



# Temaplan for kommunikasjon

2024-2027

# God kommunikasjon er avgjørende

Denne planen legger grunnlaget for å lage god og riktig kommunikasjon slik at vi når målene våre.

## Det er godt å leve i Nittedal

| LIVSKVALITET<br>HELE LIVET                                                        | KLIMA, NATUR<br>OG MILJØVENNLIG                                                   | ENGASJEMENT OG<br>SAMSKAPING                                                      | FRAMTIDSRETTET                                                                      | ATTRAKTIVE                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  |
| Vi bidrar til god helse og livskvalitet                                           | Vi ivaretar klima, natur og miljø                                                 | Vi skaper fremtiden sammen                                                        | Lærende                                                                             | Kompetente                                                                          |
| Vi gir god utdanning                                                              |                                                                                   |                                                                                   | Samskapende                                                                         | Inkluderende                                                                        |
| Vi utvikler bærekraftige tettsteder                                               |                                                                                   |                                                                                   | Nytenkende                                                                          | Engasjerte                                                                          |



Våre valg og handlinger styres av disse fem bærekraftsmålene fra FN



Nittedal kommunes målbilde er «Det er godt å leve i Nittedal». Det er vedtatt tre satsingsområder og to organisasjonsmål for å nå målbildet.

Alle ansatte i Nittedal kommune har ansvar for at det er godt å leve i Nittedal. For å få til det, må vi kommunisere godt. Det innebærer at kommunikasjon er en naturlig del av all planlegging i kommunen.

God kommunikasjon er avgjørende for å lykkes. God kommunikasjon fører til at vi lærer, skaper sammen og tenker nytt. God kommunikasjon skaper engasjement, tilhørighet, samhold og kompetanse.

I sum skal vår kommunikasjon gjøre oss i stand til å nå målene som er satt opp i kommuneplanens samfunnsdel og kommunens

organisasjonspolitikk. Innbyggere, ansatte og alle andre interesserte skal oppleve vår kommunikasjon som inkluderende, forståelig, relevant og nyttig.

Sammen med tilhørende verktøy og retningslinjer er denne strategien forpliktende for alle ansatte i Nittedal kommune, og skal brukes i hverdagen. God kommunikasjon bygger et godt Nittedal å leve i.

# Innhold

|           |                                  |
|-----------|----------------------------------|
| <b>02</b> | <b>Innledning</b>                |
| <b>05</b> | <b>Ordforklaringer</b>           |
| <b>06</b> | <b>Strategiske grep</b>          |
| <b>08</b> | <b>Kommunikasjonsmål</b>         |
| <b>11</b> | <b>Kommunikasjon i hverdagen</b> |
| <b>12</b> | <b>Verktøy og retningslinjer</b> |

Kommunikasjonsstrategi for Nittedal kommune  
Skrevet 2023, gjeldende for 2024-2027  
Behandlet av kommunikasjonssjef Kristian Westgård  
Vedtatt i Nittedal kommunestyre 11.12.2023 (KST 115/23)

*Hvis du snakker til en mann  
på et språk han forstår, når  
du hodet hans. Snakker du  
til ham på hans eget språk,  
når du hjertet.*

Nelson Mandela

# Ordforklaringer



## Informasjon

Innholdet i det som formidles når vi kommuniserer. Informasjon er enveis.

## Kommunikasjon

En pågående prosess mellom to eller flere parter. Innhold sendes og mottas fram og tilbake. Kommunikasjon oppstår når vi åpner for å motta reaksjoner, synspunkter og svar.

## Ekstern-kommunikasjon

Kommunikasjon med målgrupper utenfor kommuneorganisasjonen. Det kan være med innbyggere, mulige fremtidige ansatte, næringsliv, media eller andre samarbeidspartnere.

## Intern-kommunikasjon

Kommunikasjon innenfor kommuneorganisasjonen. Det er utveksling av informasjon og idéer mellom ledelse og ansatte, fra ansatte til ledelse og mellom ansatte. Internkommunikasjon kan være én til én, én til mange og mange til mange. Internkommunikasjon skjer på forskjellige nivåer og mellom ulike enheter eller deler av organisasjonen.

# Strategiske grep

Det strategiske hovedgrepet er å være aktive produsenter av både ekstern og intern informasjon.

Være aktiv for å vise at det er godt å leve i Nittedal

- Gi god informasjon om tjenester, muligheter, tilbud og rettigheter.
- Fortelle de gode historiene om Nittedal kommune - om hvordan det er å bo, arbeide, vokse opp og bli gammel her.
- Gi god informasjon om demokratiske muligheter og politiske beslutninger.
- Vise allsidigheten i hele kommunen i arbeidet med «klima, natur og miljø», «livskvalitet», og «engasjement og samskaping».

Være gode på intern-kommunikasjon

- Bruke internkommunikasjon til å fremme samskaping, motivere til nytenking og læring, og til å bygge fellesskap på tvers av organisasjonen.
- Bruke internkommunikasjon til å fremme fagkunnskap og kompetanse, og motivere til engasjement og inkludering.
- Bygge stolthet for kommunen som arbeidsplass og løfte frem ansatte.
- Sørge for tidlig og tydelig kommunikasjon i interne prosjekter og prosesser.
- Øke kommunikasjonskompetansen til ledere og ansatte.
- Gjøre intranett til navet for kommunens interne informasjon.

