

# Kommunikationspolicy för Eskilstuna kommunkoncern

Antagen av kommunfullmäktige  
den 13 december 2012

Gäller fr o m 1 januari 2013

---

**Postadress**

Kommunledningskontoret  
631 86 Eskilstuna

**Besöksadress**

Alva Myrdals gata 1

**E-post**

Eskilstuna.kommun@eskilstuna.se

**Telefon**

016-710 10 00

**Fax**

**Webbplats**

[www.eskilstuna.se](http://www.eskilstuna.se)

## Innehåll

Inledning .....	3
Syfte med kommunikationspolicyn .....	3
Lagstiftning .....	3
Kännetecken och förhållningssätt .....	3
Professionalism .....	4
Tydlighet .....	4
Respekt.....	4
Brukarfokus.....	4
Helhetssyn.....	4
Kommunikationsprocesser.....	5
Demokratikommunikation .....	5
Kommunikation av uppdrag och tjänster .....	5
Internkommunikation.....	6
Ortskommunikation .....	6
Kriskommunikation .....	6
Kommunikationssystem.....	7
Målgrupper.....	7
Kommunikationskanaler .....	8
Ansvar .....	9
Gränsdragning politik/förvaltning/bolag.....	10
Uppföljning .....	11
Bilaga 1 Lagstiftning inom området .....	12
Tryckfrihetsförordningen & yttrandefrihetsgrundlagen.....	12
Offentlighet- och sekretesslagen.....	12
Kommunallagen .....	12
Förvaltningslagen.....	13
Marknadsföringslagen.....	13
Upphovsrättslagen.....	13
Lagen om elektroniska anslagstavlor .....	13
PuL, Personuppgiftslagen .....	13
Språklagen.....	13
Arbetsmiljölagen.....	14
Bilaga 2 Eskilstuna kommuns styrande och stödjande dokument för kommunikationsarbetet.....	15
Styrande dokument .....	15
Anvisningar och stödjande dokument.....	15
Bilaga 3 Delaktighetstrappan .....	16

## Inledning

Eskilstuna kommunkoncern är en offentlig och politiskt styrd organisation som i huvudsak är till för alla kvinnor och män, flickor och pojkar som bor i Eskilstuna. I organisationen arbetar ca 8 500 personer, varav ca 80 procent är kvinnor och 20 procent män. Det är i mötet mellan medarbetare och invånaren/brukaren/kunden som värdet skapas, det är där vi levererar våra tjänster och det är i mötet som vi uppnår resultat. En effektiv verksamhet kännetecknas av tydliga tjänster och ett tydligt uppdrag för medarbetaren. En demokratisk verksamhet kännetecknas av en hög grad av inkludering.

Alla medarbetare, chefer och förtroendevalda har därför ett kommunikationsuppdrag, oavsett om arbetsuppgiften är att möta barn på en förskola, parkskötsel, stödja äldre eller vara ledamot i en nämnd. God kommunikation stärker bemötandet, dialogen, samarbetet och erfarenhetsutbytet och är en förutsättning för att varje medarbetare ska kunna fullgöra sitt uppdrag och för att Eskilstuna kommunkoncern ska nå organisationens mål och ytterst visionen, Eskilstuna - den stolta Fristaden.

## Syfte med kommunikationspolicyn

God kommunikation kommer inte av sig själv, utan den skapas av medarbetare, chefer, ledning och förtroendevalda. Syftet med kommunikationspolicyn är att tydliggöra vad som gäller för informations- och kommunikationsarbetet. Policyn ska bidra till ett professionellt förhållningssätt där de kommunikativa aspekterna vägs in i de beslut som fattas.

Alla har ett ansvar för att kommunikationspolicyn blir till verklighet i det dagliga arbetet. Varje förvaltning och bolag ska omvandla kommunikationspolicyns övergripande riktlinjer till konkreta strategier och planer för kommunikationsarbetet i den egna verksamheten. Varje chef och medarbetare ska använda policyn som underlag för att skapa en kommunikativ arbetsplats och verksamhet.

## Lagstiftning

Kommunikationspolicyn bygger på bestämmelser i svensk lag avseende informationsfrihet, yttrandefrihet, offentlighet och sekretess (Yttrandefrihetsgrundlagen, Tryckfrihetsförordningen och Sekretesslagen), informationsansvar (Kommunallagen, Förvaltningslagen och Språklagen) samt arbetsmiljöansvar (Arbetsmiljölagen).

