

HØRINGSUTKAST
31.03.09

Statens kommunikasjonspolitikk

”Det paaligger Statens Myndigheter at legge Forholdene til Rette for en aaben og oplyst offentlig Samtale.”

Kongeriget Norges Grundlov § 100 sjette ledd

Kommunikasjon for demokrati og openheit

Statens kommunikasjon skal pregast av openheit. Vi skal ha aktiv dialog med innbyggjarane både på tenesteutvikling og politikkkutforming. Den statlege kommunikasjonspolitikken byggjer på følgjande grunnleggjande verdiar: Demokrati, openheit og medverknad.

Med kommunikasjonspolitikkk tenkjer eg på sentrale mål og prinsipp for den statlege forvaltninga sine ulike former for kommunikasjon med innbyggjarane, næringslivet, organisasjonar og anna offentleg verksemd. Det er statlege leiarar og kommunikasjonssjefar som har ansvaret for å setje politikken ut i livet.

Kommunikasjonspolitikken skal leggje til rette for demokratisk deltaking og samfunnsdebatt, og for at innbyggjarane skal kunne ivareta sine demokratiske rettar.

Føremålet med staten sin kommunikasjonspolitikkk er todelt:

- Få budskapet fram til dei som treng han
- Dialog mellom innbyggjarane og staten

I 1993 vart den statlege informasjonspolitikken lagt fram. Når vi i 2009 kjem med ein ny kommunikasjonspolitikkk, illustrerer endringa i namnet mange av dei endringane som har skjedd på desse åra:

- Den teknologiske utviklinga (media, tenesteutvikling, digitale skiljelinjer m.m.)
- Auka informasjonsmengde, og dermed større trong for samordning.
- Større grad av internasjonalisering og globalisering.
- Større mangfald i befolkninga.
- Auka krav og forventningar i befolkninga og ulik mediebruk blant grupper i befolkninga.

I møtet med innbyggjarane, organisasjonane, næringslivet og media må dei statlege verksemdene sjå på sin eigen kommunikasjonspraksis opp mot krava i den nye politikken, og leggje vekt på å velje dei verkemiddel som gjer det lettast å nå innbyggjarane. Politikken i seg sjølv utløyser ikkje krav til nye tiltak i verksemdene, men skal påverke praksis og prioriteringar i kommunikasjonsarbeidet framover. Direktoratet for forvaltning og IKT (DIFI) vil følgje opp politikken og gi råd til verksemdene.

Kvar dag kommuniserer statlege verksemdar, medarbeidarar og leiarar med enkeltpersonar og grupper som er i kontakt med det offentlege. Kommunikasjonen i ei moderne tid er krevjande og spennande. Vi har moglegheiter til direkte dialog og kontakt i dag som vi ikkje har hatt før. Dermed kan god kommunikasjon vere heilt avgjerande for å skape ein enno betre offentleg sektor.

Oslo, xx.xx.xxxx

Heidi Grande Røys

Innhold

Del 1 Mål og prinsipper: Den statlige kommunikasjonsplakaten

Del 2 Utdypning av prinsippene

Del 3 Utdypning av politikken på utvalgte områder

- 3.1 Lederansvar**
- 3.2 Informasjon om rettigheter, plikter og muligheter**
- 3.3 Elektronisk kommunikasjon**
- 3.4 Språk**
- 3.5 Tillit og omdømme**
- 3.6 Mediekontakt**
- 3.7 Risikokommunikasjon**
- 3.8 Krisekommunikasjon**
- 3.9 Kampanjer**
- 3.10 Frivillige**
- 3.11 Politisk og administrativ kommunikasjon i departementene**
- 3.12 Intern kommunikasjon**

Vedlegg

- **Lover og forskrifter**
- **Reglementer og veiledninger**

DEL 1 Mål og prinsipper: Den statlige kommunikasjonsplakaten

Målene for den statlige kommunikasjonspolitikken er at innbyggerne skal:

- Få god informasjon om sine rettigheter, plikter og muligheter.
- Ha tilgang til informasjon om statens virksomhet.
- Inviteres til å delta i utformingen av politikk, ordninger og tjenester.

