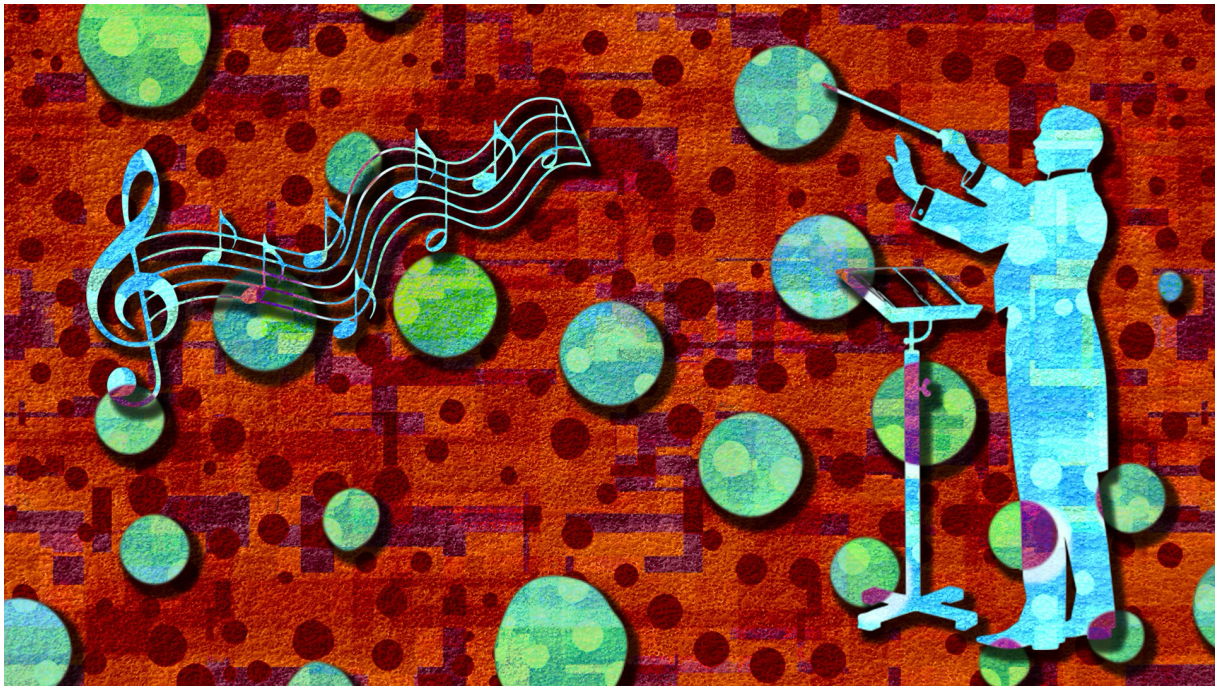
Prinsipp for kommunikasjon i Skyss



desember 2024

Samandrag

Prinsipp for kommunikasjon i Skyss skal vere eit hjelpemiddel for kommunikasjon internt og eksternt. Dokumentet definerer kommunikasjonsmål og overordna innsatsområde, og er med det også eit styringsverktøy.

Strategi for berekraftig mobilitet peiker på fylkeskommunen sitt ansvar for å sikre at berekraftig mobilitet kjem alle innbyggjarane til gode, og for at demokratisk styring av utviklinga blir lagd til grunn. For Skyss inneber dette å arbeide med samanhengen mellom alle felles og delte transportformer i mobilitetssystemet. Det inneber også godt tverrfagleg samarbeid med kommunar, tilbydarar og andre offentlege og private aktørar, kombinert med stor grad av medverknad frå dei reisande. Alt dette føreset god kommunikasjon.

Ulike avdelingar i Skyss har ulike oppgåver og målgrupper, og dei bidreg på ulike måtar til å oppfylle samfunnsoppdraget. I kommunikasjonsarbeidet må kvar avdeling sjølv definere eigne kommunikasjonsmål og målgrupper med utgangspunkt i dette dokumentet.