Kommunikationsverksamheten påverkas därutöver bland annat av upphovsrättslagstiftningen, Personuppgiftslagen, Marknadsföringslagen och Lagen om elektroniska anslagstavlor.

## Kännetecknen och förhållningssätt

Kommunikationsarbetet utgår från Eskilstuna kommunkoncerns värden: professionalism, respekt, tydlighet, invånar-, brukar- och kundfokus samt helhetssyn.

Kommunikationsarbetet ska ha följande kännetecken:

### **Professionalism**

Ett professionellt kommunikationsarbete innebär att det är **planerat och förutseende**. En proaktiv framförhållning ska genomsyra ledningens och medarbetarnas kommunikation, såväl externt som internt.

Kommunikationsinsatserna ska planeras och integreras med beslutsfattandet på alla nivåer. Kommunikationsbehovet analyseras löpande för att kunna ge rätt information i rätt tid till rätt målgrupper.

Professionalism innebär även att vi ska ha beredskap att **agera snabbt**. Allmänhetens frågor och synpunkter ska mötas i dialog. Vi ska vid behov bemöta synpunkter som framförs i insändare och debattartiklar på ett snabbt och respektfullt sätt. Vi ska reagera på och delta i samhällsdebatter. Kommunikation via sociala medier ställer särskilda krav på snabba svar. Kommunikationsinsatser ska omgående starta i samband med krishantering.

All intern och extern kommunikation ska motverka stereotypa föreställningar om kvinnor och män. Vidare ska den spegla mångfalden i samhället.

### **Tydlighet**

Med tydlighet avses att kommunikationen ska vara **ärlig, öppen och saklig**. Det avser alla medarbetares kontakter, såväl internt som med omvärlden. Vi ska använda ett språk som är enkelt och tydligt. Vi är tydliga med vad som är personliga åsikter och organisationens hållning i sakfrågan. Vi ska säga som det är och inte dölja fakta som kan uppfattas som negativa. Massmediernas arbete med att spegla och granska verksamheter ska underlättas.

### **Respekt**

**Bemötandet ska vara gott**. Brev, e-post, telefonmeddelanden och meddelanden i sociala medier besvaras skyndsamt. Bilder och språk ska utgå från ett mångfalds- och jämställdhetsperspektiv. Vi ska ta hänsyn till personer som på grund av exempelvis funktionsnedsättning eller språk kan ha svårt att läsa eller förstå.

### **Brukarfokus**

Kommunikationsarbetet ska ha ett **tydligt fokus på brukaren, invånaren och kunden**. Innehåll ska vara relevant och anpassas till mottagarnas förutsättningar. Kommunikationsform ska väljas utifrån vilken målgrupp man vill nå och vilket innehåll som ska förmedlas. Hänsyn ska tas till att målgruppen/mottagarna består av kvinnor och män, flickor och pojkar, Målgruppsanalys ska göras ur ett mångfaldsperspektiv.

### **Helhetssyn**

Kommunikationen ska bygga på en helhetssyn och så långt som möjligt vara **samordnad** mellan olika aktörer inom kommunkoncernen. All kommunikation ska ha en **tydlig avsändare** och följa kommunens **grafiska profil**. Bolagen ska följa

sina respektive grafiska profiler, som ska signalera att verksamheten är en del av Eskilstuna kommunkoncern.

Visionen, Eskilstuna – den stolta fristaden, ska genomsyra allt kommunikationsarbete.

## **Kommunikationsprocesser**

Kommunikationsarbetet har fem huvudfunktioner:

- Främja demokratin
- Tydliggöra vårt uppdrag och våra tjänster
- Göra medarbetare delaktiga och kunniga
- Öka Eskilstunas attraktionskraft
- Hantera kriser

## **Demokratikommunikation**

Det demokratiska uppdraget ska utgå från den så kallade delaktighetstrappan (se bilaga).

Kommunikationsaspekter ska vara väl integrerade i den demokratiska processen. Det ska vara lätt att ha insyn, vara delaktig och kunna påverka i ett tidigt skede i den demokratiska processen. Politiska organ och förtroendevalda ska vara väl kända, mötestider offentliga, handlingar och protokoll ska finnas tillgängliga via olika kanaler, det ska finnas forum för möten och dialog mellan förtroendevalda och invånare. Vi ska kommunicera övergripande mål, långsiktig utveckling men också resultat och utfall.

