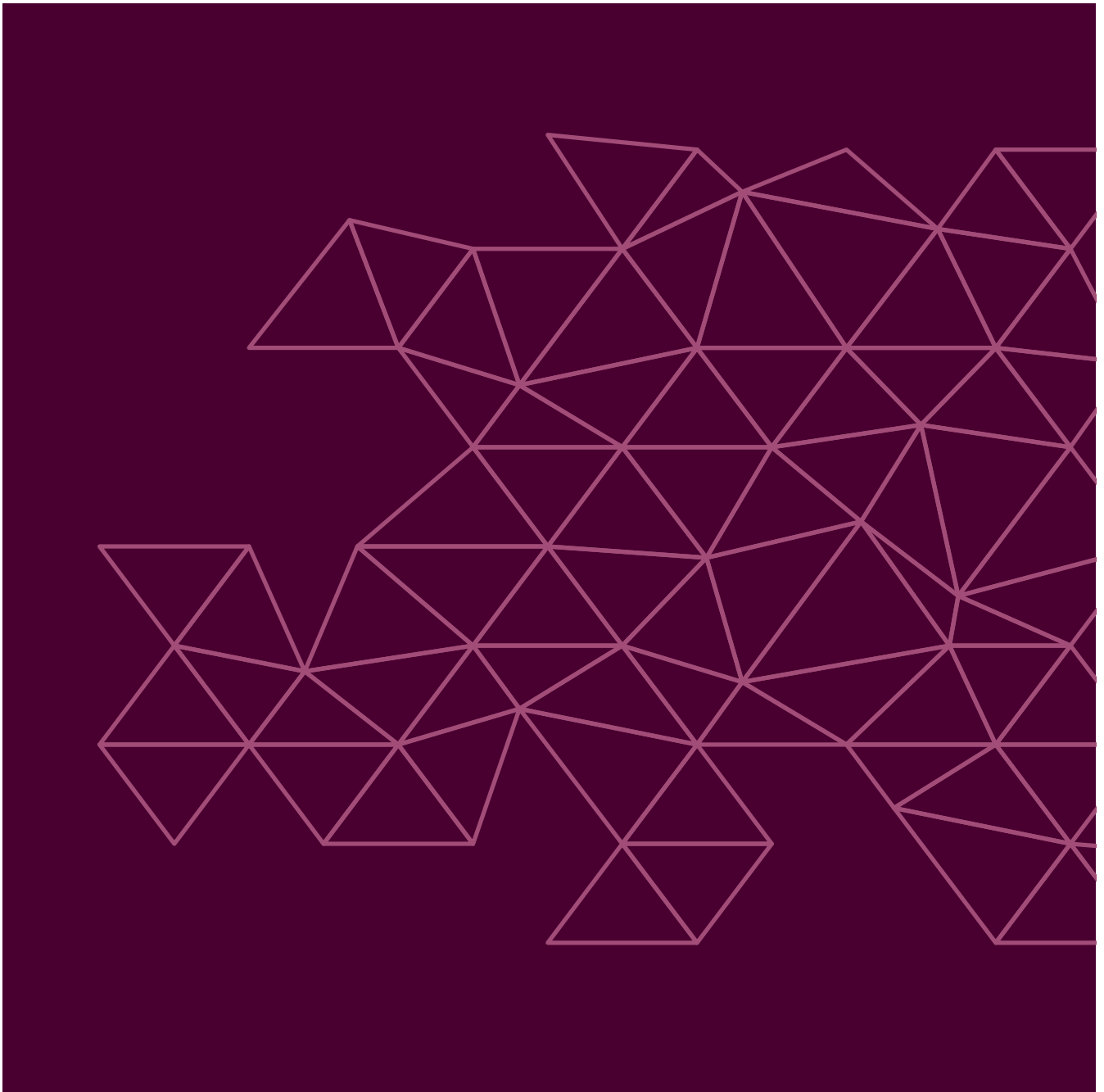


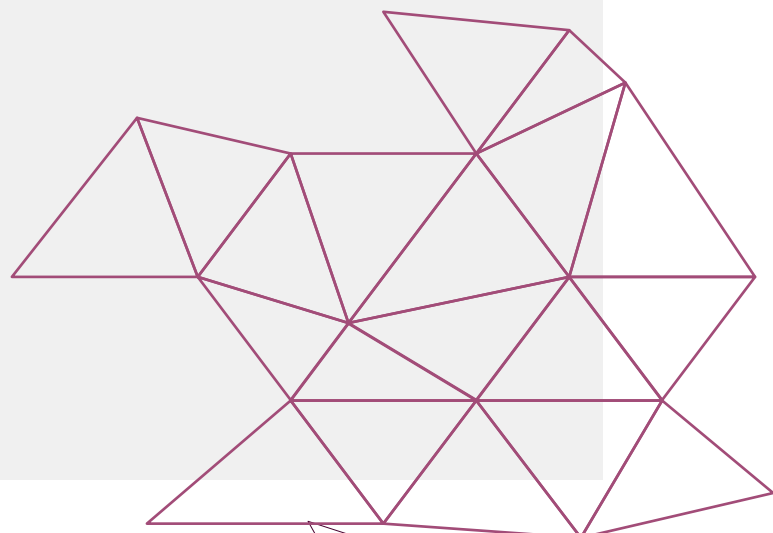
Kommunikasjonsstrategi

November 2024



Innhold

1. Innledning.....	3
2. Situasjonen i dag.....	4
3. Verdier og visjon	5
4. Kommunikationsprinsipper	6
5. Kommunikationsmål.....	7
6. Roller og ansvar	10
7. Målgrupper.....	11
8. Kommunikationskanaler	12
9. Bakgrunn og føringer	13





1. Innledning

Kommunikasjon skal være en naturlig del av alt vi gjør, og skal være et strategisk virkemiddel på linje med andre strategiske virkemidler.

Sentralt i strategien står en effektiv forvaltning av fellesskapets midler, med bakgrunn i politisk vedtatte mål og svalgbarde politiske rammer og med et klart og tydelig fokus på innbyggerne i Longyearbyen og medarbeidere i Longyearbyen lokalstyre.

God dialog er en forutsetning for et godt forhold mellom lokalstyre, innbyggerne og samarbeidspartnere. Longyearbyen lokalstyre (LL) har derfor utarbeidet denne kommunikasjonsstrategien for å sikre helhet og sammenheng i vårt informasjons- og kommunikasjonsarbeid.

Den skal bidra til å øke kunnskapen om LLs samfunnsoppdrag og roller som tjenesteyter, myndighetsutøver, samfunnsutvikler og demokratisk arena.

I strategien presenterer vi situasjonen i dag og mål og strategier for hvordan LL

skal informere og kommunisere med innbyggerne, ansatte og andre aktører.