Innhold

1 Definisjonar 4

2 Rammeverk 5

2.1 Lovverk 5

2.1.1 Offentleglova 5

2.1.2 Kommunelova §4 5

2.1.3 Forvaltningslova 5

2.1.4 Språklova 5

2.1.5 Grunnlova 6

2.1.6 Lov om behandling av personopplysningar 6

2.1.7 Arkivlova 6

3 Korleis vil vi bli oppfatta? 7

3.1 Som merkevare 7

3.2 Som verksemd 7

4 Kommunikasjonsmål 8

5 Innsatsområde 9

5.1 Synleggjere Skyss som fagorgan for kollektivfeltet 9

5.2 Kommunisere ope og forståeleg 9

5.3 Kommunisere gjenkjenneleg 9

5.4 Kommunisere planlagt 9

5.5 Styrke internkommunikasjonen 10

1 Definisjonar

Kommunikasjon: av latin *communicare,* å gjere felles. Kommunikasjon er det å utveksle eller overføre informasjon og erfaringar.

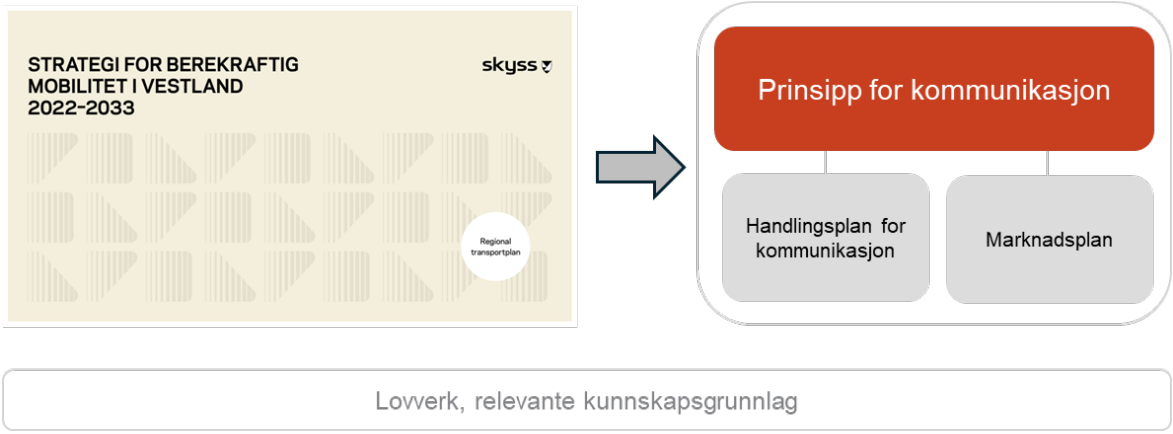
Informasjon: av latin *informare,* å gje form, skildre. Informasjonen er innhaldet som blir formidla når vi kommuniserer.

Ekstern kommunikasjon: Kommunikasjon med målgrupper utanfor Skyss. Det kan vere innbyggarar, reisande, mogleg framtidige tilsette, operatørar og andre leverandørar, næringslivet meir generelt, media eller andre interessentar. I nokre høve kan kommunikasjon med andre delar av Vestland fylkeskommune også fungere som ekstern kommunikasjon.

Internkommunikasjon: Kommunikasjon innanfor Skyss. Det er utveksling av formell og uformell informasjon frå leiarar til tilsette, frå tilsette til leiarar og mellom tilsette. Internkommunikasjonen skjer på forskjellige nivå og mellom ulike einingar eller delar av organisasjonen. I nokre høve må også kommunikasjon med andre delar av Vestland fylkeskommune sjåast på som internkommunikasjon.

2 Rammeverk

Prinsipp for kommunikasjon i Skyss skal stø opp under Skyss sitt samfunnsoppdrag, slik det er formulert i *Strategi for berekraftig mobilitet*, som er ein del av regional transportplan. Til grunn for strategien ligg Vestland fylkeskommune sitt samfunnsoppdrag, visjon og verdiar.



2.1 Lovverk

Ei rekkje lover utgjer også ein del av rammeverket for Skyss sitt kommunikasjonsarbeid.