*Kommunikationsmål:* Invånarna ska uppleva att det är lätt att ha insyn i och vara delaktig i den demokratiska processen.

## **Kommunikation av uppdrag och tjänster**

Information och kommunikation bidrar till att tydliggöra och tillgängliggöra kommunkoncernens uppdrag och service för invånare, brukare, kunder, näringsliv och andra målgrupper. Den lägger även en grund för bilden av Eskilstuna kommunkoncern.

Vårt uppdrag och våra tjänster ska tydligt kommuniceras i första hand i våra etablerade kanaler. Vi ska kommunicera kontaktuppgifter, servicedeklarationer, förändringar, mått och jämförelser. Bemötandet ska vara gott, tillgängligheten god och frågor ska besvaras snabbt och tydligt. Det ska vara enkelt komma i kontakt med kommunkoncernen och att lämna synpunkter, oavsett vem som är huvudman inom koncernen.

*Kommunikationsmål:*

Brukare och kunder ska uppleva att det är lätt att få information om kommunkoncernens uppdrag, tjänster och åtaganden, att det är lätt komma i kontakt med verksamheterna och att de får ett gott bemötande.

**Internkommunikation**

Information och kommunikation är en förutsättning för att skapa en effektiv verksamhet och för att nå kommunkoncernens mål och vision. Det är ett verktyg för ledning och styrning och utgör grunden för ett hälsosamt och öppet arbetsklimat. Öppenhet, dialog, delaktighet och förtroende ska vara kännetecknande. Medarbetare som är delaktiga har förutsättningar att bidra till utveckling och ge en god service. Samtliga anställda är bärare av Eskilstunas vision och varumärke.

*Kommunikationsmål:*

Alla medarbetare ska förstå sin roll i helheten, det egna uppdraget, vara delaktig i verksamhetens utformning och utveckling samt ha tillgång till den information som behövs för att fullgöra sitt uppdrag.

**Ortskommunikation**

Eskilstunaborna ska känna stolthet över sin ort. De ska ha möjlighet att leva ett aktivt liv och ta del av det utbud som orten erbjuder och kunna vara viktiga ambassadörer och värdar för många besökare. Det är även angeläget att hela Eskilstuna utvecklas med fler invånare, fler studenter, fler arbetstillfällen och en utvecklad besöksnäring.

Kommunen har ett särskilt ansvar att strategiskt samordna ortens kommunikation och marknadsföring. I det arbetet är bland andra Eskilstuna Marknadsföring AB en viktig samverkanspart.

*Kommunikationsmål:* Bilden av Eskilstuna, Torshälla och landsbygden ska vara attraktiv för Eskilstunabor, besökare, studerande, nya invånare och näringsliv.

**Kriskommunikation**

En extraordinär händelse medför allvarliga störningar i viktiga samhällsfunktioner och kräver snabba och omfattande insatser. Många människor kan drabbas svårt och stora materiella skador kan uppstå. I en kris är snabbheten avgörande. Ju längre tid det tar innan kommunikationsarbetet kommer igång, desto större risk är det för ryktesspridning och kaos.

Kommunikationsarbetet är centralt vid extraordinära händelser och ska utgå från krisledningsplanen. Det ska vara samordnat mellan de involverade parterna och vi ska sträva efter största möjliga öppenhet i alla situationer.

*Kommunikationsmål:* Medarbetare och invånare ska vid en kris känna sig trygga med hur krisen hanteras.

## Kommunikationssystem

Ett professionellt förhållningssätt i kommunikationsarbetet innebär att se kommunikationen i ett helhetsperspektiv. Kommunikationssystemet i Eskilstuna kommunkoncern består av alla aktörer, kanaler och budskap.

Budskapen grundas i de fem verksamhetsprocesserna demokratikommunikation, kommunikation om uppdrag och tjänster, ortskommunikation, internkommunikation samt kriskommunikation.

Kanalerna används för att kommunicera, det kan exempelvis vara möten, e-post, telefon, nyhetsbrev, dialogmöten, intranät, webbplats, etc.