Kommunikasjonsstrategien skal også bidra til at kommunikasjon brukes som et virkemiddel for at lokalstyre når sine øvrige mål. Den skal bidra til å øke kunnskapen om vårt samfunnsoppdrag og roller som tjenesteyter, myndighetsutøver, samfunnsutvikler og demokratisk arena.

Kommunikasjonsstrategien regulerer ikke kontakten og informasjonsflyten mellom administrasjonen og de folkevalgte.

Kommunikasjonsstrategien skal brukes av lokalstyreleder, og av alle ansatte som kommuniserer på vegne av lokalstyre.

Det vil bli utarbeidet retningslinjer og rutiner basert på strategien. I tillegg vil det være en tiltaksplan som revideres hvert år.



2. Situasjonen i dag

2.1 Om Longyearbyen lokalstyre

Gjennom opprettelsen av Longyearbyen lokalstyre i 2002 ble det etablert et lokaldemokrati i Longyearbyen. Vårt folkevalgte organ er lokalstyret og består av 15 medlemmer. Dette er også det øverste organet i Longyearbyen lokalstyre. Etableringen av Longyearbyen lokalstyre har gitt lokalbefolkningen medbestemmelsesrett på viktige områder som samfunns- og arealplanlegging, infrastruktur, næringsutvikling og oppvekstvilkår.

Longyearbyen lokalstyre har oppgaver som er tilnærmet lik det en kommune har på fastlandet, herunder grunnskole, videregående skole, kulturskole, SFO, barnehager, bibliotek, idrett og kultur og teknisk infrastruktur.