Gi riktige mottakere tilpasset informasjon i riktige kanaler

- Involvere målgruppene for å få innsikt i deres informasjonsbehov og hvordan vi best mulig når ut til dem med informasjon.
- Være oppdatert på digitale bruksmønstre og nysgjerrig på nye trender.
- Styrke innsatsen for å nå de målgruppene vi ikke når gjennom kommunens tradisjonelle kanaler.
- Gjøre det enkelt å komme i kontakt med kommunen.
- Motvirke digitalt utenforskap.

### Kommunisere slik at alle forstår

- Vi bruker klarspråk i alt vi skriver.
- Følge kommunens retningslinjer for språk.
- Drive opplæring i klarspråk.
- Oversette til andre språk når situasjonen krever det.

### Bruke verdiene våre aktivt i all vår kommunikasjon

- Verdiene våre er «Raus, redelig og respekt».
- Kommunisere i riktige kanaler og på en måte som alle forstår (raus)
- Vi skal være åpne og ærlige, også når saken er vanskelig (redelig).
- Vi skal lytte, være tilgjengelige og legge til rette for involvering (respekt).

### Være en tydelig avsender i all visuell kommunikasjon

- Vi skal ha en felles identitet på alle digitale og trykte flater.
- Konsekvent bruke kommunens visuelle profil, slik den er beskrevet i designmanualen.
- Følge prinsipper for universell utforming – for eksempel ved valg av farger og skriftstørrelser – slik at informasjonen blir tilgjengelig for alle.

# Kommunikasjonsmål

## LIVSKVALITET HELE LIVET



Kommunikasjonen vår skal vise vei til god helse og livskvalitet.

Det gjør vi ved å

- Motivere til deltakelse.
- Gi god informasjon om tilbud, muligheter, rettigheter og tjenester.

Kommunikasjonen vår skal vise fram mulighetene for god utdanning.

Det gjør vi ved å

- Synliggjøre de mange arenaene hvor utdanning og læring foregår.
- Motivere til egenutvikling.
- Legge til rette for inkluderende og likeverdige muligheter for livslang læring.

Kommunikasjonen vår skal heve Nittedal sin status som bærekraftig lokalsamfunn.

Det gjør vi ved å

- Styrke vår unike posisjon som kommunen der marka møter storbyen.
- Gi god informasjon om kollektivtrafikk og lokale handels- og servicemuligheter.
- Motivere til å bruke Nittedal som en komplett bo- og arbeidskommune.

## KLIMA, NATUR OG MILJØVENNLIG



Kommunikasjonen vår skal gi Nittedals innbyggers gode verktøy slik at alle bidrar til å stoppe klimaendringene. Det gjør vi ved å

- Informere om gode klima- og miljøvalg.
- Ved å motivere til innsats for klima og miljø.
- Ved å legge til rette for at alle kan velge gode løsninger for klimaet og miljøet.

## ENGASJEMENT OG SAMSKAPING



Kommunikasjonen vår skal gi bedre engasjement og samskaping. Det gjør vi ved å

- Informere om kommunens arbeid og prosesser.
- Gjøre det enkelt for innbyggerne å engasjere seg.
- Skape felles forståelse ved å være tydelige på retningen vi går i.
- Kommunisere aktivt om de politiske og demokratiske prosessene.
- Være åpne og transparente.



FRAMTIDSRETTET



Kommunikasjonen vår skal styrke vår posisjon som en framtidsrettet arbeidsgiver. Det gjør vi ved å

- Synliggjøre kommunens tjenester.
- Motivere til godt samarbeid.
- Stimulere til å være nytenkende og oppfordre til læring.
- Ha brukervennlige digitale tjenester.

ATTRAKTIVE



Kommunikasjonen vår skal styrke vår posisjon som attraktiv arbeidsgiver. Det gjør vi ved å

- Synliggjøre våre kompetente medarbeidere.
- Legge til rette for engasjement.
- Kommunisere inkluderende.



Kommunikasjonen vår skal styrke tilliten til kommunen. Det gjør vi ved å

- Være åpne.
- Være ærlige.
- Være imøtekommande og ha en positiv holdning til media og omverdenen.



*Ingen kan komme over før vi  
bygger ei bru.*

Halvdan Sivertsen

# Kommunikasjon i hverdagen

## LEDERANSVAR

Som leder har du ansvar for intern og ekstern kommunikasjon innenfor din sektor eller enhet.

I dette ligger også ansvaret for å koordinere informasjon med andre enheter og sikre at kommunen fremstår som én aktør.

## ÅPEN

Åpenhet og merinnsyn skal praktiseres i tråd med Offentleglova.

## INTERNT FØR EKSTERNT

Informasjon som får konsekvenser for ansatte, skal informeres internt i organisasjonen før det informeres eksternt.

## PERSONVERN

Det er viktig å ivareta personvernet i kommunens kommunikasjon. Alle innbyggere skal være trygge på at vi ikke deler konfidensielle personopplysninger. Alle som har sine personopplysninger registrert hos Nittedal kommune skal vite hvilke rettigheter de har.

## LINJEANSVAR

Kommunikasjonsansvaret følger linjeprinsippet; den som har ansvaret for en tjeneste har også ansvaret for å informere om denne tjenesten.