Forutsetningene for å nå disse målene er at staten må:

- Ha kunnskap om sine målgruppers behov, forutsetninger og synspunkter.
- Delta i samfunnsdebatten og understøtte økt demokratisk deltakelse.
- Bruke et enkelt og forståelig språk.
- Sikre at offentlig informasjon og kommunikasjon er pålitelig og samordnet.
- Kommunisere og informere målrettet og effektivt slik at målgruppene nås.
- Utnytte teknologiske muligheter.
- Vise respekt og imøtekommenhet i sin kommunikasjon.

Prinsippene

I all sin kommunikasjonsvirksomhet skal statlige virksomheter legge følgende prinsipper til grunn:

Åpenhet	I sin kommunikasjon med innbyggeren skal staten fremstå åpen, tydelig og tilgjengelig.
Medvirkning	Staten skal ta berørte innbyggere med på råd, og involvere dem i utforming av politikk og tjenester.
Nå alle	Staten skal sørge for at relevant informasjon når fram til alle berørte.
Aktiv	Staten skal aktivt og i tide informere innbyggerne om deres rettigheter, plikter og muligheter.
Helhet	Statlige virksomheter skal samordne sin informasjon.

Del 2 Utdypning av prinsippene

Åpenhet **Staten skal være åpen, tydelig og tilgjengelig for innbyggerne.**

Med **åpenhetsprinsippet** menes at innbyggerne skal møte en åpen og tilgjengelig stat som er lyttende, imøtekommende og viser dem respekt.

Statlige virksomheter skal, i all sin informasjon og kommunikasjon, føre et enkelt og klart språk som kan forstås av alle.

Staten skal legge til rette for en åpen og fri diskusjon om samfunnsproblemer, og de statlige virksomhetene skal bidra aktivt til samfunnsdebatten.

Staten må legge vekt på et godt samspill med mediene og sikre dem og innbyggerne innsyn i sin virksomhet. Mediene har her en viktig demokratisk rolle.

Medvirkning **Staten skal ta berørte innbyggere med på råd og involvere dem i politikktutformingen.**

Staten er avhengig av et godt samspill med innbyggerne for å utvikle offentlig sektor. Det er viktig at ulike gruppers syn kommer fram. Dette er kjennetegn på et levende demokrati.

Med **medvirkningsprinsippet** menes at staten skal etablere fysiske og elektroniske møteplasser, slik at berørte innbyggere får mulighet til å fremme sine forslag og synspunkter. Statlige virksomheter skal også aktivt involvere innbyggerne, organisasjoner og næringsliv i politikktutforming, og når ordninger og tjenester skal etableres, drives, evalueres og videreutvikles.

For å skape gode arenaer for medvirkning og involvering, må statlige virksomheter aktivt dele sin informasjon med andre, og bruke ulike kanaler og virkemidler for å nå de aktuelle gruppene.

De som mangler kompetanse eller tilgang til å bruke digitale kanaler, skal få anledning til å delta gjennom andre kanaler og møteplasser.

De som har gitt innspill, må få tilbakemelding om den endelige beslutningen. Ved offentlige høringer må alle berørte grupper få anledning til å delta og gis tilstrekkelig tid til å svare.

Nå alle **Staten skal sørge for at relevant informasjon når fram til alle berørte.**

Med **nå alle-prinsippet** menes at staten gjennom sin informasjonsvirksomhet skal inkludere alle berørte innbyggere og grupper i samfunnet.

Staten skal innhente kunnskap om innbyggernes informasjonsbehov og forutsetninger, og tilpasse informasjon og kommunikasjon til de gruppene man skal nå.

I noen sammenhenger er det nok at informasjonen kun gjøres tilgjengelig slik at innbyggerne selv kan gjøre seg kjent med den. I andre sammenhenger kan det være behov for en mer målrettet innsats for å nå de aktuelle målgruppene.

Statlige virksomheter skal gå foran når det gjelder å inkludere alle, ved å tilpasse sin informasjon og kommunikasjon til mangfoldet i befolkningen.