Aktörerna kan ha olika roller i kommunikationsprocessen, exempelvis initiativtagare till kommunikationsinsatsen, målgrupp eller vidareförmedlare. Ett effektivt kommunikationssystem innehåller kanaler och kommunikationsvägar för:

- Information, inklusive snabb information vid akuta händelser
- Kommunikation, med möjlighet utbyte av information, synpunkter samt frågor och svar
- Dialog, kring budskap som är mer komplexa och behöver skapa involvering
- Återkoppling vid exempelvis synpunkter, frågeställningar och händelser

Med ett helhetsperspektiv när det gäller budskap, kanaler och aktörer ökar även effektiviteten i verksamheten, det blir ordning och reda i kommunikationen och det finns goda förutsättningar för ledning, styrning och lärande.

## Målgrupper

Grundläggande i en målgruppsanalys är att den utgår från ett mångfaldsperspektiv och tar hänsyn till att samtliga målgrupper består av kvinnor och män, flickor och pojkar. Prioriterade målgrupper för kommunkoncernens information och kommunikation är:

### Interna

- Medarbetare
- Chefer
- Förtroendevalda
- Fackliga organisationer

**Externa**

- Invånare
- Brukare & kunder
- Besökare
- Samarbetspartners, i synnerhet
  - Mälardalens högskola
  - Näringsliv
  - Föreningsliv och organisationer
- Media

**Kommunikationskanaler**

Internt inom kommunkoncernen har vi tillgång till ett antal gemensamma kommunikationskanaler.

För information:

- Nyhetsbrev till chefer
- Intranät för alla medarbetare

Kommunikation:

- Chefsträffar per förvaltning/bolag
- Gemensamma chefsträffar – 80-90-gruppen samt 350-gruppen
- Omvärldsdag, budgetupptakt, dialogmöten och bokslutsgenomgång.
- Intranät för alla medarbetare

Dialog:

- Enhetsmöten och arbetsplatsträffar
- Ledningsgrupper på förvaltningsnivå/bolagsnivå samt på kommungemensam nivå.
- Dialogmöten och bokslutsberedning
- Samverkansgrupp på lokal och central nivå.
- Nämndernas arbetsutskott

Det kan inom förvaltningar och bolag finnas ytterligare kommunikationskanaler.

De gemensamma externa kanaler som ska användas för kommunikation och dialog med kunder, brukare och invånare:

För information:

- eskilstuna.se
- Aktuellt från Eskilstuna - veckoannons
- Annonsering av möten



- Nyhetsbrev och kundtidningar
- Media
- Informationstavlor

För kommunikation:

- Sociala medier och eskilstuna.se
- Medborgarkontor
- Mötesplatser
- Medborgarpanelen
- Offentliga möten och samråd

För dialog:

- Dagliga kontakter och möten
- Brukarråd

## Ansvar

Ansvar för kommunikation och information följer verksamhetsansvaret. Det betyder att varje nämnd/styrelse och förvaltning/bolag ansvarar för kommunikationen inom sitt verksamhetsområde.

**Alla medarbetare** har eget ansvar för att den interna och externa kommunikationen fungerar bra. Alla ska medverka i och skapa dialog, söka den information man behöver för att utföra arbetet samt att dela med sig av sina egna kunskaper. Alla har även ett ansvar för en god kommunikation med brukare, kunder och invånare.

**Projektledare och handläggare** har ansvar för att respektive projekt och ansvarsområde kommuniceras till de målgrupper som är berörda. Inför varje projekt ska behovet av en kommunikationsplan bedömas.

**Kommunikationsstrategerna** på respektive förvaltning/bolag arbetar tillsammans med förvaltningarnas och bolagens ledningsgrupper för att verkställa kommunikationsuppdraget i enlighet med kommunikationspolicyn, övergripande mål och prioriteringar samt årsplanen.

**Kommunikatörer** i förvaltningar och bolag har i uppdrag att driva och utveckla informations- och kommunikationsarbetet i enlighet med kommunikationspolicyn. De ger expertstöd till chefer, handläggare och projektledare och arbetar med kommunikationsplanering utifrån övergripande mål och prioriteringar.

**Varje chef** har ett kommunikationsansvar för sitt ansvarsområde. Chefen ska verka för att den egna verksamhetens kommunikation fungerar, för att skapa delaktighet och att en öppen och förtroendefull dialog förs med medarbetare och externa

målgrupper. Chefen ansvarar vidare för att medarbetare vet var de ska söka information och för att de har tillgång till informations- och kommunikationskanalerna. Chefen ansvarar dessutom för mediakontakter inom sitt sakområde.