## AKTIV OG PLANLAGT

Når vi lager planer, er kommunikasjon alltid en del av arbeidet. Kommunikasjon er også alltid inkludert når vi skriver saksdokumenter.

## MEDIEUTTALELSER

Den som er nærmest saken og kjenner den best, skal uttale seg til media på vegne av kommunen. Det er enhetsleder, kommunalsjef eller kommunedirektør som avgjør hvem som uttaler seg.

## KOMMUNIKASJON I KRISER

Kommunens plan for krisekommunikasjon trer i kraft ved beredskapshendelser. Den bygger på kommunens beredskapsplan.

## ALLE SITT ANSVAR

Kommunikasjon er alle ansatte sitt ansvar. Det er ikke bare ledere og kommunikasjonsavdelingen som kommuniserer. Alle ansatte har et selvstendig ansvar for å kommunisere forståelig og bidra til at vi når kommunikasjonsmålene våre.

## ENGASJEMENT, SAMARBEID OG SAMSKAPING

Nittedal kommune skal legge til rette for engasjement, samarbeid og samskaping og involvering, både med innbyggere og egne ansatte.

## YTRINGSFRIHET

Alle ansatte kan uttale seg om kommunale forhold som ikke er taushetsbelagt eller unntatt offentlighet, men det er ikke anledning til å uttale seg på kommunens vegne. Ytringsfriheten må veies mot hensynet til lojalitetsplikten overfor den aktuelle virksomheten, avhengig av hvilken stilling/posisjon den enkelte har.

# Verktøy og retningslinjer

**Arbeidet med kommunikasjon i Nittedal kommune skal følge vedtatte verktøy og retningslinjer.**

## Retningslinjer

Kommunikasjonsansvar og produksjon

Organisering av kommunikasjonsarbeidet

Hvem som kan uttale seg

Målgrupper og budskap

Klarspråk

Mediehåndtering

Sosiale medier

Bruk av bilder

Nittedal kommunes visuelle profil

Oversikt over lover og regler som regulerer kommunikasjonsarbeidet i kommunen



# Retningslinjer og verktøy

Vedlegg til temaplan for  
kommunikasjon 2024-2027



**NITTEDAL**  
KOMMUNE

# Verktøy og retningslinjer

**Kommunikasjonsstrategien for Nittedal kommune består av to deler. Dette er del to - verktøy og retningslinjer.**



Nittedal kommunes målbilde er «Det er godt å leve i Nittedal». Det er vedtatt tre satsingsområder og to organisasjonsmål for å nå målbildet.

Alle ansatte i Nittedal kommune har ansvar for at det er godt å leve i Nittedal. For å få til det, må vi kommunisere godt. Det innebærer at kommunikasjon er en naturlig del av all planlegging i kommunen.

God kommunikasjon er avgjørende for å lykkes. God kommunikasjon fører til at vi lærer, skaper sammen og tenker nytt. God kommunikasjon skaper engasjement, tilhørighet, samhold og kompetanse.

I sum skal vår kommunikasjon gjøre oss i stand til å nå målene som er satt opp i kommuneplanens samfunnsdel og kommunens

organisasjonspolitikk. Innbyggere, ansatte og alle andre interesserte skal oppleve vår kommunikasjon som inkluderende, forståelig, relevant og nyttig.

Sammen med tilhørende verktøy og retningslinjer som du nå holder i hendene er strategien forpliktende for alle ansatte i Nittedal kommune, og skal brukes i hverdagen. God kommunikasjon bygger et godt Nittedal å leve i.

# Innhold

|           |                                |
|-----------|--------------------------------|
| <b>02</b> | <b>Innledning</b>              |
| <b>05</b> | <b>Ansvar og produksjon</b>    |
| <b>06</b> | <b>Organisering</b>            |
| <b>07</b> | <b>Hvem som kan uttale seg</b> |
| <b>08</b> | <b>Analyse av målgrupper</b>   |
| <b>09</b> | <b>Verktøy for planlegging</b> |
| <b>11</b> | <b>Bruk av kanaler</b>         |
| <b>12</b> | <b>Klarspråk</b>               |
| <b>14</b> | <b>Håndtering av media</b>     |
| <b>15</b> | <b>Bruk av foto</b>            |
| <b>16</b> | <b>Sosiale medier</b>          |
| <b>18</b> | <b>Lover og regler</b>         |

| *Forståelse er en toveisgate*

C.J. LEWIS

# Retningslinjer for kommunikasjonsansvar og produksjon

Det er den enkelte sektor, enhet og avdeling som har ansvar for å nå kommunikasjonsmålene og følge de strategiske grepene.

## Kommunedirektør

- At det gis regelmessig og relevant intern informasjon fra kommunedirektørens ledermøter.
- At det gis regelmessig og relevant intern informasjon om og fra interne prosjekter.
- At det gis regelmessig intern informasjon fra kommunens utvalg som behandler saker som angår ansatte.
- At det gis regelmessig ekstern informasjon fra politiske møter

## Kommunalsjefer

- Aktivt finne og produsere de gode historiene
- Aktivt avdekke informasjonsmuligheter og informasjonsbehov og produsere god informasjon
- Jevnlig levere gode historier og god informasjon til kommunens hovedkanaler
- Bruke interkommunikasjon aktivt for å bygge fellesskap og stolthet på tvers av organisasjonen.
- Bruke internkommunikasjon aktivt for å fremme fagkunnskap.
- Holde innbyggerportalen oppdatert på sine fagområder.
- Holde intranett oppdatert på sine fagområder.

