

Fremtidens Karasjok / Boahttevaš Kárášjohka
Kommunikasjonsstrategi

Vedtatt i styringsgruppen 5.11.19

# Overordnede prinsipper

Kommunikasjonsstrategien for «Fremtidens Karasjok» er basert på et verdigrunnlag som skal være preget av åpenhet og tydelighet overfor ansatte, innbyggere, brukere, media og andre. Åpenhet og meroffentlighet skal praktiseres. Dette innebærer målrettet satsning på ekstern og intern informasjon.. Kommunikasjonen fra prosjektet skal følge **helhetsprinsippet –** informasjon fra prosjektet skal utformes og samordnes slik at den fremstår entydig og helhetlig for mottakeren.

“Fremtidens Karasjok” skal legge til rette for aktiv medvirkning og dialog. Prosjektet har en ambisjon om til enhver tid legge stor vekt på aktiv medvirkning fra alle interessenter gjennom utstrakt bruk av arbeidsgruppemetodikk og referansegrupper. Gjennom tydelige og kjente styringslinjer, åpen dialog og godt kjent prosjektstruktur skal det skapes trygghet for at alle får mulighet til å gi sine innspill på de endringsprosessene som igangsettes.

# Dagens utfordringer

Karasjok kommune har betydelige og omfattende utfordringer på de fleste områder og på alle nivåer i organisasjonen.

Karasjok har en betydelig utfordring med manglende ledelse og en gjennomgripende svak og lite hensiktsmessig organisasjonskultur. Karasjok kommune har liten grad av organisasjonsklarhet. Man mangler eller har utydelige delegasjoner, rollebeskrivelser, fullmakter og ansvarsområder.

Karasjok kommune har store og grunnleggende økonomiske utfordringer, knyttet til både produktivitet, prioritering og dekningsgrader.

# Boahttevaš Kárášjohka anno 2022 (målbilde)

I 2022 skal Karasjok kommune levere tjenester til innbyggerne innenfor rammen av god forvaltningsskikk, og kommunen skal ha en organisasjonspraksis – målt gjennom kommunekompasset – over gjennomsnittet av norske kommuner. Kommunen skal ha en kommuneøkonomi under kontroll og gjennomført endringer og driftstilpasninger slik at kommunen til enhver tid har en sunn og bærekraftig økonomi.

I 2022 har vi fått på plass de grunnleggende funksjonen i en kommune, som økonomistyring, saksbehandling og sikret innbyggerne tjenestekvalitet iht lovkrav. I 2022 har Karasjok kommune god kontroll over økonomien.

**Mål for prosjektet**

Prosjektet «Fremtidens Karasjok - Boahttevaš Kárášjohka» skal bidra til varig endring i Karasjok kommune for å gjøre kommunen bedre i stand til å løse sitt samfunnsoppdrag på vegne av befolkningen i kommunen.

# Mål for kommunikasjon

Kommunikasjonen skal støtte opp om målene i prosjektet, og sørge for at prosjektet forankres i hele kommunen. Kommunikasjon som virkemiddel skal:

* Bygge forståelse for de grep som nå må gjøres i Karasjok kommune.
* Forankre forståelsen av behovet for felles innsats for å lykkes med å snu utviklingen
* Etablere eierskap til prosjektet
* Skape trygghet blant brukere, medarbeidere, innbyggere og politikere
* Skape dialog
* Skape engasjement om prosjektet
* Skape fremtidstro i Karasjok

**Hovedbudskap**

Vi tar grep for å skape Fremtidens Karasjok.

*Sammen fremover -* Kommunen må stå sammen og ta felles grep for å få til de nødvendige endringene

Å skape *Fremtidens Karasjok* krever god planlegging, solid innsats og samarbeid fra alle parter – både ansatte, folkevalgte og innbyggere. Gjennom en grundig og god prosess med tydelig ansvar skal vi få til dette sammen.

Vi er ferdig med å diskutere snøen som falt i fjor og å fordele skyld. Nå ser vi fremover, utover og oppover – ikke nedover og innover.

# Målgrupper

Karasjok kommune er en arbeidsplass, en tjenesteyter, en forvaltningsmyndighet og en samfunnsutvikler. Prosjektet vil berøre hele samfunnet. Prosjektet må derfor identifisere de ulike aktørenes forventninger, og bruke tid på å informere og forklare hva som faktisk skal skje og hva som er realistisk å forvente. Prosjektet har fire målgrupper som det er kritisk viktig at man lykkes med å nå ut med informasjon til:

* Politikere
* Ansatte
* Brukere
* Innbyggere

I tillegg er det andre eksterne aktører som bør holdes løpende orientert

* Andre forvaltningsnivåer, blant annet Fylkesmannen, Kommunal- og moderniseringsdepartementet, KS i Finnmark
* Media – som både er en målgruppe og en kanal for å nå andre målgrupper

**Kommunikasjonsutfordringer**

Karasjok kommune har et dårlig omdømme på grunn av et langvarig fokus på kommunens utfordringer, og prosjektet “Fremtidens Karasjok” er derfor sårbart for negativt fokus.