2.1.1 Offentleglova

Formålet med offentleglova er å legge til rette for at offentleg verksemd er open og gjennomsiktig. Hovudprinsippet er at forvaltninga sine dokument er offentlege, så lenge anna ikkje følger av lov eller forskrift. Lova slår også fast meiroffentlegheit som eit prinsipp.

2.1.2 Kommunelova §4

«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».

2.1.3 Forvaltningslova

Forvaltningslova inneheld reglar for forvaltninga si saksbehandling. Lova skal mellom anna sikre at avgjerdene i saksbehandlinga blir så riktige som mogleg og at ein sikrar bestemte omsyn og interesser gjennom prosessen. Viktige prinsipp er rettstryggleik, partsoffentlegheit, teieplikt og habilitet. Forvaltningslova påpeiker ikkje minst forvaltningsorgana si rettleiingsplikt.

2.1.4 Språklova

Språklova byrja å gjelde 1. januar 2022 og erstatta mållova. Føremålet med lova er å styrke norsk språk og fremje likestilling mellom bokmål og nynorsk. Med språklova fekk fylkeskommunane nye plikter og rettar.

Vestland fylkeskommune har eit lovfesta ansvar for å bruke, utvikle og styrke bokmål og nynorsk, og eit særleg ansvar for å fremje nynorsk som det minst brukte norske skriftspråket.

Fylkestinget vedtok i desember 2019 at Vestland fylkeskommune skal ha nynorsk som administrasjonsspråk. Det betyr at fylkeskommunen bruker nynorsk i all offentleg og ekstern kommunikasjon med omverda, og krev nynorsk i skriv frå statsorgan og andre fylkeskommunar. Vi skal svare på førespurnadar frå private på den målforma som førespurnaden er skriven på. Vi skal ha malar for svarbrev på både bokmål og nynorsk.

§ 9 i språklova slår fast at «Offentlege organ skal kommunisere på eit klart og korrekt språk som er tilpassa målgruppa.»

2.1.5 Grunnlova

Grunnlova § 100 seier at «Ytringsfridom skal det vere.». Vidare står det at «Alle har rett til å ytre seg frimodig om statsstyringa og kva anna emne som helst».

2.1.6 Lov om behandling av personopplysningar

Føremålet med personopplysningslova er å beskytte den enkelte mot at personvernet blir krenka gjennom behandling av personopplysningar. Lova gir reglar for korleis ein behandlar, oppbevarer, sikrar og eventuelt gir innsyn i personopplysningar. Lova stiller krav til informasjonstryggleik og gjeld for all privat og offentleg verksemd.

2.1.7 Arkivlova

Arkivlova slår fast at offentlege organ pliktar å ha arkiv, og at desse skal vere ordna og innretta slik at dokumenta er trygga som informasjonskjelder for samtid og ettertid.

3 Korleis vil vi bli oppfatta?

3.1 Som merkevare

Merkevara handlar om tilhøvet mellom dei reisande og tenestene våre. Målet er at dei som bruker transporttenestene våre sit att med følgande inntrykk:

- Smart
- Enkelt

Den primære assosiasjonen vi skal forsterke hos dei reisande, er at det er **smart** å reise kollektivt. Marknadsarbeidet skal løfte desse momenta: At det er økonomisk smart (billegare enn å eige og køyre bil), det gir mindre kø, det reduserer utslepp, og det reduserer stress, mellom anna fordi ein slepp å leite etter parkering og kan bruke reisetida til anna enn å køyre).

Marknadskommunikasjonen vår skal vere **enkel** å forstå, og tenestene skal opplevast som enkle å bruke.