## Kommunikasjonssjef

- Den daglige driften og redigeringen av kommunens interne og eksterne hovedkanaler
- Lage publiseringsplaner for hovedkanalene sammen med redaksjonsteamet.
- Gi råd, veiledning og opplæring til ledere og kommunikasjonsansvarlige i arbeidet med å oppdage, vurdere og produsere innhold.
- Produsere intern informasjon fra kommunedirektørens ledermøter i samarbeid med kommunedirektøren.
- Produsere intern informasjon fra kommunens råd og utvalg som er relevant for ansatte, på vegne av kommunedirektøren.
- Produsere ekstern informasjon fra politiske møter i samarbeid med politisk sekretariat.
- Bistå kommunens ledere med rådgivning, mediekontakt og håndtering av akutte saker.

# Organisering av kommunikasjonsaktivitetene

**Nittedal kommune organiserer sitt kommunikasjonsarbeid gjennom et redaksjonsteam med medlemmer fra hver sektor.**



- Hver sektor har én kommunikasjonsansvarlig og gjerne flere bidragsyttere.
- Kommunikasjonsansvarlig har ansvaret for
  - Produksjon av eksternt og internt innhold i sin sektor.
  - Innhold på innbyggerportalen og intranett i sin sektor
  - Rekruttering av bidragsyttere i sektoren
- Kommunikasjonsansvarlig inngår i kommunikasjonssjefens redaksjonsteam.

- Redaksjonsteamet ledes av kommunikasjonssjefen.
- Det holdes regelmessige redaksjonsmøter. Hovedmålet med redaksjonsmøtene er å lage produksjons- og publiseringsplaner for våre eksterne og interne kanaler.
  - Redaksjonsteamet skal løpende gjøre opp status for innbyggerportalen og intranett, og sørge for at de faglige områdene er oppdatert til enhver tid.
  - Det er kommunalsjefene som i samarbeid med

- kommunikasjonssjef rekrutterer kommunikasjonsansvarlige for sine sektorer. Rekruttering skjer etter motivasjon, kompetanse og andre relevante kriterier.
- Kommunikasjonssjefen er redaktør for kommunens hovedkanaler, og har det daglige ansvaret for å følge opp publiseringsplaner.

# Hvem som kan uttale seg om hva

## Ansatte kan ikke uttale seg på kommunens vegne uten fullmakt.



Det er kommunedirektør, kommunalsjefer eller enhetsledere som har fullmakt til å uttale seg. Kommunikasjonssjef har også fullmakt til å uttale seg på kommunens vegne.

- Enhetsledere uttaler seg om egen virksomhet/enhet.
- Kommunalsjefer uttaler seg om egen sektor og egne fagområder.
- Kommunedirektør uttaler seg om prinsipielle og strategiske forhold.

- Politisk ledelse uttaler seg på vegne av Nittedal kommune, i tillegg til å være politikere.

Kommunikasjonsavdelingen er rådgivende, og drifter kommunens hovedkanaler. Kommunikasjonsavdelingen gir råd og kan bistå med tilrettelegging, planlegging og mediehandling.

Ansatte har en grunnlovsfestet rett til å ytre seg offentlig på egne vegne.

Alle ansatte kan uttale seg om kommunale forhold som ikke er taushetsbelagt eller unntatt offentlighet, men det er ikke anledning til å uttale seg på kommunens vegne. Ytringsfriheten må veies mot hensynet til lojalitetsplikten overfor den aktuelle virksomheten, avhengig av hvilken stilling/posisjon den enkelte har.

# Retningslinjer for analyser av målgrupper

Analyser av målgrupper og interessenter brukes for å få best mulig effekt av kommunikasjonsaktivitetene våre. Sektorer, enheter, avdelinger og prosjekter har ansvaret for å gjøre egne analyser av interessentene og målgruppene.