Det er over 200 medarbeidere i Longyearbyen lokalstyre. Medarbeiderne er vårt ansikt utad gjennom møter med innbyggere, lag og foreninger, næringsliv og andre aktører.

God internkommunikasjon er viktig, slik at medarbeidere er godt informert og kommuniserer godt med innbyggere og andre. Å satse på internkommunikasjon kan også bidra til å bygge ny kultur og utvikle gode arbeidsprosesser.

2.2 Skape kunnskap og forståelse for rammevilkår

Longyearbyen lokalstyre, som mange kommuner på fastlandet, står i en utfordrende økonomisk situasjon. Kontinuerlig omstilling, effektivisering, utvikling og innovasjon er en del av hverdagen.

Sentrale oppgaver for LL er blant annet en effektiv forvaltning av fellesskapets midler, med bakgrunn i politisk vedtatte mål og svalbardpolitiske rammer.

Å skape kunnskap, innsikt og forståelse for dette både eksternt og internt er en prioritert kommunikasjonsoppgave.

2.3 Lokalstyre som demokratisk arena

LL er en politisk styrt organisasjon og tilliten til offentlige institusjoner og folkevalgte er flere steder synkende. Arbeidet med å skape tillit til Longyearbyen lokalstyre skjer gjennom informasjon og dialog, og dette er viktige demokratiske verdier og rettigheter.

Formidling av informasjon om politiske møter, muligheter for innspill, saksdokumenter, politiske prosesser og vedtak og oppfølgingen av disse, skal utgjøre en viktig del av LLs kommunikasjonsarbeid. Dette er en forutsetning både for at folkevalgte kan ha gode møter med innbyggere og andre aktører, og at innbyggere kan komme med innspill og delta.

2.4 Nye krav til hvordan vi kommuniserer

Hvordan virksomheter og mennesker kommuniserer, har endret seg mye og raskt de siste årene. Endringene vil fortsette, trolig i et enda høyere tempo. Informasjonsmengden er overveldende, kanalene er utallige og nye sosiale medier gjør at alle kan publisere og få oppmerksomhet om sitt innhold. Det stiller nye krav til hvordan LL kommuniserer med omgivelsene, men det gir også nye muligheter.



3. Verdier og visjon

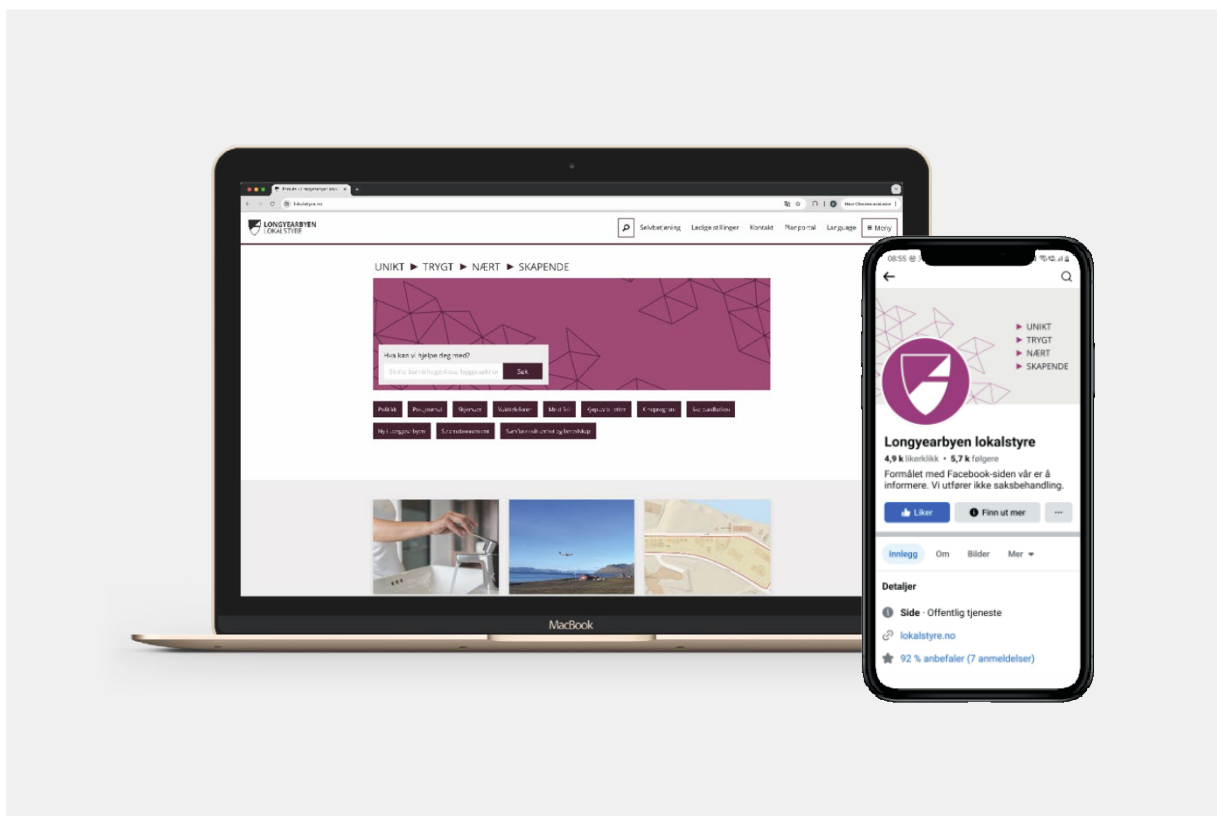
Kjerneverdiene våre, unikt, nært, trygt og skapende, skal legges til grunn for å nå kommunikasjonsmålene.