3.2 Som verksemd

Omdømmet vårt heng i stor grad saman med korleis omverda oppfattar Skyss som verksemd. Når alle som arbeider i Skyss møter omverda gjennom media, dokument, skriftleg kommunikasjon, direktekontakt eller på andre måtar, er det eit mål at målgruppene sit att med følgande inntrykk av Skyss:

- Dyktig
- Påliteleg
- Imøtekommande

4 Kommunikasjonsmål

1. Kommunikasjonen vår skal bidra til å oppfylle Skyss sine overordna strategiske mål, gjennom å styrke truverdet vårt som kompetent fagorgan innanfor kollektivfeltet.
2. Kommunikasjonen vår skal bidra til å gjere Skyss og tenestene våre kjende i heile Vestland fylke.
3. Kommunikasjonen vår skal synleggjere korleis vi arbeider med berekraftsmåla, særleg dei som blir framheva som mest sentrale i *Strategi for berekraftig mobi*litet: Mindre ulikskap, berekraftige byar og lokalsamfunn, stoppe klimaendringane og samarbeid for å nå måla.
4. Kommunikasjonen vår skal bidra til god handtering av kriser og krevjande situasjonar.

For mål knytt til internkommunikasjon, sjå *Prinsipp for internkommunikasjon*.

5 Innsatsområde

5.1 Synleggjere Skyss som fagorgan for kollektivfeltet

For å bygge Skyss sitt truverd som eit dyktig og påliteleg fagorgan innanfor kollektivtrafikk og mobilitet, skal vi:

- Synleggjere Skyss og arbeidet vi gjer for å sikre framkomst i ulike delar av fylket.
- Tilgjengeleggjere statistiske data og anna bakgrunnsmaterial
- Vere tydelegare og modigare som fagorgan internt i Vestland fylkeskommune.
- Auke mediekompetansen til leiarar og tilsette.
- Synleggjere Skyss si rolle innanfor ulike former for kollektivtransport og mobilitet, og korleis vi bidrar til å oppfylle berekraftsmål.
- Synleggjere rollefordelinga mellom Skyss og operatørane.
- Synleggjere at Skyss ikkje er ein kommersiell aktør og at vi har avgrensa økonomiske ressursar.
- Legge til rette for den demokratiske debatten rundt kollektivtrafikk og mobilitet.
- Synleggjere fleire av Skyss sine tilsette og deira fagkompetanse, også i kommunikasjonen utover.
- Synleggjere Skyss som potensiell arbeidsgjevar i heile Vestland.

5.2 Kommunisere ope og forståeleg

For å bli oppfatta som imøtekommande, må kommunikasjonen vår vere open, enkel og forståeleg. Difor skal vi:

- Legge Vestland fylkeskommune sin språkprofil til grunn. Det omfattar blant anna å legge vekt på klarspråk; ein tekst er klar når lesarane finn det dei treng, forstår det dei finn og kan bruke informasjonen til å gjere det dei skal.
- Ta omsyn til at universell utforming også handlar om språk: Ordlyden må vere forståeleg for målgruppa.
- Legge til rette for informasjon på andre språk når situasjonen tilseier det.

5.3 Kommunisere gjenkjenneleg

For å styrke Skyss som fagorgan og som merkevare skal vi kommunisere på ein gjenkjenneleg måte i alle kanalar, både i tone og innhald. Vi skal:

- Implementere *Prinsipp for kommunikasjon i Skyss* i alle avdelingar.
- Legge til rette for samsvar mellom kundekommunikasjon og kommunikasjon til andre målgrupper.
- Ha ein einskapleg visuell kommunikasjon.
- Sørge for samsvar mellom bodskap og tone.

5.4 Kommunisere planlagt

Det er viktig å kommunisere til rett tid, i rett kanal og med relevant bodskap til ulike målgrupper. Difor skal vi:

- Aktivt bruke kommunikasjonsplanar for å identifisere målgrupper, kanalar og kommunikasjonsutfordringar.
- Gjere kanalanalysar for å kunne vurdere kva kanalar vi bruker til kommunikasjon.
- Årleg vurdere om det er naudsynt å revidere *Prinsipp for kommunikasjon i Skyss.*.

5.5 Styrke internkommunikasjonen

For at Skyss skal vere ein lærande organisasjon der det er triveleg å arbeide og der tilsette deler kunnskap, lærer av kvarandre og tør å utfordre, må vi ha god internkommunikasjon. Difor skal vi:

- Arbeide etter *Prinsipp for internkommunikasjon* (eige dokument)
- Bygge stoltheit for Skyss som arbeidsplass og løfte fram tilsette som gode ambassadørar