Det må tas hensyn til at personer har ulike behov og forutsetninger for å kunne motta statlig informasjon, med bakgrunn i språk, kultur, funksjonsevne, manglende kompetanse og/eller tilgang til digitale kanaler. Staten må derfor utforme sin informasjon slik at den er lett å forstå for mottakerne i de ulike målgruppene, og bruke de kanaler og virkemidler som er mest effektive for å nå disse, selv om det krever en særskilt innsats. Det siste er særlig viktig for plikt- og rettighetsinformasjon. Gjeldende regler og normer for universell utforming skal legges til grunn i kommunikasjonsarbeidet.

Aktiv **Staten skal aktivt og i tide informere innbyggerne om deres rettigheter, plikter og muligheter.**

Med **aktivprinsippet** menes at statlige virksomheter til enhver tid gjør aktuell informasjon tilgjengelig, uten at det må fremmes krav om innsyn.

Aktiv informasjon og kommunikasjon om innbyggernes rettigheter, plikter og muligheter, er en forutsetning for aktiv demokratisk deltakelse og et velfungerende samfunn.

Statlige virksomheter skal aktivt sørge for at informasjon deles, eller kan deles med andre innenfor gjeldende regler om opphavsrett og personvern mv. I tillegg skal staten aktivt ta i bruk nye medier.

Staten skal også sørge for at innbyggerne har tilgang til informasjon om den enkelte virksomhets planer og aktiviteter.

Helhet Statlige virksomheter skal samordne sin informasjon

Med **helhetsprinsippet** menes at statlige virksomheter skal samordne sin informasjon og informasjonsvirksomhet med andre, relevante statlige, kommunale og private virksomheter, slik at informasjonen fremstår helhetlig for mottakeren.

Det er den enkelte virksomhet og leder som er ansvarlig for at dette skjer, og ansvaret gjelder all informasjonsvirksomhet.

Del 3 Utdyping av politikken på utvalgte områder

3.1 Lederansvar

Det er et lederansvar å sette statens kommunikasjonspolitik ut i livet, og topplederne har et særskilt ansvar.

Det bør stilles resultatkrav til statlige ledere om måloppnåelse på kommunikasjonsområdet.

Kommunikasjon er et virkemiddel på lik linje med andre virkemidler for at staten skal nå ønskede resultater, og må integreres i arbeidsprosessene.

Ledere i statlige virksomheter har ansvar for at kommunikasjon og informasjon blir brukt på en profesjonell, økonomisk og etisk forsvarlig måte både internt og eksternt. Lederne skal sikre at kommunikasjonspolitikken er godt kjent og etterlevs i virksomheten.

Ledelsen er ansvarlig for at kommunikasjon blir brukt som strategisk virkemiddel. Virksomhetene skal sørge for at ledere på alle nivåer, saksbehandlere og førstelinjen har nødvendig kompetanse som sikrer høy kvalitet på kommunikasjonsarbeidet.

Lederne har ansvaret for at den enkelte virksomhet effektivt samordner kommunikasjonen med tilgrensende virksomheter, både statlige, kommunale og noen ganger også private, når det er nødvendig.

Mer informasjon kan fås ved henvendelse til:

Fornyings- og administrasjonsdepartementet (FAD):

<http://www.regjeringen.no/fad>

Direktoratet for forvaltning og IKT (DIFI): <http://www.difi.no>

Jf. også FADs [lederplattform](#)

3.2 Informasjon om rettigheter, plikter og muligheter

Staten skal sikre at den enkelte innbygger i tide kan få informasjon om sine rettigheter, plikter og muligheter. Informasjons- og kommunikasjonstiltak skal planlegges med utgangspunkt i dem som berøres. Statlige virksomheter skal sørge for at innbyggerne vet hvor de skal henvende seg for å få informasjon om sine rettigheter, plikter og muligheter.

Statlige virksomheter skal sørge for at all informasjon er klar og forståelig, at det går tydelig fram hvem som er avsender, og at det gis nødvendig veiledning og hjelp.

Innbyggerne skal også informeres om opplegg og status for politiske prosesser, slik at de får en forståelse av hvordan de eventuelt kan få anledning til å påvirke.

