



Östra Nylands välfärdsområde

Kommunikation (Version 01.0 Områdesstyrelsen 9.11.2023)

INNEHÅLL

Kommunikationsprinciper	1
Östra Nylands välfärdsområde	1
Inledning.....	1
1 Verksamhetsmiljön i omvälvning	1
2 Kommunikationen grundar sig på värderingarna – vad innebär det?.....	2
2.1 Jämlikhet	3
2.2 Människoorientering	3
2.3 Delaktighet	3
2.4 Mod	4
2.5 Ansvarsfullhet	4
3 Uppgift och verksamhetssätt för välfärdsområdets kommunikation	4
4 Kommunikationens roller och ansvar	5
4.1 Ledarskap är kommunikation	5
4.2 Kommunikation hör till var och en	6
4.3 Arbetsgemenskapskommunikation	6
4.4 Beslutsfattarnas och ledningens roller och ansvar	7
4.5 Kommunikationstjänsternas roller och ansvar	7
4.6 Sektorernas och ansvarsområdenas roller och ansvar	7
4.7 Vars och ens roller och ansvar	8
5 Kommunikationens målgrupper	8
6 Kommunikationskanaler	8
7 Kriskommunikation	9
8 Lagstiftning som tillämpas	9

Inledning

Välfärdsområdet och dess kommunikation finns till för människorna. Principerna för kommunikationen och verkställandet av dem grundar sig på Östra Nylands välfärdsområdes värderingar.

Ett viktigt mål för kommunikationen är att stödja produktionen av kundorienterad, jämlik och regionalt täckande trygghet och välfärd inom Östra Nylands välfärdsområde. För att nå detta mål krävs det systematiskt stärkande av jämlikheten, människoorienteringen och delaktigheten samt modig och ansvarsfull verksamhet.

Kommunikation är en del av arbetet för alla anställda vid välfärdsområdet. Kommunikationsteamet fungerar som ledningens och de anställdas stöd och partner och fattar kommunikationsmässiga beslut. Dessa kommunikationsprinciper är avsedda för alla som arbetar inom välfärdsområdet, inte enbart kommunikationsexperter.

Enligt förvaltningsstadgan leder välfärdsområdesstyrelsen välfärdsområdets kommunikation och informationen om välfärdsområdets verksamhet. Välfärdsområdesstyrelsen godkänner allmänna anvisningar om principerna för kommunikation och information på finska och svenska.

Östra Nylands välfärdsområdes kommunikationsprinciper som beskrivs i detta dokument är utgångspunkten för välfärdsområdets samtliga kommunikation. Principerna är till karaktären bestående och fungerar som utgångspunkt också för utvecklingen av kommunikationen och ändringen av praxis när förändringar i verksamhetsmiljön kräver detta.

Kommunikationsprinciperna är en utgångspunkt också för kommunikationsprogrammet som gäller under strategiperioden och exempelvis för årsvisa kommunikationsplaner.

1 Verksamhetsmiljön i omvälvning

Olika kriser under de senaste åren, såsom coronapandemin och Rysslands anfallskrig, har ytterligare påskyndat den kraftiga förändringen av informationsmiljön. Samtidigt har kriserna varit en prövning för människors psykiska kristålighet och även påverkat hur välfärdsområdets budskap tas emot och hur kommunikationen upplevs.

Under de senaste åren har de sociala mediernas roll som informationskanal ytterligare stärkts och de traditionella mediernas ställning har försvagats, även om de fortfarande är starka i Finland. I de yngre åldersgrupperna har medieanvändningen förändrats snabbast och kraftigast.

För att kommunikation ska nå alla invånare i välfärdsområdet och för att den ska svara på deras behov krävs det närvaro i många olika kanaler och ständig planering av hur resurserna ska fördelas mellan olika kanaler och plattformar.

