppstå ei krise i sjølve krisa, eller fleire parallelle hendingar på same tid som skal handterast på ulike måtar utifrå definerte målgrupper.

### **KORLEIS INFORMERER VI?**

Nettsida er vår hovudkanal for informasjon ved ei krise som elles, men sosiale medium er viktige, strategiske verktøy for å nå enda fleire. Hyppige oppdateringar når vi har noko nytt å formidle er ein god strategi, men informasjonsbehovet kan vere stor i ein akutt krisefase og det kan vere lurt å varsle når neste informasjon kjem for å skape mest mogleg arbeidsro. Media må haldast oppdatert med pressemeldingar,

eventuelt pressebrief eller pressekonferansar. Det må vurderast utifrå type krise og behov.

Kommunikasjonsavdelinga sender ut pressemeldingar og koordinerer pressekontakt og informasjon til dei aktuelle media – lokalt, regionalt og nasjonalt.

I ei krise skal vi framstå koordinerte og samla. Kriseleiar avgjer kven som uttalar seg til media og når. DSB-CIM som er rapporteringssystemet til nasjonale styresmakter skal brukast ved ei kvar krise for å føre logg, dokumentere og sende ut pressemeldingar. Jamfør kommunen sin beredskapsplan.

### **SITATSJEKK OG VARSEMD**

Ved all mediekontakt skal ein vere medviten om sine rettigheter knytt til sitatsjekk. Respekter samstundes journalisten sine deadlines og at tida kan vere knapp.

Dersom ei krise rammar spesifikke grupper som barn, kan det vere ei fin påminning å vise til Vær varsom-plakaten, for å minne media om kva omtale kan føre til for den som er ramma.

---

# Kommunikasjonspris

*Kommunikasjonsavdelinga ved kommunikasjonssjef skal kvart år dele ut kommunikasjonspris for året før.*

Prisen skal delast ut til nokon som har utmerkt seg anten med internkommunikasjon eller eksternkommunikasjon. Helst begge deler.

Tilsette i Herøy kommune får høve til å kome med framlegg til kandidatar. Saman med kommunedirektør avgjer ein då kven som får prisen.

Kommunikasjonsprisen vart til med målsetjing om å styrkje fokuset på god intern og ekstern kommunikasjon i Herøy kommune.

Kommunikasjonspris vart første gong utdelt for 2019. Dei åra det vert arrangert medarbeidarfest, skal prisen delast ut der.

---

# Relevant lovverk og kjelder

## LOVVERK:

### **Kommunelova:**

<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2018-06-22-83?q=kommunelova>

### **Offentleglova:**

<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2006-05-19-16>

### **Språklova:**

<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2021-05-21-42?q=spr%C3%A5klova>

### **Lov om universell utforming av IKT-løsninger:**

<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2021-06-11-77?q=lov%20om%20universell>

### **Lov om planlegging og byggesaksbehandling (plan- og bygningsloven):**

<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2008-06-27-71>

## PLANAR I HERØY KOMMUNE:

### **Kommuneplanen - samfunnsdel**

#### **Beredskapsplan (2021)**

#### **Språkbruksplan (2017)**

#### **Klimaplan (planlagt vedtatt 2022).**

Herøy kommune  
Rådhusgata 5

Postboks 274  
6099 Fosnavåg