Mer informasjon kan fås ved henvendelse til:

Direktoratet for forvaltning og IKT (DIFI): <http://www.difi.no>

3.3 Elektronisk kommunikasjon

Elektronisk kommunikasjon skal være den primære informasjons- og kommunikasjonskanalen mellom innbyggerne og offentlige virksomheter. Virksomhetene skal benytte de mest effektive elektroniske løsningene når de informerer, kommuniserer, involverer og tilrettelegger tjenester, herunder sosiale medier.

Gjeldende regler og normer for universell utforming skal legges til grunn. Staten må sørge for at innbyggere som ikke kan bruke digitale kanaler, får tilsvarende informasjon og anledning til å medvirke via andre, egnede kanaler.

Statlige virksomheter bør være oppdatert på digitale bruksmønstre hos ulike grupper av innbyggere, og utnytte nye, teknologiske løsninger. Det er viktig å vurdere krav og hensyn til personvern og informasjonssikkerhet for alle elektroniske tjenester. Samordning på tvers av virksomhetsgrenser og forvaltningsnivåer er en forutsetning for å skape gode og helhetlige elektroniske løsninger for innbyggerne. Virksomhetene bør ha et servicenivå og en responstid for elektroniske henvendelser som oppleves tilfredsstillende av innbyggerne.

Mer informasjon kan fås ved henvendelse til:

*Fornyings- og administrasjonsdepartementet (FAD):
<http://www.regjeringen.no/fad>*

Direktoratet for forvaltning og IKT (DIFI): <http://www.difi.no>

3.4 Språk

Den skriftlige og muntlige informasjon og kommunikasjon skal være klar, og kunne forstås av alle, aktuelle målgrupper. Dette gjelder både overfor de som staten henvender seg til, og de som henvender seg til staten.

Dårlig og uklart språk i dokumenter hindrer innbyggerne i å tilegne seg innholdet i disse. Dette kan igjen medføre at de kan gå glipp av rettigheter, plikter, statlige ordninger og muligheter for aktiv samfunnsdeltakelse. Et uklart språk i for eksempel brev og skjemaer kan bidra til merarbeid, både for innbyggerne og staten.

Ved bruk av bokmål og nynorsk skal gjeldende rettskrivnings- og målbruksregler følges, jf. henholdsvis offisielle ordbøker og lov om målbruk i offentlig tjeneste (målloven). For bruk av samisk gjelder blant annet språkreglene i lov om Sametinget og andre samiske rettsforhold (sameloven). Statlige virksomheter skal ta hensyn til brukere av samisk språk ut over lovens regler for å sikre en god kommunikasjon med samiskspråklige innbyggere. Jamfør nærmere under omtale i vedlegget om relevant regelverk.

For å nå fram til innvandrerbefolkningen med statlig informasjon, skal den enkelte virksomhet vurdere om bruk av engelsk oversettelse er tilstrekkelig, eller om det i tillegg er behov for oversettelse til andre fremmedspråk. I saker hvor det er språkbarrierer, må statlige virksomheter vurdere bruk av tolketjenester for å sikre god kommunikasjon.

Mer informasjon om dette finner du i vedlegget til dette dokumentet, og ved henvendelse til:

Direktoratet for forvaltning og IKT (DIFI): <http://www.difi.no>

[Språkrådet](#)

3.5 Tillit og omdømme

Tillit til statlige virksomheter avhenger av hvor gode tjenester de leverer, hvordan de kommuniserer og hvor åpne, imøtekommende og brukerorienterte de oppfattes å være. Kommunikasjonen skal være pålitelig og etisk forsvarlig. Statlige virksomheter har også et ansvar for å informere om hvilke oppgaver de har, hvordan de er organisert og hvilke resultater som oppnås. De bør ha kunnskap om hvordan de oppfattes av omverdenen og sine brukere.

Statlige virksomheter skal være varsomme med å bruke profileringstiltak som for eksempel sponsing for å fremme tillit. Med sponsing menes her direkte eller indirekte økonomisk støtte hvor hensikten er å profilere giveren. For ordinære forvaltningsorganer vil sponsing ikke være tillatt, med mindre det foreligger et særskilt samtykke fra fagdepartementet.