Östra Nylands välfärdsområde är starkt tvåspråkigt och Östra Nyland har den näst största andelen personer med svenska som modersmål av alla välfärdsområden i landet. Tvåspråkigheten medför egna utmaningar för kommunikationen. Jämfört med övriga välfärdsområden i Nyland är antalet personer med utländsk bakgrund förhållandevis litet, men ökar.

Medieanvändningen och sätten att tolka information är splittrade och kommunikationens målgrupper har blivit fler. Den ökande polariseringen i samhället har stärkt informationsmiljöernas särutveckling.

Även välfärdsområdets kommunikation måste vara allt mer målgruppsinriktad och interaktiv. Att använda endast traditionella meddelanden som sänds av en myndighet svarar dåligt på behovet att anpassa kommunikationen enligt målgrupperna.

Mediernas publikationsrytm har blivit snabbare än tidigare. Även det ställer nya krav på välfärdsområdets kommunikation, bland annat när det gäller att svara på olika begäran om information.

Den visuella kommunikationens betydelse har blivit större. Detta påverkar förutom den journalistiska framställningen även myndigheternas sätt att kommunicera.

Stora framsteg har gjorts inom artificiell intelligens. Under kommande år kommer den ständiga utvecklingen inom artificiell intelligens sannolikt att förändra kommunikationens verksamhetsmiljö betydligt.

På webben förs det dagligen en kamp om vems information som är korrekt och tillförlitlig. Åsikter och uppfattningar som sprids på webben utmanar den faktabaserade myndighetskommunikationen. Medborgardiskussion förs på nya forum, och åsikterna formas allt mer även i utkanten av och utanför det traditionella demokratiska beslutssystemet.

Fientligt sinnade aktörer strävar efter att påverka människors och samhällets verksamhet genom att utnyttja omvälvningen i informationsmiljön. Den snabba förändringen i verksamhetsmiljön kräver att även kommunikationen har förmåga att förnya sig.

Framför allt kräver den dock allt mer målinriktad ledning, långsiktigare planering samt bättre verktyg för att mäta och utvärdera kommunikationen. Kommunikationen lyckas bäst när den görs till en del av den strategiska ledningen, varvid hela organisationens budskap och verksamhet är i balans.

2 Kommunikationen grundar sig på värderingarna – vad innebär det?

Östra Nylands välfärdsområdes värderingar är

- Jämlikhet
- Människoorientering

- Delaktighet
- Mod
- Ansvarsfullhet

Välfärdsområdets kommunikation bygger på dessa gemensamma värderingar. Därtill ska kommunikationen vara tillförlitlig, opartisk och lätt att förstå.

2.1 Jämlikhet

Alla kommunikationens kunder betjänas så bra och jämlikt som möjligt, oberoende av ställningen eller bakgrundsorganisationen.

Kommunikationstjänsterna tryggas på båda inhemska språken och vi beaktar språklagen i all vår kommunikation. I mån av möjlighet främjar vi tillgång till kommunikationstjänster även på lättläst språk och engelska.

I val av bilder och text beaktas människors jämlikhet. Kommunikationen ska använda neutrala uttryck och inte stärka stereotyper.

Alla ska ha möjlighet att få information om välfärdsområdets tjänster, verksamhet och beslutsfattande. Förmedlingen av budskapen kan dock begränsas av mottagarens egenskaper, funktionsnedsättningar, förmåga eller kunnande. Välfärdsområdet ska säkerställa att dess budskap når mottagaren trots sådana begränsningar.

I all vår kommunikation använder vi ett gott och tydligt standardspråk.

2.2 Människoorientering

Vi kommunicerar till människor som människor.

Vi använder ett sakligt, tydligt och begripligt språk. Begriplighet och tillgänglighet är förutsättningar för lyckad kommunikation. Man satsar på dessa i alla kommunikationskanaler.

När de används rätt gör även visuella inslag budskapet begripligare.

Vi identifierar olika kundgruppers behov och engagerar kunden i utvecklingen och utvärderingen av kommunikationstjänsterna.