UNIKT ► TRYGT ► NÆRT ► SKAPENDE

Longyearbyen lokalstyre har ingen overordnet definert visjon. Likevel viser våre strategier og planer at disse visjonene skal ligge til grunn for vårt kommunikasjonsarbeid:

- Longyearbyen lokalstyre kommuniserer åpent og inkluderende og prioriterer god tilgjengelighet og aktiv innbyggerinvolvering.
- Innbyggerne skal ha god kjennskap til Longyearbyen lokalstyre og være godt opplyst om gjeldende tjenestetilbud, rettigheter, pågående saker/prosjekter og politiske beslutninger.
- Longyearbyen lokalstyre skal gjennom aktiv kommunikasjon bidra til økt kunnskap om utviklingen av Longyearbysamfunnet hos nasjonale politikere, offentlige aktører, næringslivet og befolkningen på fastlandet.
- Alle ansatte i Longyearbyen lokalstyre skal ha god kunnskap om LLs samfunnsoppdrag og LLs syv prioriterte bærekraftsmål. Alle ansatte skal praktisere kjerneverdiene i sitt møte med innbyggere, samarbeidspartnere og besøkende.





4. Kommunikasjonsprinsipper

For å fremme god kontakt og samhandling mellom Longyearbyen lokalstyre og innbyggerne, skal vi følge disse prinsippene:

Åpenhet og transparens:

Informasjon skal være tilgjengelig og forståelig for innbyggerne.

Tydelighet:

Bruk klart språk som alle kan forstå. Norsk er hovedspråk.

Medvirkning:

Innbyggerne skal kunne gi tilbakemeldinger og delta i dialogen.

Nå alle:

Vi skal sørge for at relevant informasjon når frem til alle berørte.

Profesjonalitet og respekt:

Longyearbyen lokalstyre bør alltid kommunisere med respekt for innbyggerne og opprettholde en høy standard for profesjonalitet, selv i utfordrende situasjoner.

Aktualitet:

Kommunikasjon må være tidsriktig, slik at innbyggerne får viktig informasjon i tide, spesielt i kritiske situasjoner som kriser eller uforutsette hendelser.