**Respektive förvaltningschef/VD** ansvarar för att förvaltningar och bolag genomför, utvecklar och följer upp kommunikationsuppdraget i enlighet med kommunikationspolicyn och årsplanen.

**Kommunikationsdirektören** leder, samordnar, utvecklar och utvärderar det gemensamma strategiska informations- och kommunikationsarbetet i kommunkoncernen utifrån kommunikationspolicyn och är ansvarig för framtagande och uppföljning av andra styrande dokument för kommunikationsverksamheten. Kommunikationsdirektören är ägare av kommunkoncernens gemensamma kommunikationskanaler.

**Kommundirektören** har det yttersta ansvaret för att kommunkoncernens informations- och kommunikationsarbete drivs enligt kommunfullmäktiges styrdokument på området.

### **Gränsdragning politik/förvaltning/bolag**

I en politiskt styrd organisation är det den politiska ledningens uppdrag att fatta beslut om verksamhetens inriktning, budget och mål. För verkställande av dessa beslut finns en förvaltnings- och bolagsorganisation. Inför och efter att beslut fattats finns behov av dialog mellan den politiska ledningen och förvaltnings- respektive bolagsorganisationen. Det är viktigt att den interna dialogen präglas av öppenhet och förtroende för att Eskilstuna kommunkoncern ska kunna vara tydlig i sin kommunikation med interna och externa målgrupper.

En traditionell ansvarsfördelning är att de politiska företrädarna främst kommunicerar sin politiska vilja och sina ståndpunkter i olika frågor med invånarna, samt att tjänstemännen kommunicerar de frågor som är uppe för beslut samt kommunicerar verkställande av fattade beslut.

Gränsdragningarna är ibland svåra att tydligt definiera och vikten av dialog och koordination blir allt större. Därför är det viktigt att tjänstemannaledningen gör en avstämning gentemot den politiska ledningen före större externa kommunikationsinsatser. Det är värdefullt att den politiska ledningen gör på motsvarande sätt. Följande utgångspunkter gäller för tjänstemannaorganisationen:

- att skapa förståelse för den politiska processen och förmedla att Eskilstuna kommunkoncern är en politiskt styrd organisation,
- att inte förmedla eller värdera budskap från politiska partier,
- att kommunicera utrednings- och planeringsarbete med berörda målgrupper såväl inför beslut som efter att beslut är fattade. I uppdraget ingår också att ansvara för att praktiska konsekvenser och implementering av beslut.

## Uppföljning

Ansvar för implementering och därmed även uppföljning av kommunikationspolicyn ligger på respektive förvaltnings- och bolagschef. Ett särskilt ansvar för den gemensamma uppföljningen ligger även på kommunikationsdirektören.

Uppföljning sker dels löpande under året i kommunikationsplaner dels i samband med delårsbokslut och bokslut.

Kommunikationsmålen ska följas upp ur ett jämställdhetsperspektiv.

## Bilaga 1 Lagstiftning inom området

### Tryckfrihetsförordningen & yttrandefrihetsgrundlagen

Dessa grundlagar reglerar att varje medborgare gentemot det allmänna ska kunna förmedla information och uttrycka sina tankar, åsikter och känslor, i tal, skrift, bild eller på annat sätt.

#### *Offentlighetsprincipen*

Offentlighetsprincipen innebär att alla myndigheter är skyldiga att utan dröjsmål lämna ut allmänna handlingar till den som begär det, såvida inte handlingarna omfattas av sekretess. Varje medborgare har alltså rätt att söka, läsa, skriva av och diskutera allmänna handlingar. Offentlighetsprincipen är fastslagen i tryckfrihetsförordningen.

#### *Meddelarfriheten*

Reglerna om meddelarfrihet innebär att alla anställda inom offentlig verksamhet får lämna uppgifter till massmedier, i syfte att de ska publiceras. Meddelarfriheten kompletteras med förbud att forska efter källa. Det innebär att arbetsgivaren inte får undersöka de anställdas kontakter med massmedier.