Mer informasjon kan fås ved henvendelse til:

Direktoratet for forvaltning og IKT (DIFI): <http://www.difi.no>

3.6 Mediekontakt

Mediene har som en av sine oppgaver å følge med på hva forvaltningen foretar seg, og hvordan forvaltningen opptrer overfor samfunnet og den enkelte innbygger. Virksomhetene må sørge for å ha klare retningslinjer for mediekontakt som understøtter en åpenhetskultur og sikrer god tilgjengelighet for mediene.

Statlige virksomheter har også et ansvar for å legge til rette for, og delta i, en åpen og opplyst offentlig samtale. For å få fram flere sider av en sak, bør det også være åpenhet når statlige virksomheter har ulike synspunkter.

En ansatt i statlig virksomhet har full rett og anledning til å delta i samfunnsdebatten, både som fagperson og som privatperson. Det er spesielt verdifullt at fagfolk deltar i den offentlige debatten på sine egne fagområder.

Når en statsansatt deltar i samfunnsdebatten, skal det gå klart fram om hun eller han uttaler seg som privatperson eller på vegne av virksomheten. Ytringsfriheten må veies mot hensynet til lojalitetsplikten overfor den aktuelle virksomheten, avhengig av blant annet type virksomhet og hvilken stilling/posisjon den enkelte ansatte har, jf. ["Ethiske retningslinjer for statstjenesten"](#). Særlige hensyn må tas i departementene, som er sekretariat for den til enhver tid sittende regjering.

Mediene skal ha lik rett til innsyn. Alle medier skal behandles med respekt og imøtekommenhet når de etterspør informasjon. Som hovedregel bør informasjon gjøres tilgjengelig for alle medier samtidig. Statlige virksomheter kan henvende seg til bestemte medier først, hvis det gjør at flest mulig i målgruppen får informasjonen. For saker som skal gå fra regjeringen til Stortinget, gjelder i tillegg egne regler.

Den enkelte virksomhet må ha kontrollrutiner som hindrer uønsket publisering av personopplysninger. Informasjon som kan innebære en sikkerhetsrisiko, skal vurderes særskilt.

I risiko- og krisesituasjoner kan egne regler om uttalerett og mediehandling gjelde, jf. også punktene 3.7 og 3.8 nedenfor.

Mer informasjon kan fås ved henvendelse til:

Direktoratet for forvaltning og IKT (DIFI): <http://www.difi.no>

3.7 Risikokommunikasjon

Risikokommunikasjon er å kommunisere om *mulige*, uønskete hendelser og situasjoner som kan oppstå og som kan medføre skade på liv, helse, miljø og

verdier. Hensikten er å endre atferd hos berørte innbyggere, slik at disse hendelsene ikke oppstår, eller at de negative konsekvensene blir mindre. Statlige virksomheter må forsøke å identifisere potensielle risikoer innenfor sine ansvarsområder, vurdere sannsynligheten for at risikoene inntreffer, anslå skadeomfanget og hvordan dette kan begrenses. Inntil en risikovurdering er gjennomført, bør virksomheten legge opp til en ”føre-var-tilnærming” i sin kommunikasjon. Når vurderingen er gjort, bør kommunikasjonen bestå av konkrete råd for hva som er ønsket handling fra den enkelte.

Mer informasjon kan fås ved henvendelse til:

Justisdepartementet (JD): <http://www.regjeringen.no/jd>

Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap (DSB): <http://www.dsb.no>

3.8 Krisekommunikasjon

Når kriser oppstår, handler crisekommunikasjon om å formidle viktige og presise budskap på en mest mulig effektiv måte, under stort tidspress. Kommunikasjonen skal begrense usikkerhet om ansvarsforhold, klargjøre hva virksomheten gjør for å løse problemet og redusere krisens omfang, og formidle hvordan rammede kan få hjelp og støtte. Den etat som har ansvar for et fagområde i en normalsituasjon, har også ansvar for å håndtere ekstraordinære hendelser på området. Beredskapstrening er viktig, også på kommunikasjonsområdet. I etterkant av en krise bør håndteringen av krisen evalueres.