Vårt mål är en högklassig kundupplevelse. Kommunikationen betjänar, lyssnar och strävar efter att hitta lösningar på ärenden.

2.3 Delaktighet

Kommunikationen är interaktiv. I interaktionen ska man vara öppen för nya saker: omfattande diskussion och samarbete redan före beredningen och under den är en förutsättning för ett lyckat resultat.

Kommunikationen har en viktig roll för att göra invånarna och kunderna delaktiga. Kommunikationen erbjuder stöd för delaktigheten och hjälp för att förverkliga den.

Vi stärker delaktigheten med transparent verksamhet vid rätt tidpunkt samt genom att stödja olika kanaler för påverkan och interaktion.

Öppen dialog är det bästa sättet att öka förtroendet.

2.4 Mod

Vi förnyar våra tjänster och verksamhetssätt modigt och smidigt tillsammans med våra intressegrupper.

Vi mäter kommunikationens resultat och kundupplevelsen.

Vi är beredda att öppet erkänna och korrigera våra misstag.

2.5 Ansvarsfullhet

Vår verksamhet är ekonomiskt, socialt och ekologiskt hållbar. Vi förutsätter ansvarsfullhet även av våra samarbetsparter.

3 Uppgift och verksamhetssätt för välfärdsområdets kommunikation

Välfärdsområdets kommunikation har som uppgift att stödja demokratin och trygghets- och välfärdstjänsterna samt kundernas tillgång till information.

Med kommunikationen stöder man att alla befolkningsgrupper omfattas av trygghets- och välfärdstjänsterna och att alla har möjlighet att få sin röst hörd med demokratiska medel.

Detta gör man genom att säkerställa att alla får den information de behöver om välfärdsområdets verksamhet och beslutsfattande på ett tillförlitligt, jämlikt och begripligt sätt. Genom kommunikation ökar man kännedomen om välfärdsområdet och dess tjänster och skapar förutsättningar för interaktion.

Med kommunikation skapar välfärdsområdet en helhetsbild av sina tjänster samt av sina beslut och deras konsekvenser. Utifrån helhetsbilden kan människor söka sig till tjänsterna, förstå orsak och verkan när det gäller besluten, påverka ärenden som bereds samt bevaka sina intressen och rättigheter.

Välfärdsområdets kommunikation ska bygga på fakta, och man måste även berätta om otrevliga ärenden.

Det är viktigt att välfärdsområdet är närvarande i de kommunikationskanaler som människor använder.

Sociala medier har blivit en fast del av människors vardag, och deras betydelse kommer sannolikt att öka även i framtiden. För välfärdsområdet är sociala medier som bäst en utmärkt kanal för att förmedla information och skapa interaktion och förtroende.

Sociala medier har dock fört med sig också negativa företeelser. Även dessa måste beaktas när man inom välfärdsområdet begrundar närvaron i sociala medier.

I synnerhet måste datasäkerheten och dataskyddet beaktas. Välfärdsområdet äger alltid självt sina officiella kommunikationskanaler.

Andra aktörers kanaler är kompletterande. På det sättet bryts inte välfärdsområdets kommunikation om en annan aktör exempelvis ändrar sin kommunikationskanal eller lägger ned den.

Man försöker nå dem som blir utanför den traditionella myndighetskommunikationen exempelvis med kommunikationskampanjer eller riktade kommunikationskoncept. I dessa kan man även använda betald reklam eller samarbete med opinionsbildare i sociala medier.

Betald reklam och samarbete med opinionsbildare kan också vara förknippat med risker och begränsningar som det är bra att beakta när man begrundar utnyttjandet av dessa. Särskild eftertanke krävs när man behandlar samhällsligt polariserande ämnen. Kommunikationen sker dock aldrig i ett tomrum, utan tolkningen av den påverkas alltid av det rådande samhällsliga klimatet.