### Offentlighet- och sekretesslagen

Offentlighet- och sekretesslagen anger vilka uppgifter som är sekretessbelagda. Alla uppgifter om en persons sjukdom, sinnesbeskaffenhet, familjeförhållanden, arbetsförmåga, ekonomiska och sociala förhållanden är sådant som lagen kallar hälsotillstånd eller personliga förhållanden. Sekretess innebär att sådana uppgifter inte får föras vidare till vem som helst. Sekretessreglerna gäller oavsett om du är anställd eller enbart har ett uppdrag. Sekretessreglerna gäller oavsett om ett sekretessbevis/sekretessavtal har undertecknats eller ej.

### Kommunallagen

Kommunallagen beskriver vår skyldighet att informera medborgare om vår verksamhet. Här är några exempel på paragrafer:

1 kap 4 § Medlemskap: Medlem av en kommun är den som är folkbokförd i kommunen, äger fast egendom eller är taxerad till kommunalskatt där.

5 kap Fullmäktige 34 § Folkomröstning: Fullmäktige kan besluta att det som ett led i beredningen av ett ärende som fullmäktige ska handlägga ska inhämtas synpunkter från medlemmar i kommunen. Det kan ske genom folkomröstning eller opinionsundersökning eller något liknande förfarande.

5 kap 38 § Offentlighet: Fullmäktiges sammanträden är offentliga. Fullmäktige får dock besluta att överläggningen i ett visst ärende ska hållas inom stängda dörrar.

5 kap 57 58 § KF protokoll, 62 § protokolltillkännagivande: Senast andra dagen efter att protokollet justerats ska justeringen tillkännages på anslagstavlan.

## Förvaltningslagen

Förvaltningslagen reglerar bland annat myndigheters handläggning av ärenden och deras skyldighet att ge service till medborgarna. Lagen innebär bland annat att varje myndighet ska lämna upplysningar, vägledning, råd och annan hjälp till enskilda i frågor som rör myndigheternas verksamhetsområde. Hjälpen ska lämnas i den utsträckning som är lämplig med hänsyn till frågans art, den enskildes behov av hjälp och myndigheternas verksamhet.

Frågor ska besvaras så snart som möjligt. Myndigheter ska också vara tillgängliga för allmänheten i så stor utsträckning som möjligt. Finns särskilda besöks- eller telefontider ska allmänheten informeras om dessa på ett lämpligt sätt. I Förvaltningslagen anges också att ärenden som omfattar enskilda ska handläggas så enkelt, snabbt och billigt som möjligt, utan att rättssäkerheten eftersätts.

## Marknadsföringslagen

Marknadsföringslagen gäller bland annat för marknadsföring av varor, tjänster, fast egendom och arbetstillfällen. Reklamen och informationen ska följa god marknadsföringssed, vilket betyder att den måste följa vissa regler för att skydda konsumenterna. Säljaren ska lämna sådan information som är av särskild betydelse från konsumentsynpunkt.

## Upphovsrättslagen

Upphovsrätt är en samlingsbeteckning för skydd av ”intellektuella prestationer”. Den som skapar något unikt, t.ex. en text, bild, foto har ensamrätt till verket. Sådant som produceras i tjänsten tillfaller i allmänhet arbetsgivaren. I kommunikationsarbetet är det viktigt att alltid förvissa sig om att vi har rätten att publicera text och bild och att noga ange källor vid citat.

## Lagen om elektroniska anslagstavlor

Lag om ansvar för elektroniska anslagstavlor gäller bland annat skyldigheten att regelbundet kontrollera innehåll i interaktiva funktioner, exempelvis anslagstavlor, diskussionsforum och kommentarsfunktioner. Innehåll ska omgående tas bort som uppenbart är sådant som avses i bestämmelserna i 16 kap i brottsbalken om uppvigling, hets mot folkgrupp, barnpornografibrott eller olaga våldsskildring. Det avser även innehåll där det är uppenbart att användaren har gjort intrång i upphovsrätt.

## PuL, Personuppgiftslagen

Syftet med Personuppgiftslagen är att värna om den personliga integriteten. PuL reglerar vad som gäller för publicering av personuppgifter på Internet. Grundprincipen är att personuppgifter inte får publiceras, såvida inte berörda personer gett sitt uttryckliga samtycke, skriftligt eller muntligt.