Mer informasjon kan fås ved henvendelse til:

Justisdepartementet (JD): <http://www.regjeringen.no/jd>

Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap (DSB): <http://www.dsb.no>

3.9 Kampanjer

Kampanjer kan være et viktig virkemiddel for å spre kunnskap og påvirke holdninger og atferd. Statlige virksomheter som skal sette i verk kampanjer, bør gjøre undersøkelser i forkant for å identifisere utfordringene og kommunikasjonsbehovet.

Effekten av kampanjer bør evalueres.

Staten må nøye vurdere behovet før det settes i gang større kampanjer og kommunikasjonstiltak som har til hensikt å endre atferd eller holdninger. I slike tilfeller bør en alltid vurdere å involvere de aktuelle målgrupper fra starten av.

Mer informasjon kan fås ved henvendelse til:

Direktoratet for forvaltning og IKT (DIFI): <http://www.difi.no>

3.10 Frivillige

Frivillige, både organisasjoner, enkeltmennesker og nettverk er viktige medspillere i statlig kommunikasjonsarbeid. Mange bidrar aktivt med å videreformidle og tilrettelegge statlig informasjon om for eksempel rettigheter, plikter og ulike offentlige ordninger.

Statlige virksomheter skal aktivt dele sin informasjon med frivillige og andre, slik at disse kan få tilgang til, bearbeide og spre statlig informasjon, for eksempel i nærings-, opplysnings-, og opplæringssammenheng. Statlige virksomheter må imidlertid ta hensyn til gjeldende regler om opphavsrett og personvern mv.

Mer informasjon kan fås ved henvendelse til:

Kultur- og kirkedepartementet (KKD): <http://www.regjeringen.no/kkd>

Frivillighet Norge: <http://www.frivillighetnorge.no/>

3.11 Politisk og administrativ kommunikasjon i departementene

Statsråden er både politisk og administrativt øverste leder i et departement. Et departement kommuniserer alltid på vegne av statsråden. Skillet mellom politisk og administrativ kommunikasjon er ikke alltid tydelig, og må til en viss grad bero på skjønn. Rollene til politisk ledelse og embetsverket på kommunikasjonsområdet må – som på andre områder - være avklart og kjent. På samme måte som fagavdelingene yter statsråden bistand innen sine fagområder, skal kommunikasjonsenheten gi faglig bistand til statsråden. Kommunikasjonsenhetenes faglige vurderinger og råd til politisk ledelse forutsetter et godt samspill med fagavdelingene og mellom departementet og underliggende etater. Kommunikasjonssjefen i et departement er ikke politisk ansatt.

Mer informasjon kan fås ved henvendelse til:

Fornyings- og administrasjonsdepartementet (FAD): <http://www.regjeringen.no/fad>

3.12 Intern kommunikasjon

Kommunikasjonen mellom ledelse, ansatte og deres organisasjoner må være åpen, bygge på tillit og gjensidig respekt. God intern kommunikasjon om virksomhetens mål, strategier og prioriteringer er nødvendig for god måloppnåelse. God kommunikasjon og dialog med de berørte er en forutsetning for at omstillingsprosesser skal virke etter sin hensikt.

Ledere har et særskilt ansvar for god kommunikasjon, men ansatte på alle nivåer har også et selvstendig ansvar for å holde seg informert om egen virksomhet og dens ansvarsområder, og for å dele informasjon med andre. En god rettesnor er å informere internt før man informerer eksternt.

Mer informasjon kan fås ved henvendelse til:

Direktoratet for forvaltning og IKT (DIFI): <http://www.difi.no>

VEDLEGG

Tekst legges inn i endelig utgave

Lover og forskrifter

Offentlighetsloven

Forvaltningsloven

Personopplysningsloven

Målloven

Sameloven

Reglementer og veiledninger

Utredningsinstruksen

Reglement for økonomistyring i staten

Lovteknikk og lovforberedelse

Etiske retningslinjer for statstjenesten