## Nittedal kommunes viktigste målgrupper

**Kommunens innbyggere**

---

**Kommunens ansatte**

---

**Kommunens framtidige ansatte**

---

**Idrettslag**

---

**Kulturliv**

---

**Frivillige organisasjoner**

---

**Næringslivet**

---

**Myndigheter**

---

**Samarbeidspartnere**

---

**Minoriteter i samfunnet**

---

**Media**

---

**Interessentgrupper eller enkeltpersoner**

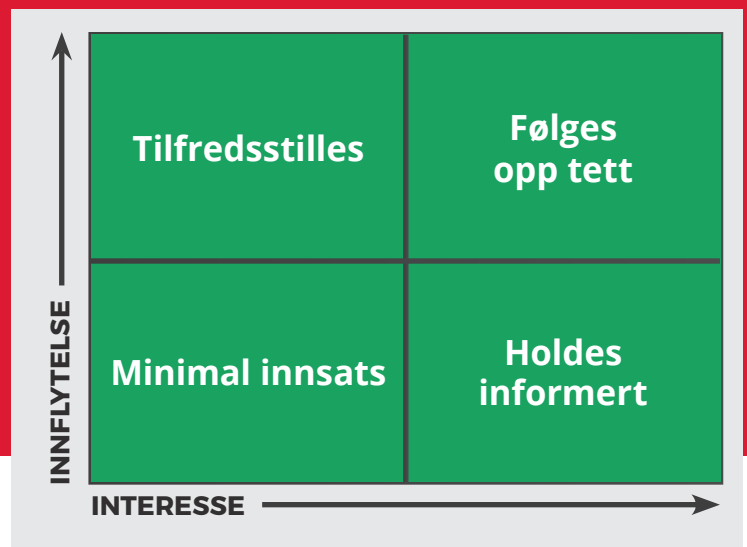
---

# Verktøy for analyse og planlegging

**Interessentmatrisen og kommunikasjonshjulet er to verktøy vi bruker for å sikre at våre kommunikasjonstiltak får best mulig effekt.**

## Matrise

for å analysere  
interessenter

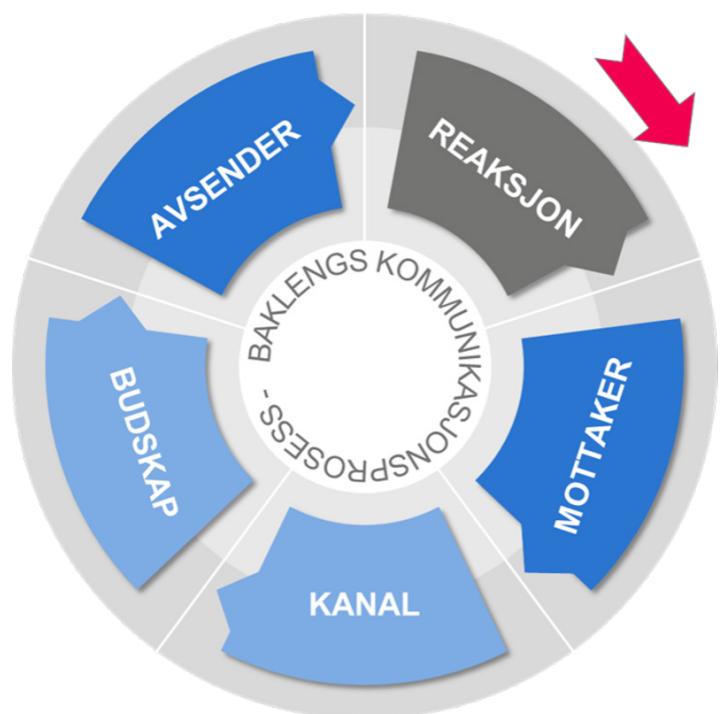


## Kommunikasjonshjulet

Kommunikasjonshjulet er en god modell å ta utgangspunkt i før du begynner å utarbeide kommunikasjonsplan.

Tenk baklengs.. Begyn med å finne svar på hva ønsket effekt eller reaksjon på kommunikasjonen skal være. Effekten av din kommunikasjon er den reaksjonen du får. Da vil du bedre kunne planlegge de andre stegene i modellen.

For å oppnå denne effekten bør du tenke over: Hvem er målgruppene mine? Hvilke kommunikasjonskanaler bør jeg benytte? Og basert på dette, hvilket eller hvilke budskap bør jeg legge vekt på? Er det jeg som skal være avsender, eller er det for eksempel klokere at det er noen andre?



*Jeg skal bare forberede mine  
spontane kommentarer*

WINSTON CHURCHILL

# Retningslinjer for bruk av kanaler

Vi bruker riktige kanaler for å nå målgruppene. Kanaler er alt fra møter og telefonsamtaler til poster i sosiale medier, redaksjonell omtale og annonsekampanjer i media.

- Vi gjør informasjon tilgjengelig gjennom få, men effektive kanaler. Det skal aldri være tvil om hvor vi kommuniserer.
- Vi er nysgjerrige. Vi ser på ny teknologi, digital utvikling, trender og egne behov med åpne øyne og nysgjerrig blikk.
- Innbyggerportalen [www.nittedal.kommune.no](http://www.nittedal.kommune.no) er vår eksterne hovedkanal. Kanalen er passiv. Det betyr at interesserte må oppsøke kanalen og søke etter informasjon. Tekst som legges ut på innbyggerportalen skal være i klarspråk og kunne forstås av alle.
- For aktiv ekstern kommunikasjon velger vi kanaler med utgangspunkt i hva vi ønsker å oppnå. Eksempler på slike kanaler: Sosiale medier, spesialløsninger for innbyggerkontakt, epost, SMS-varslinger, folkemøter, brev og møter. Budskap skal skrives i klarspråk. All visuell utforming digitalt og på trykk skal følge kommunens designmanual.
- Offentlige kommunale dokumenter som sakspapirer, rapporter, presentasjoner og planer er selvstendige kanaler. Slike dokumenter er offentlige og formelle, og de inneholder grunnlaget for hvordan Nittedal kommune styres. Disse dokumentene legger grunnlaget for hva vi kommuniserer. Derfor er kommunale dokumenter vår viktigste kanal. Slike dokumenter skal skrives med klarspråk, slik at hele befolkningen forstår innholdet. De skal også utformes i henhold til designmanualen. Offentlige kommunale dokumenter skal være lett tilgjengelige på innbyggerportalen.
- Kommunens intranett er vår interne hovedkanal når vi skal nå ut til alle ansatte.
- Epost brukes for å formidle enkeltbudskap både eksternt og internt. For at epost skal fungere og oppleves som nyttig, må bruken begrenses til innhold som er vesentlig. Vi bruker ikke epost som diskusjonsforum eller som arena for lange debatter. Epostlister som når ut til mange ansatte skal brukes med varsomhet.
- Teams brukes som samarbeidsverktøy internt. Dette er hovedverktøyet for spørsmål, diskusjoner og alle andre former for digitalt samarbeid mellom ansatte. Ansatte står fritt til å opprette samtaler seg i mellom i Teams.
- Det er kommunedirektøren som er ansvarlig for kommunens kanaler. Kommunikasjonsavdelingen har ansvaret for den daglige driften av og er redaktør for de eksterne og interne hovedkanalene. Kanalene eies av administrasjonen, og er upolitiske.