Mangelfull informasjon og dialog kan føre til negativt fokus med uheldige følger for de prosessene som skal gjennomføres gjennom prosjektet. I de endrings- og omstillingsprosessene kommunen skal gjennom vil det være tiltak som vil være krevende å gjennomføre. Aktiv informasjon og medvirkning allerede fra en tidlig fase skal bidra til større legitimitet og eierskap til prosjektet.

**Kommunikasjonsgrep**

Vi skal være målrettet i all vår kommunikasjon. Et viktig prinsipp er å informere internt før eksternt. Prosjektet skal bygge på proaktive informasjonsstrategier der vi så langt som råd er skal informere før informasjonen etterspørres Andre viktige kommunikasjonsprinsipper er:

* Aktivt og systematisk formidling av prosjektets målsetninger og resultater
* Møte målgruppene på deres «hjemmebane» og svare på deres behov
* Bygge allianser med sentrale aktører for å forsterke budskapet
* Engasjerte deltagere som mobiliserer til innsats

Kommunikasjonen fra prosjektet skal være enhetlig, og det vil derfor utarbeides en enhetlig visuell profil for prosjektet “Fremtidens Karasjok” slik at det er tydelig når det er prosjektet som er avsender.

**Kanalvalg**

Prosjektet skal benytte ulike kanaler for å gi informasjon og for å kommunisere med de ulike målgruppene. Valg av kanal skal alltid være basert på en vurdering av hvordan målgruppen best kan nås. Det er viktig at det i tillegg til å gi informasjon er mulighet for dialog og tilbakemeldinger.

**Mulige publiseringskanaler:**

* Hjemmesiden til Karasjok kommune
* Informasjonsskriv / nyhetsbrev
* Sosiale medier

**Mulige dialogkanaler**

* Folkevalgtmøter
* Informasjonsmøter
* Informasjons- og dialogmøte med ansatte og fagforeninger
* Fagmøter på virksomhetene og personalmøter
* Folkemøter
* Personlige møter – «Kaffepraten»

**Media**

Media er viktige kanaler for å nå innbyggerne. Lokalmediene skal behandles likeverdig og skal gis rimelig mulighet til å sette seg inn i aktuelle saker. Prosjektet skal legge opp til et aktiv, profesjonelt og ryddig samspill med lokale medieaktører.

# Ansvarlige

Prosjektleder har et særskilt ansvar for kommunikasjonen i prosjektet, og er normalt talsperson for prosjektet.

Ordfører er talsperson på vegne av kommunen i politiske spørsmål. Dette gjelder også for prosjektet.

Kommunikasjon er et lederansvar. Primærkanalen for interninformasjon til ansatte er gjennom lederne på ulike nivåer. Det er viktig at alle ledere er tilgjengelige for de ansatte og settes i stand til å holde ansatte orientert om prosessen underveis.

Alle deltagere i prosjektet har et ansvar for at riktig informasjon når ut til målgruppene, slik at man unngår feilinformasjon og ryktespredning.

Tillitsvalgte og vernetjenesten har en fristilt rolle for å kunne ivareta sine oppgaver. De er ikke bundet av kommunikasjonsstrategien, men må være bevisst på hvordan utspill og uttalelser kan påvirke prosjektets og kommunens omdømme.

Ansatte i Karasjok kommune har ytringsfrihet, og kan som privatpersoner fritt uttale seg om kommunale forhold som ikke er taushetsbelagt eller unntatt offentligheten. Ytringsfriheten må veies mot hensynet til lojalitetsplikten overfor arbeidsgiver. Det innebærer en plikt til å unngå å ytre seg på en måte som skader arbeidsgivers interesser. Arbeidsgiver kan derimot ikke uten videre slå ned på ytringer som oppfattes som uønskete, uheldige eller ubehagelige.

# Delprosjektene

I tillegg til denne strategien kan det utvikles kommunikasjonsplaner i delprosjektene, med konkrete tiltak. Prosjektleder har et spesielt ansvar for å tenke enhetlig kommunikasjon rundt delprosjektene.