4 Kommunikationens roller och ansvar

Alla aktörer inom välfärdsområdet svarar för sin egen kommunikation och får hjälp och stöd av kommunikationstjänsterna för detta. Alla är skyldiga att samordna både det egna serviceområdets och vid behov även den sektorövergripande kommunikationen. På det sättet undviker man utfärdande av motstridiga anvisningar och ett otydligt resultat.

Kommunikationen är en nödvändig del av det strategiska ledarskapet. Organisationen kan inte bevara sin livskraft eller sin funktionsförmåga utan planerad och styrd kommunikation. Kommunikationen utgör en del av organisationens strategiska verksamhet och leds, planeras, utvecklas och budgeteras precis som all annan verksamhet.

Kommunikationen kan ge mycket mervärde till organisationen om man förstår att den inte bara är en stöd- eller beställningsfunktion.

Kommunikationsmässiga lösningar ska begrundas och skötas av kommunikationsexperter. På det sättet skapar man systematisk kommunikation som sker vid rätt tidpunkt, har rätt tonläge och är anpassad till olika kanaler.

Kommunikationsbranschen utvecklas hela tiden, och kommunikationsexperten får en starkare roll som intern konsult, strateg och tränare inom organisationen.

Välfärdsområdets interna kommunikationsarbete får en större betydelse i oväntade situationer och vid införandet av omfattande, nya verksamhetsmodeller och metoder. Genom samarbete kan man slå samman resurserna och modigt hitta nya sätt att kommunicera på.

Externa kommunikationstjänster används när det krävs specialkompetens som sällan behövs eller när organisationens egna resurser inte räcker till.

4.1 Ledarskap är kommunikation

Framgångsrik kommunikation är möjlig endast när hela organisationen förbinder sig till de gemensamma målen från första början. Därför ska kommunikationen vara i centrum för beslutsfattandet, och representerad i styrgruppen och i den strategiska ledningen.

Den högsta ledningen ger organisationen ett ansikte och ansvarar för organisationens kommunikationskultur, kompetens och informationsförvaltning. En lyckad kommunikation vid

rätt tidpunkt förutsätter förtroendefullt samarbete mellan ledningen och kommunikationsexperterna.

Effektiv och genomslagskraftig kommunikation förutsätter mycket samarbete inom organisationen och allt mer även utanför organisationen. Man kan tala om kommunikationens ekosystem, med vilka det är möjligt att skapa, utveckla och leda en framgångsrik kommunikation.

Vår verksamhetsmiljö och våra verksamhetssätt förändras snabbt. En förutsättning för att genomförandet av ändringar ska lyckas är att de bereds i samarbete med kommunikationen.

4.2 Kommunikation hör till var och en

Kommunikation hör till alla anställda inom välfärdsområdet. Varje tjänsteinnehavare har en skyldighet att kommunicera.

Kommunikationsexperternas uppgift är att begrunda och välja kommunikationsmässiga lösningar. Den som är sakkunnig inom ämnet som kommuniceras ser till att substansen är korrekt. Kommunikationsexperterna svarar för planeringen, genomförandet, samordningen och utvärderingen av kommunikationen.

En välskött kommunikation och ständig utveckling av den kräver tillräckliga resurser.

För att garantera ett smidigt samarbete och ett slutresultat som är så bra som möjligt ska de som är sakkunniga inom ämnena som kommuniceras i god tid be kommunikationsexperterna begrunda kommande teman och frågor i anknytning till dem. Likaså ska de som svarar för kommunikationen engagera och informera andra sakkunniga när det gäller ärenden som är viktiga med tanke på skötandet av deras uppgifter och aktivt planera kommunikationen tillsammans med dem.

Organisationen ska se till att alla sakkunniga känner till sina kommunikationsmässiga ansvar och uppgifter. Sakkunniga har rätt att få det stöd och den utbildning de behöver för kommunikation.

Välfärdsområdets anställda ska känna till offentlighetslagens principer och veta vad lagen förutsätter av dem. Det är särskilt viktigt att förstå att lagen förutsätter att man i varje enskilt fall avgör vilka uppgifter som är offentliga och vilka som inte är det.