Nittedal kommune bruker klarspråk. Det gjør vi for at så mange som mulig skal forstå hva vi skriver. Vi bruker Språkrådets sjekkliste for klarspråk:

### **Gjør teksten kort og luftig**

Hvis flest mulig skal få med seg budskapet, er det et poeng i seg selv at tekstene ikke blir for omfattende. Derfor skal vi bare ta med akkurat det innholdet som gjør at målgruppen kan forstå informasjonen og bruke den til å gjøre det de skal.

### **Vurder en kort oppsummering av hovedinnholdet**

Det er ikke alltid mulig å gjøre tekstene veldig korte. Da kan det være lurt å vurdere en kort oppsummering av hovedinnholdet, for eksempel

i en kort fortalt-boks. En slik oppsummering i starten av teksten kan erstatte en ingress og gi nyttig lese- og sorteringshjelp til både sterke og svake lesere.

### **Bruk flest korte og enkle setninger**

Tekstene blir tilgjengelige for flere hvis vi bruker litt flere korte setninger enn det vi er vant til. Vi kan godt bruke leddsetninger innimellom, men da bør vi ha en god grunn til det. Legg merke til at fullstendige setninger i punktlistor og mellomtitler gir bedre lesbarhet for mange med

leseutfordringer. Husk at de tydeligste setningene ofte er aktive setninger.

### **Bruk bindeord for å skape sammenheng**

Korte setninger er et viktig grep for å gjøre teksten tilgjengelig for så mange som mulig. Vi må likevel sørge for at sammenhengene i teksten blir tydelige for leserne. Det gjør vi ved å bruke bindeord. Bindeord er ord som «derfor», «dessuten», «altså», «men», «ettersom», «siden» og «likevel».

### **Unngå nektende setninger**

Hvis vi skal nå fram til så mange som mulig, bør vi unngå for mange setninger med ordet «ikke». Det er fordi det er lett å overse ordet «ikke» og andre negasjoner («aldri», «ingen»)



når vi leser. Hvis vi klarer å snu setningen og slik unngå nektelsen, minsker vi risikoen for at leserne tolker innholdet i teksten feil.

### **Finn løsninger for å unngå lange ord**

Hvis vi har valget mellom et kort og et langt, vanlig ord for det samme, bør vi velge det korte for lesbarhetens skyld.

### **Velg konkrete og hverdagslige ord**

Det er lettere å misforstå og feiltolke abstrakte begreper siden hver enkelt leser må fylle begrepet med innhold ut fra sin egen kunnskap og sine egne forutsetninger. Vi gjør tolkningsjobben lettere hvis vi bruker konkrete begreper som flest mulig lesere kjenner igjen.

### **Unngå metaforer og språklige bilder**

Metaforer og andre språklige bilder er problematiske fordi de stiller krav til at leseren kan tolke dem rett. De kan være vanskelige for personer med norsk som andrespråk som ikke kjenner kulturspesifikke bilder, og for personer med dysleksi, ADHD og autisme og utviklingshemning som kan ha problemer med å avkode ikke-bokstavelig språk riktig.

### **Skriv ut forkortelser**

Vi skal unngå å bruke forkortelser i tekster som skal nå fram til så mange lesere som mulig. Dette gjelder de aller fleste forkortelsene, også vanlige forkortelser som kr (kroner), kl. (klokka), m

(meter) og bl.a. (blant annet). Unntakene er de tilfellene der det er mer vanlig å bruke forkortelsen enn den fullt utskrevne varianten, som UDI for Utlendingsdirektoratet og PPT for pedagogisk-psykologisk tjeneste. Hvis vi bruker slike forkortelser, må vi likevel forklare dem første gang de dukker opp i teksten.

### **Unngå kursiv, store bokstaver og mange ulike skille tegn**

En ryddig tekst uten mange forskjellige typer utheving og tegn er lettere å lese. Spar derfor utheving og tegnsetting til der det virkelig trengs.



**PRESS**

# Retningslinjer for mediehandtering

Hovedregelen er at Nittedal kommune alltid svarer på spørsmål fra journalister. Det er bare i helt spesielle tilfeller vi ikke gjør det. Det er kommunedirektøren som avgjør om vi skal avstå fra å svare.