## Språklagen

Sverige har sedan 1 juli 2009 en särskild språklag. I lagen finns bestämmelser om svenska språket, de nationella minoritetsspråken och det svenska teckenspråket. Lagen fastslår att:

- svenska språket ska vara huvudspråk i Sverige
- svenskan ska vara ett komplett och samhällsbärande språk
- den offentliga svenskan ska vara vårdad, enkel och begriplig
- alla ska ha rätt till språk: att utveckla och tillägna sig svenska språket, att utveckla och bruka det egna modersmålet och nationella minoritetsspråket och att få möjlighet att lära sig främmande språk.

### **Arbetsmiljölagen**

I arbetsmiljölagen finns regler för arbetsgivare och andra skyddsansvariga om att förebygga ohälsa och olycksfall i arbetet. Det finns också regler om samverkan mellan arbetsgivare och arbetstagare. I arbetsmiljölagen står bland annat att arbetstagaren ska ges möjlighet att medverka i utformningen av sin egen arbetsituation samt i förändrings- och utvecklingsarbete som rör dennes eget arbete.

## **Bilaga 2 Eskilstuna kommuns styrande och stödjande dokument för kommunikationsarbetet**

### **Styrande dokument**

Kommunikationspolicy

4-åriga strategiska mål och processmål bryts ned till årlig kommunikationsplan

Nämndernas/förvaltningarnas årsplaner

Sponsringspolicy (ska tas fram)

Grafisk profil (revideras)

Grafisk profil för visionen (revideras)

Synpunktshantering

På spaning efter jämställdheten. Rapport och handlingsplan 2011-2015

– uppdrag om mångfaldsanalys i kommunikationsarbetet

Riktlinjer för användandet av språk i Eskilstuna kommun.

### **Anvisningar och stödjande dokument**

Kommunikationshandbok (ska tas fram)

Varumärkesplattform (ska tas fram)

Plan för kriskommunikation (ska tas fram)

Riktlinjer för sociala medier (finns, ska revideras)

Anvisningar för mediakontakter (ska tas fram)

Anvisningar för demokratikommunikation (ska tas fram)

Anvisningar för intern kommunikation (ska tas fram)

Anvisningar för eskilstuna.se (finns, revideras i samband med nya eskilstuna.se)

Anvisningar för internportalen (under utarbetande)

Anvisningar för Aktuellt från Eskilstuna kommun (finns)

Skrivhandledning (revideras)

### Bilaga 3 Delaktighetstrappan



**Information** – för att kunna vara delaktig behöver man vara väl informerad och ha möjlighet att ta till sig kunskaper om den fråga som ska behandlas. Vissa beslut är inte lämpade för medborgardialoger men medborgarna har rätt att bli informerade om vilket beslut som fattats. En transparent kommun/ landsting skapar tillit och förtroende.

**Konsultation**- innebär att ge medborgarna möjlighet till att ta ställning till vilket alternativ de tycker är mest lämpligt för en aktuell fråga. Här utgår man från färdiga alternativ som är beredda av professionen och godkända av de förtroendevalda och där medborgarna får ta ställning till om de föredrar alternativ 1 eller 2 eller A eller B.

**Dialog** – här ger man människor möjlighet att möta andra för att föra dialog om en aktuell fråga. Utgångspunkten är att alla ska få föra fram sin åsikt och argumentera för sin syn på frågan. Grunden är att man behöver inte nå konsensus.

**Delaktighet** – innebär att medborgarna deltar under en längre tid och är med i en utvecklingsprocess från det vita pappret till färdigt förslag som underlag till politiska beslut. Deltagandet blir på en djupare nivå.

**Medbeslutande** – här har den representativa valda församlingen valt att delegera ansvar till nämnd eller styrelse där delegaterna inte är valda utifrån partitillhörighet utan valda som person. Exempel; Svågadalsnämnden i Hudiksvall eller skolstyrelser där föräldrar ingår som medlemmar.

Delaktighetstrappan ska ses som en hjälp till att strukturera medborgardialogen i förhållande till de beslut de förtroendevalda ska fatta och utgå från de lokala förutsättningar som råder i kommunen/landstinget.

Källa: Webbhandbok Medborgardialog, 11 tankar, Sveriges kommuner och landsting.  
[http://www.skl.se/vi\\_arbetar\\_med/demos/demokratiutveckling/medborgardialog/medborgardialog\\_11\\_tankar](http://www.skl.se/vi_arbetar_med/demos/demokratiutveckling/medborgardialog/medborgardialog_11_tankar)