4.3 Arbetsgemenskapskommunikation

En lyckad arbetsgemenskapskommunikation skapar en grund för en fungerande organisation. I olika funktioner följer inte heller den interna interaktionen en och samma modell. Den ska dock utgå från samma principer.

En öppen arbetsgemenskapskommunikation upprätthåller och stärker den gemensamma andan, välbefinnandet i arbetet och engagemanget för gemensamma mål. Arbetsgemenskapskommunikationen ska planeras och genomföras i nära samarbete mellan representanter för ledningen, personalförvaltningen, kommunikationen och personalen.

Arbetsgemenskapskommunikationens betydelse framhävs i synnerhet i förändringssituationer, där personalen vill ha information om grunder, konsekvenser och alternativ i fråga om åtgärder som gäller dem.

En bra informationsgång är en förutsättning för att uppnå målen. Utan en öppen och diskuterande intern kommunikation kan man inte ha en effektiv extern kommunikation. När organisationens interna kommunikation är öppen står även den externa kommunikationen på en stadig grund. Detta är ytterst viktigt med tanke på förtroendet för organisationen, organisationens rykte och arbetsgivarbilden.

Huvudprincipen är att ärenden som gäller personalen alltid berättas först för personalen. Ledningen och cheferna ansvarar för detta. Cheferna har en avgörande roll i hur informationen sprids inom organisationen.

I arbetsgemenskaper finns också interna ärenden, som kommunikationsenheten inte nödvändigtvis känner till. Varje anställd har också ansvar för att skaffa den information hen behöver och att förmedla väsentlig information till dem som behöver den. Vars och ens roll som kommunikatör framhävs.

En bra arbetstagarupplevelse är en förutsättning för en positiv arbetsgivarbild. Även välfärdsområdet måste tänka på att vara intressant som arbetsplats och satsa på sin arbetsgivarbild. Det ligger i allas intresse att välfärdsområdets uppgifter sköts av en kompetent och motiverad personal.

4.4 Beslutsfattarnas och ledningens roller och ansvar

Östra Nylands välfärdsområdes styrelse fattar beslut om de allmänna principerna för kommunikationen.

Välfärdsområdesdirektören samt sektor- och ansvarsområdesdirektörerna ser till att välfärdsområdets anställda, invånarna och serviceanvändarna får tillräckligt med information om allmänt betydelsefulla ärenden som bereds och kan delta och påverka beredningen.

Direktörer, chefer, sakkunniga och beredare svarar för att man kommunicerar proaktivt och öppet om tjänsterna och ändringar som gäller dem samt om ärenden under beredning som påverkar invånare och anställda i området. Kommunikationen sköts systematiskt och planmässigt i samarbete med kommunikationsenheten. De som svarar för tjänsterna deltar i mediasamarbetet enligt sitt ansvarsområde.

4.5 Kommunikationstjänsternas roller och ansvar

Under kommunikationsdirektörens ledning skapar välfärdsområdets kommunikationstjänster förutsättningar och plattformar samt kanaler för sektorernas kommunikation och svarar för användningen av organisationens gemensamma kanaler.

Kommunikationsdirektören och kommunikationstjänsterna samordnar välfärdsområdets varumärkeshantering och leder och utvecklar planeringen och genomförandet samt verksamhetsmodellerna i fråga om både den externa kommunikationen och arbetsgemenskapskommunikationen.

Kommunikationstjänsterna svarar för kommunikationsstödet till ledningen, de sakkunniga och cheferna och för att utbilda hela organisationen i olika delområden inom kommunikation.

4.6 Sektorernas och ansvarsområdenas roller och ansvar

Inom sektorerna svarar ansvarsområdena och serviceenheterna för tjänsternas beskrivningar och datainnehåll på webbplatsen, intranätet, serviceinformationsresursen och andra motsvarande kanaler där tjänsterna presenteras. Enheterna svarar också för att kommunicera om sina tjänster och förändringar som gäller dem för sina kunder.