- **Anerkjenn henvendelsen:** Svar på anropet eller les eposten så snart som mulig. Hvis du ikke kan ta telefonen der og da, ring tilbake så snart du kan. Dersom du får epost, bør du håndtere den med en gang.
- **Identifiser journalisten:** Forsikre deg om hvem som tar kontakt og hvilket medium vedkommende representerer. Dette vil hjelpe deg med å forstå hvilken type sak hen jobber med og tilpasse kommunikasjonen deretter.
- **Lytt og les nøye:** La journalisten få presentere henvendelsen sin og hva det gjelder. Vær oppmerksom på spørsmålene som stilles og eventuelle spesifikke informasjonsbehov.
- **Be om å få spørsmålene skriftlig,** gjerne på e-post. Dette vil hjelpe deg med å holde oversikt over saken og eventuelle oppfølgingspunkter.
- **Vurder situasjonen:** Husk at det bare er enhetsledere, kommunalsjefer og kommunedirektør som kan uttale seg til media, eller kan gi fullmakt. Be om mer tid til å samle inn nødvendig informasjon. Diskuter henvendelsen med enhetsleder, kommunalsjef eller kommunikasjonssjef så snart som mulig.
- **Bruk kort tid:** Journalister har ofte stramme tidsfrister. Dersom vi ikke svarer i tide, risikerer vi at saken kommer på trykk uten vår kommentar. Det er i de aller fleste tilfeller ikke gunstig, verken for oss eller for leseren. Gjør en klar avtale med journalisten om en frist for svaret, men gi deg selv nok tid til å få undersøkt saken.
- **Ærlig og balansert:** Nittedal kommunes svar til offentligheten er alltid ærlige og balanserte. Vi unngår å spekulere. Vi gir så mye informasjon vi kan, og vi er ærlige når vi ikke kan gi kommentar eller svar. Det er viktig å formulere seg slik at svaret blir forstått og oppfattet riktig.

# Retningslinjer for bruk av fotografier og video

Det viktig å følge noen retningslinjer for å sikre at du respekterer opphavsretten og personvernet til de som er avbildet. Datatilsynet har gode retningslinjer som vi bruker i Nittedal kommune.

**A**

**Opphavsrett:** Sørg for å ha tillatelse fra fotografen eller eieren av bildet før du bruker det. Dette gjelder både for bilder du finner på nettet og bilder du har liggende som er tatt av andre personer.

**B**

**Modellens samtykke:** Vi innhenter alltid samtykke før vi publiserer eller bruker bilder hvor personer er hovedmotiv. Samtykket skal være skriftlig. Bilder av barn under 18 år skal aldri brukes uten skriftlig samtykke fra foresatte.

**C**

**Bildemanipulering og redigering:** Vi endrer aldri innholdet i et fotografi. Dette kan være i strid med opphavsretten og kan også påvirke bildets integritet eller personvernet til personene som er avbildet. Det er derimot tillatt å foreta enkel redigering som justering av farger, kontrast, skarphet osv.

**D**

**Kreditering:** Krediter alltid fotografen av bildet. Dette gjøres ved å skrive fotografens navn i en tekst under bildet.

**E**

**Sensitive bilder:** Vær svært varsom med å bruke bilder som kan være sensitive eller krenkende. Dette inkluderer bilder av barn, personer i sårbare situasjoner eller bilder som kan være støtende på grunn av kulturelle eller religiøse årsaker.

**F**

Fotografier som er produsert i Nittedal kommunes tjeneste eies av Nittedal kommune, og skal være lagret i Nittedal kommunes digitale ressursbibliotek.

*Ingen av oss kan komme et  
annet menneske nær uten å  
holde noe av dets liv i våre  
hender*

KONG HARALD V

# Retningslinjer for sosiale medier

## Retningslinjer

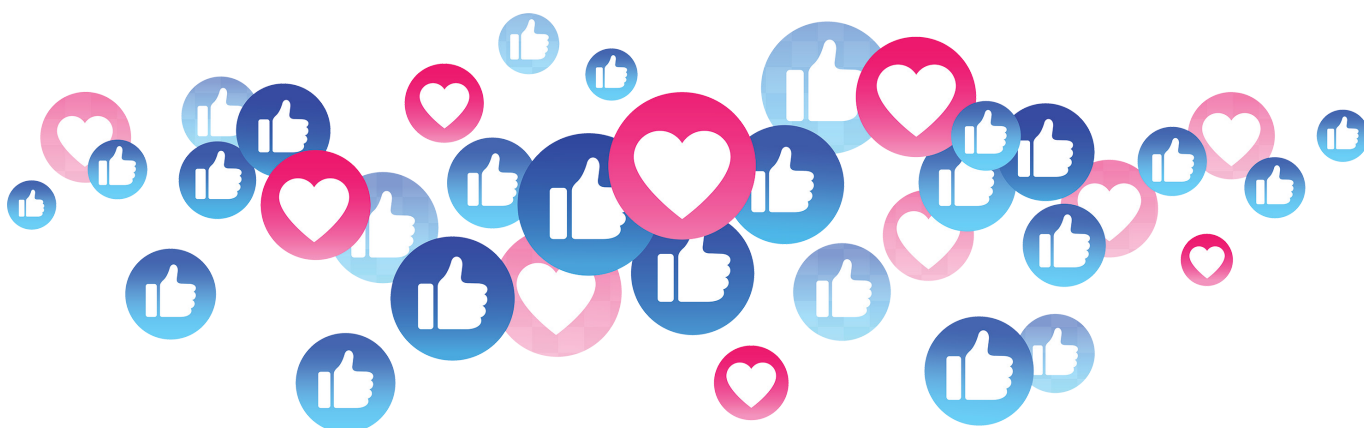
Det er kommunedirektøren som har det overordnede ansvaret for alle kontoer opprettet i Nittedal kommune sitt navn. Nittedal kommunes sentrale kontoer administreres og redigeres av kommunikasjonssjef.