5. Kommunikasjonsmål

Strategien har tre kommunikasjonsmål:

1. Longyearbyen lokalstyre oppleves som én aktør.

Dette ønsker vi:	Dette får vi til ved å:
Innbyggerne, samarbeidsaktører, næringsliv og tilreisende kjenner og har tillit til Longyearbyen lokalstyre.	<ul style="list-style-type: none">• Kommunisere helhetlig, åpent og profesjonelt.• Bruke profilhåndboken aktivt.• Kommunisere tydelig med et klart språk
At vi når frem med våre budskap i et medielandskap hvor informasjonsmengden er enorm.	<ul style="list-style-type: none">• Være til stede i de viktigste og til enhver tid mest hensiktsmessige kanalene.• Ha klare retningslinjer og rutiner for mediekontakt, bruk av både sosiale kanaler og andre kanaler.• Utvikle og styrke strategisk kommunikasjonskompetanse.• Integre kommunikasjon i beslutnings- og arbeidsprosesser, og som en naturlig del av all planlegging.
Medarbeidere er godt informert, jobber med hverandre på tvers i organisasjonen og opplever hverandre som kolleger.	<ul style="list-style-type: none">• Bygge en felles kultur.• Gjøre planer og målsettinger kjent for medarbeidere.• Aktivt informere i interne kanaler.• Sikre at medarbeidere har mulighet til å medvirke i arbeidsprosesser



2. Innbyggerne skal ha god kjennskap til Longyearbyen lokalstyre og være godt informert om gjeldende tjenestetilbud, rettigheter, pågående saker/prosjekter og politiske beslutninger.

Dette ønsker vi:	Dette får vi til ved å:
Innbyggere vet hva de kan forvente av LLs tjenester og tilbud.	<ul style="list-style-type: none">• Bruke kommunikasjon systematisk og strategisk.• Benytte riktige kanaler tilpasset målgruppe.• Informere proaktivt om endringer i tjenestetilbudet.• Informere om svalbardpolitiske rammer og premissene for å bo i Longyearbyen• Informere innbyggere om rettigheter, plikter og muligheter.• Legge til rette for informasjonsdeling i hele Longyearbyen, og ha dette med i en tiltaksplanplan for kommunikasjon.• Barn og ungdom må spesielt stimuleres til demokratiforståelse og deltakelse.• Legge til rette for innsyn og mer offentlighet.• Ha jevnlig innbyggerundersøkelser.
Innbyggere opplever at det er enkelt å komme i kontakt med Longyearbyen lokalstyre.	<ul style="list-style-type: none">• Bruke klart språk tilpasset målgruppen.• Fremme uformell dialog med innbyggere.• Satse på og utvikle digitale kanaler og verktøy.• Kommunikasjonen skal være universelt utformet.





3. Det er enkelt for innbyggere å medvirke i demokratiske prosesser

Dette ønsker vi:

Innbyggere og andre aktører i Longyearbyen skal få eller enkelt finne relevant informasjon for å kunne medvirke i prosesser.

Dette får vi til ved å:

- Satse på og utvikle digitale kanaler og verktøy.
- Informere aktivt og i god tid om politiske prosesser og vedtak.
- Tydeliggjøre hvordan politiske beslutninger blir tatt.
- Invitere til innspill, dialog og samarbeid pluss fornye måter å fremme medvirkning på.



6. Roller og ansvar

Kommunikasjonsansvaret skal følge linjeprinsippet; den som har ansvaret for en tjeneste, har også ansvaret for å informere om denne tjenesten. Kommunikasjon er et lederansvar, både eksternt og internt. Kommunikasjonsrådgiver gir råd og støtte i kommunikasjonsprosesser.

6.1 Administrasjonssjef

Administrasjonssjefen er øverste leder for Longyearbyen lokalstyres administrasjon og øverste ansvarlig for all kommunikasjon fra LL. Administrasjonssjefen har ansvar for at kommunikasjonen blir drevet profesjonelt og etisk forsvarlig. Administrasjonssjefen skal være en pådriver for å forankre kommunikasjonsstrategien blant medarbeiderne.

6.2 Lokalstyreleder og folkevalgte

Longyearbyen skal ha et folkevalgt styre (lokalstyret), som er det øverste organet i Longyearbyen lokalstyre. Lokalstyreleder likestilles med en ordfører på fastlandet, og uttaler seg på vegne av lokalstyret. Lokalstyreleder skal blant annet være en samlende person for innbyggere. Lokalstyreleder er også er bindeleddet mellom folkevalgte organer og administrasjonen. Folkevalgte omfattes ikke av kommunikasjonsstrategien. Folkevalgtes ansvar og roller i LLs kommunikasjon vurderes av de folkevalgte selv. Lokalstyreleder har sammen med administrasjonssjef et særskilt ansvar når det gjelder krisekommunikasjon. Det er utarbeidet overordnet beredskapsplan og plan for krisekommunikasjon.