Den räddningsmyndighet som leder räddningsverksamheten svarar för räddningsverkets olyckskommunikation.

4.7 Vars och ens roller och ansvar

Varje anställd svarar också för egen del för arbetsgemenskapskommunikationen, arbetsgemenskapens anda samt för skapandet av Östra Nylands välfärdsområdes image såväl i möten med kunder som i andra interaktiva situationer.

Varje anställd har ansvar för att aktivt följa med välfärdsområdets interna kommunikationskanaler och för att genom sin verksamhet främja en fungerande informationsgång såväl inom arbetsgemenskapen som utåt till kunderna och välfärdsområdets invånare.

5 Kommunikationens målgrupper

Centrala mål- och intressegrupper för välfärdsområdets kommunikation:

- invånare och kunder i området
- nuvarande och kommande anställda
- beslutsfattare i välfärdsområdet och på riksnivå
- områdets kommuner, organisationer och producenter av olika tjänster
- medier

Både mellan målgrupperna och inom dem finns det variation när det gäller hurudan kommunikation och vilka kommunikationssätt som når de som hör till målgruppen.

Välfärdsområdet ska känna till målgruppernas behov i fråga om kommunikationen och regelbundet undersöka kommunikationens tillgänglighet och genomslag, exempelvis genom enkäter och utredningar av image och rykte.

Östra Nylands välfärdsområde är tvåspråkigt (finska – svenska). Allt kommunikationsmaterial ska finnas på båda språken.

6 Kommunikationskanaler

Välfärdsområdets primära kommunikationskanal är det allmänna datanätet. Information som publiceras i webbtjänsten ska vara korrekt, aktuell och tillgänglig. Särskild uppmärksamhet ska ägnas åt webbtjänstens driftsäkerhet.

Förutom webbtjänsten ska kommunikationen använda även andra kanaler, så att invånarna i området får tillräckligt med information om välfärdsområdets tjänster och verksamhet.

Kommunikationen i olika kanaler planeras med tanke på både målgruppen och innehållet.

För välfärdsområdets alla anställda är intranätet den primära kanalen för gemensam kommunikation. Även i arbetsgemenskapskommunikationen kan man använda andra kanaler för att säkerställa att kommunikationen är tillgänglig och rätt riktad.

Urvalet av kommunikationskanaler och användningen av dem utvecklas ständigt med beaktande av målgruppernas behov och förändringar i verksamhetsmiljön.

7 Kriskommunikation

Välfärdsområdets kommunikation ska fungera och vara proaktiv också i krissituationer. Kommunikationen har beredskap för situationer där kommunikationsbehovet ökar betydligt.

I kriser sköts kommunikationen huvudsakligen på samma sätt som under normala förhållanden, men kommunikationens hastighet och takt avviker mycket från det normala.

Det måste också finnas beredskap för en utdragen kris och vid sidan av den ska även den normala kommunikationen säkerställas.

Beredskapen för kriskommunikation, samt planering och genomförande av den, beskrivs närmare i kriskommunikationsplanen, som är en del av välfärdsområdets beredskapsplanering.

8 Lagstiftning som tillämpas

Kommunikationen regleras av flera lagar. De viktigaste lagarna som gäller hela välfärdsområdets verksamhet är:

Grundlagen (731/1999)

Förvaltningslagen (434/2003)

Lagen om välfärdsområden (611/2021)

Lagen om offentlighet i myndigheternas verksamhet (621/1999)

Språklagen (423/2003)

Lagen om elektronisk kommunikation i myndigheternas verksamhet (13/2003)

Lagen om tillhandahållande av digitala tjänster (306/2019)

Dataskyddslagen (1050/2018)

EU:s allmänna dataskyddsförordning (EU 2016/679)

Strafflagen (39/1889) 24 kap och 38 kap

Beredskapslagen (1552/2011)

EU:s allmänna dataskyddsförordning (EU 2016/679)