Kommunens kontoer i sosiale medier er upolitiske, og administreres og redigeres av administrasjonen. Budskapene skal bidra til at vi når virksomhetsmålene.

Kommunens virksomheter kan etablere egne kanaler i sosiale medier. Slike kanaler skal utstyres med kommunevåpen, kommunens farger og visuelle uttrykk i henhold til designmanualen.

Sosiale medier er arbeidskrevende, og krever kontinuerlig produksjon og oppfølging. Tomme kanaler uten aktivitet gir dårlig omdømme og svekker tilliten til kommunen. Kapasitet og mulighet til daglig oppfølging skal derfor alltid vurderes nøye når det er ønske om å etablere ny kanal. Det skal gjøres en grundig vurdering av behovet, og om vi har andre kanaler som kan dekke behovet.

Ansatte kan fritt bruke sosiale medier. Ytringsfriheten omfatter naturligvis også sosiale medier, men husk at taushetsplikten fortsatt gjelder. Alle ansatte og politikere er ambassadører for Nittedal kommune. Hver enkelt har derfor et selvstendig ansvar for å bidra til at tilliten til kommunen og kommunens omdømme blir ivaretatt.



# Lover og regler som regulerer kommunikasjonsarbeidet i kommunen

Kommunikasjon i det offentlige, og i Nittedal kommune, reguleres av en rekke lover og regler. Her er en oversikt.

## Kommuneloven

Kommunelovens § 4 sier: «Kommuner og fylkeskommuner 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».

## Offentleglova

Formålet med offentliglova er å legge til rette for at offentlig virksomhet er åpen og gjennomsiiktig. Hovedprinsippet er at forvaltningens dokumenter er offentlige så langt annet ikke følger av lov eller forskrift.

## Forvaltningsloven

Forvaltningsloven inneholder

regler for forvaltningens saksbehandling. Loven skal blant annet sikre at forvaltningens saksbehandling foregår slik at avgjørelsene blir riktigst mulig og at bestemte hensyn og interesser ivaretas under saksbehandlingsprosessen. Viktige prinsipper her er rettssikkerhet, partsoffentlighet, taushetsplikt og habilitet. Loven definerer hva som er et enkeltvedtak og gir bestemte regler for klageadgang. Forvaltningsloven påpeker også forvaltningsorganenes veiledningsplikt.

## Lov om språk (språklova)

Formålet med språklova er å styrke norsk språk, slik at det skal kunne brukes på alle

samfunnsområder og i alle deler av samfunnslivet i Norge. Loven skal fremme likestilling mellom bokmål og nynorsk og sikre vern og status for de språkene som staten har ansvar for.

## Lov om likestilling og forbud mot diskriminering (likestillings- og diskrimineringsloven)

Formålet med likestillings- og diskrimineringsloven er å fremme likestilling og hindre diskriminering. Med likestilling menes likeverd, like muligheter og like rettigheter. Likestilling forutsetter tilgjengelighet og tilrettelegging.

## Kommunehelse- tjenesteloven og Sosialtjenesteloven

Kommunehelsetjenesteloven og Sosialtjenesteloven påpeker også helse og sosialtjenestens oppgaver med å gi opplysning, råd og veiledning.

## Plan- og bygningsloven

Plan- og bygningsloven gir tydelige føringer for informasjons offentliggjøringsplikter i planprosesser. Den har klare regler for medvirkning, konsekvensbeskrivelser og planprosesser. Gjennom medvirkning har innbyggerne rett til å kunne delta og påvirke beslutningsprosesser.

## Grunnloven

Grunnlovens § 100 sier: «Trykkefrihed bør finde Sted». Videre heter det at «Frimodige ytringer, om Stadsstyrelsen og hvilkemsomhelst anden Gjenstand ere Enhver tilladte».

## Personopplysnings- loven

Personopplysningsloven gir regler for hvordan en behandler, oppbevarer, sikrer og eventuelt gir innsyn i personopplysninger. Loven stiller krav til informasjonssikkerhet. Den gjelder for all privat og all offentlig virksomhet.

## Arkivloven

Formålet med Arkivloven er å sikre arkiv som enten har kulturell eller forskningsmessig

verdi eller som inneholder rettslig eller viktig dokumentasjon, slik at dette blir tatt vare på forettertiden.

## Arbeidsmiljøloven og Hovedavtalen

Arbeidsmiljøloven og Hovedavtalen har bestemmelser om hvordan partene i arbeidslivet informerer hverandre.

## Miljøinformasjons- loven

Miljøinformasjonsloven gir innbyggerne rett til miljøinformasjon og deltakelse i offentlige beslutningsprosesser av betydning for miljøet.