6.3 Ledere

Hver enkelt leder har ansvaret for kommunikasjon på sitt fagområde. Ledere skal informere sine medarbeidere om saker som angår avdelingen, virksomheten og den enkelte medarbeider.

6.4 Medarbeidere

Medarbeidere har ansvar for å gjøre seg kjent med kommunikasjonsstrategien og følge denne. En sak er ikke ferdigbehandlet før de som er berørt av den, er informert om resultatet og hvilke konsekvenser det har for dem. Medarbeidere på alle nivåer har et selvstendig ansvar for å holde seg informert om egen virksomhet og virksomhetens ansvarsområder, og for å dele informasjon med andre. Medarbeidere har rett til å ytre seg fritt og delta i samfunnsdebatten. Den enkelte medarbeider har plikt til å gjøre kjent sin egen rolle i saken. I noen tilfeller må medarbeidere presisere om de ytrer seg som privatperson eller som representant for Longyearbyen lokalstyre.

6.5 Kommunikasjon

Kommunikasjonsrådgiver er en rådgivende ressurs i kommunikasjonsfaglige spørsmål. Kommunikasjonsrådgiver skal gi råd og bistand om hvordan enheter eller virksomheter kan fremstå profesjonelt når de kommuniserer. Kommunikasjons- rådgiver har ansvar for forvaltning og utvikling av kommunens kommunikasjons- kanaler og det kommunikasjonsfaglige arbeidet. Kommunikasjonsrådgiver skal planlegge og gjennomføre kommunikasjons- tiltak på overordnet nivå for Longyearbyen lokalstyre og bistår enhetene etter behov.



7. Målgrupper

Kommunikasjonen skal være målgruppeorientert og ta hensyn til mottakeren og den eller de som er berørt. Det betyr at vi definerer og skaffer kunnskap om målgruppene og måler i hvilke kanaler vi når ut til de ulike målgruppene.

7.1 Innbyggere

Vi skal tilpasse kommunikasjonen til innbyggere, slik at de får god informasjon om tjenester, rettigheter, plikter og muligheter. Vi skal legge til rette for at innbyggerne har tilgang til den informasjonen de trenger for å bidra til å forme lokalsamfunnet vårt.

7.2 Medarbeidere

Vi skal legge til rette for at kommunikasjonen mellom ledelsen og medarbeidere er åpen, bygget på gjensidig tillit og respekt. Ledere, tillitsvalgte og verneombud har en nøkkelrolle i dette kommunikasjonsarbeidet.

7.3 Folkevalgte

Vi skal legge til rette for at folkevalgte får god og tilstrekkelig informasjon til å ta beslutninger. De må ha tilgang til samme informasjon som medarbeidere og innbyggere.

7.4 Media

Vi skal legge til rette for at media får tilgang til all tilgjengelig informasjon, og at de som skal uttale seg om saker, er tilgjengelige etter avtale. Vi skal også sende media forslag til redaksjonelle saker.



7.5 Samfunnsaktører og næringsliv

Vi skal legge til rette for at næringslivet og lag og foreninger har tilgang til den informasjonen de trenger for å bidra, og til å forme lokalsamfunnet vårt.

7.6 Nasjonale myndigheter

Vi skal ha en god og åpen dialog med nasjonale myndigheter hvor vi bistår ved behov.

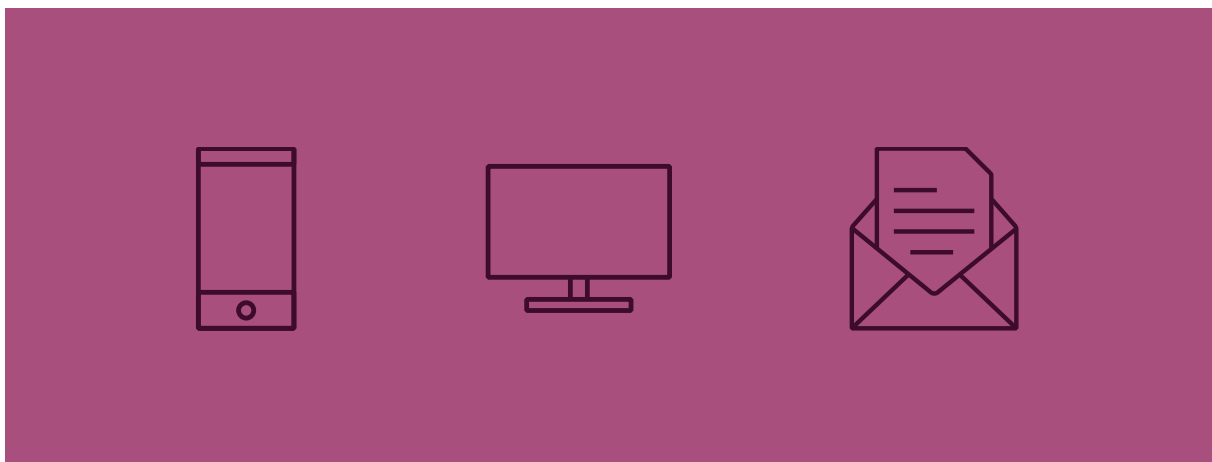
7.7 Besøkende

Alle besøkende til Longyearbyen fra alle land skal få nyttig informasjon om arrangementer under sitt opphold via Innbyggerappen, og bli mottatt av Innbygger-torg som kan gi informasjon ved behov.



8. Kommunikasjonskanaler

Vi skal til enhver tid bruke relevante og aktuelle kanaler for målrettet kommunikasjon og medvirkning.



Vi satser primært på digitale kanaler, men bredden kan variere fra sak til sak. Vi skal velge riktig kombinasjon av kanaler. Selv om vi skal nå én målgruppe, skal vi bruke flere kanaler for å styrke budskapet. Vi holder oss oppdatert på kanaler og tar i bruk nye kanaler når det er behov for det. Vi skal bruke verktøy som måler våre kanaler, for å sikre at kommunikasjonen har effekt.

Disse kanalene er i bruk:

- Nettsider
- Sosiale medier
- Arrangementskalender
- Presse
- Annonser
- Innbyggertorg og personlig kontakt
- Innbyggerapp med push-varsel
- Befolkningsvarsling
- Kommune-TV
- Trykksaker og presentasjoner
- Brev og e-post
- Interne kommunikasjonskanaler
- Stillingsannonser
- Skjermer Innbyggertorg, Nordover, Svalbardhallen.
- Innbyggerundersøkelser

Forutsetninger for å nå våre kommunikasjonsmål:

- Kommunikasjonsstrategien følges opp i det årlige budsjett og handlingsprogram pluss økonomiplan.
- Kommunikasjon brukes strategisk hos ledelsen.
- Hver enhet følger opp strategien i sine planer, både generelt og for spesielle prosjekter.
- Medarbeidere bruker et enkelt og forståelig språk slik at man sikrer forståelse av budskapet hos innbyggerne eller dem det gjelder.
- LL utnytter nye teknologiske muligheter, samtidig som ingen grupper i samfunnet blir ekskludert.
- Alle har et profesjonelt og proaktivt forhold til LLs kommunikasjon.
- All informasjon som angår de ansatte, kommuniseres i den grad det er mulig internt før eksternt.



9. Bakgrunn og føringer

Målinger i kommunekompass i 2017 og 2020.

Utviklingsstrategi 2021–2024 (På toppen av Norge).

Innbyggerundersøkelse februar 2021.

Retningslinjer for kommunikasjon, informasjon og mediekontakt (rev. 1. okt. 2020).

Plan for krisekommunikasjon (2023).

Etiske retningslinjer (13. des 2016).

Visjon og verdier

Svalbardpolitiske rammer

Lokalsamfunnsplanen

FNs bærekraftsmål (7 prioriterte).

Diverse definisjoner på kommune 3.0 og medborgerskap.

Handlingsprogram og økonomiplan 2023–2026.

Analysetall innbyggerapp, Facebook, nettsider.

Statens informasjonspolitikk:

<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/statens-kommunikasjonspolitikk/id582088/>

Språkrådet: <https://sprakradet.no/klarsprak/>

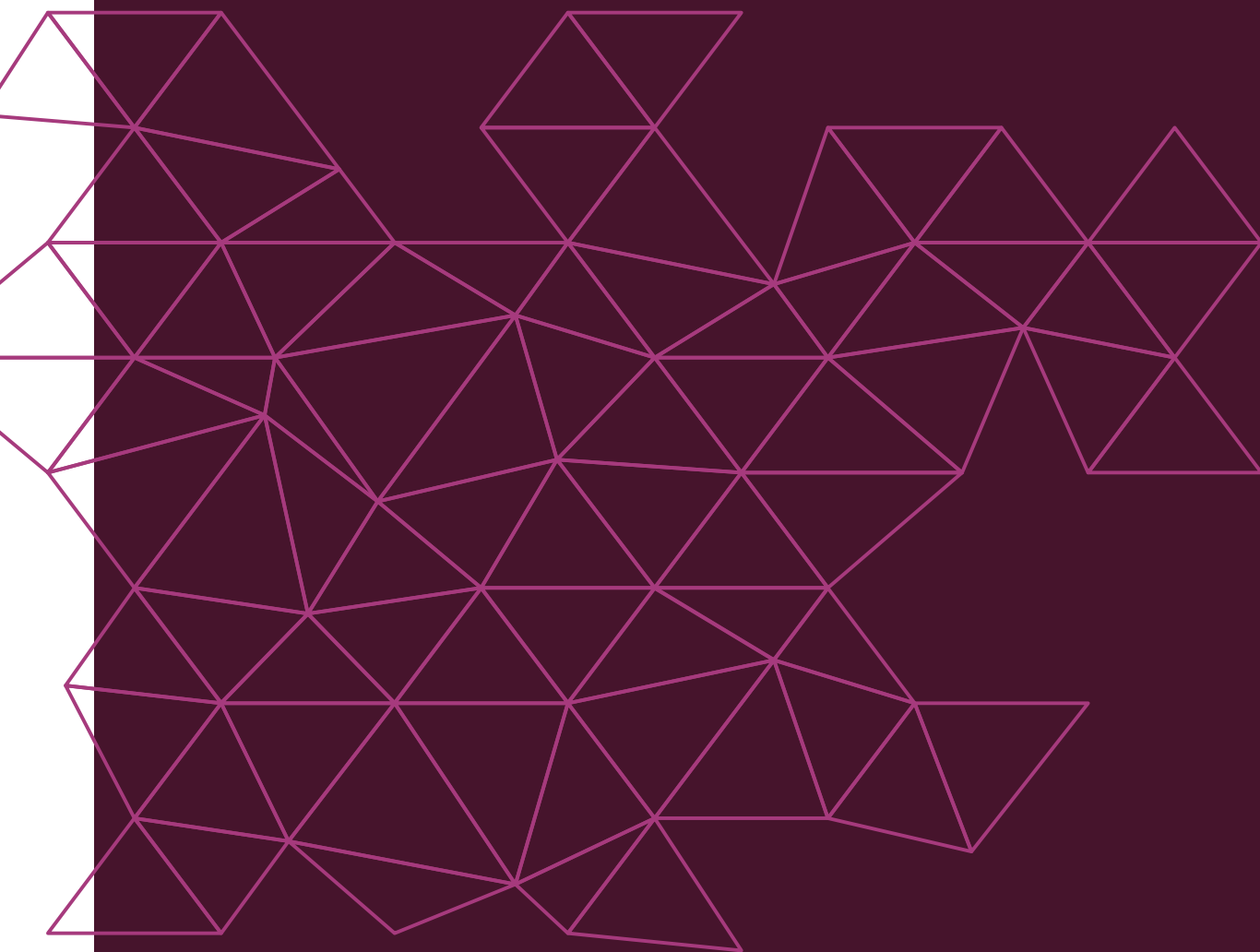
Veiledning for ansvarlig bruk og utvikling av kunstig intelligens:

[Veiledning for ansvarlig bruk og utvikling av kunstig intelligens | Digdir](#)

Nasjonal digitaliseringsstrategi 2024:

[Fremtidens digitale Norge – regjeringen.no](#)





UNIKT ▶ TRYGT ▶ NÆRT ▶ SKAPENDE