

Undersøkelse om statlig informasjonspolitikk

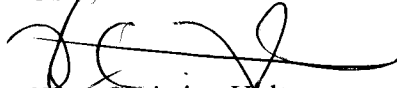
Difi rapport 2009:2
ISSN 1890-6583

Forord

I forbindelse med arbeidet med ny statlig kommunikasjonspolitikk har Direktoratet for forvaltning og IKT gjennomført en kartlegging av hva toppledere og kommunikasjonssjefer i departementer, direktorater/tilsyn og hos fylkesmennene mener om dagens statlige informasjonspolitikk, hvordan den praktiseres i dag og hvilke forventninger og innspill de har til en ny statlig kommunikasjonspolitikk. Undersøkelsen ble gjennomført i desember 2007 – januar 2008.

Difi står ansvarlig for innholdet i rapporten. Fungerende avdelingsdirektør Marit Mellingen har vært prosjektansvarlig, og arbeidet er utført av Lisbeth U. Hansen, Sissel C. Motzfeldt og John Nonseid.

Oslo, 31. mars 2009



Hans Christian Holte
direktør

Innhold

1	Innledning	3
1.1	Metode og målgruppe.....	3
1.1.1	Utvalg	3
1.1.2	Svarprosent.....	3
1.2	Respondentenes bakgrunn.....	4
2	Praktisering av informasjonspolitikken.....	6
2.1	Kjennskap til dagens statlige informasjonspolitikkk	6
2.2	Forankring av informasjonspolitikken	7
2.3	Etterlevelse av aktiv-, kommunikasjons- og helhetsprinsippet.....	9
2.4	Etterlevelse av leder- og linjeprinsippet.....	12
3	Innspill til ny kommunikasjonspolitikk	14
3.1	Synspunkter på målene.....	14
3.2	Synspunkter på prinsippene	15
3.3	Temaer som bør omtales i ny politikk.....	16
3.4	Form på ny politikk	18
3.5	Andre kommentarer.....	19
3.6	Implementering av ny politikk	20

Sammendrag

Undersøkelsen ble gjennomført i desember 2007 – januar 2008. Hensikten var å kartlegge hva toppledere og kommunikasjonssjefer i departementer, direktorat/tilsyn og hos fylkesmennene mener om dagens statlige informasjonspolitikk, hvordan den praktiseres og å få innspill til ny statlig kommunikasjonspolitikk. Av 351 respondenter besvarte 210 undersøkelsen som gir en svarprosent på 59.

Kjennskap til politikken

De fleste respondentene sa at de kjenner politikken rimelig godt. De trodde imidlertid den var langt mindre kjent blant andre ledere i egen virksomhet, saksbehandlere og i førstelinjen. Færre enn en tredjedel trodde at ”saksbehandlere vurderer informasjon og kommunikasjon som en naturlig del av saksbehandlingen og som et virkemiddel på linje med andre virkemidler”.

Tilfredshet med dagens mål og prinsipper

Siden det var høy oppslutning om å videreføre både målene og prinsippene fra dagens politikk til den nye, tyder det på at respondentene stort sett er fornøyde med innholdet i dagens informasjonspolitikk. Målet om at ”informasjonspolitikken skal bidra til at kommunikasjon benyttes som virkemiddel for å nå politiske mål” hadde lavest skår og var det delmålet som flest hadde kommentarer til. Prinsippet om informasjon som lederansvar og prinsippet om aktiv informasjon fikk høyest tilslutning, mens kommunikasjonsprinsippet fikk lavest.

Etterlevelse av politikken

Det var generelt lavere skår på påstandene som handlet om etterlevelsen av de ulike prinsippene. Påstander med lavest skår var de som handlet om hvorvidt egen virksomhet evaluerer større informasjonstiltak, samarbeider med organisasjoner for å nå befolkningen og gjennomfører brukerundersøkelser jevnlig. Aller dårligst ut kom påstanden om ”vår virksomhet tilrettelegger kommunikasjon med de gruppene av befolkningen som har vanskeligst for å nå fram til det offentlige”. Det var høyest *enighet* om etterlevelsen av påstandene om at ”informasjonsvirksomheten planlegges aktivt på grunnlag av ulike gruppers situasjon og behov”, ”virksomheten legger kunnskap om brukernes behov og ønsker til grunn for utformingen av tjenestene” og at ”virksomheten har faste rutiner for å samordne informasjon med tilgrensende/underliggende virksomheter slik at den blir helhetlig for mottakeren”. Vi ser at det først og fremst er direktorat/tilsyn og kategorien ”annet” som er enige i at de gjennomfører brukerundersøkelser jevnlig, evaluerer større informasjonstiltak og samarbeider med private organisasjoner og interessegrupper for å nå befolkningen.

Forankring av politikken

Selv om lederprinsippet i dagens informasjonspolitikk sier at kommunikasjon skal være et område der det skal stilles resultatkrav til statlige toppledere, var det bare om lag en tredjedel som svarte at samtlige ledere i deres virksomhet blir vurdert på resultater på kommunikasjonsområdet. Samtidig var det godt over halvparten som var enige i at ledere i deres virksomhet burde rapportere på kommunikasjonsområdet. Det var også flere som ønsket at det skal stilles krav

til kommunikasjon i alle tildelingsbrev enn som hadde fått krav om dette i forrige tildelingsbrev. Det er ganske høy oppslutning om påstanden ”kommunikasjon blir vurdert som et viktig strategisk virkemiddel av alle ledere i min virksomhet”, men oppslutningen var noe lavere om påstanden ”informasjonspolitikken er styrende for kommunikasjonsarbeidet i vår virksomhet”.

Kompetanse, kurs og oppfølging

Det ser ut til at det er et visst behov for å øke kommunikasjonsenhetenes strategiske kommunikasjonskompetanse og kompetanse knyttet til virksomhetenes fagområder og forvaltningspraksis. Det er først og fremst kommunikasjonsjefene selv som uttrykker dette.

Det er liten støtte for å ha en instans som følger opp etterlevelsen av kommunikasjonspolitikken. Samtidig mener en god del at ”det er behov for kurs, veiledning eller lignende for å implementere den nye statlige kommunikasjonspolitikken”.

Andre innspill til ny politikk

Nærmere tre fjerdedeler ønsker at den nye politikken markedsføres mot ledere i forvaltningen.

Temaer de ønsker at den nye politikken skal belyse spesielt, er åpenhet, innsyn og meroffentlighet, digital kommunikasjon, risiko- og krisekommunikasjon, enklere språk, brukermedvirkning/brukerinvolvering, mediekontakt og medierelasjoner og forholdet mellom politisk og administrativ kommunikasjon.

Halvparten av respondentene ønsker at den nye kommunikasjonspolitikken blir utformet på en enklere og mer kortfattet måte enn i dag, mens en av tre vil ha den omtrent som i dag. Nesten halvparten av respondentene er enige i at ”dokumentet for kommunikasjonspolitikken bør bli mer forpliktende enn dagens informasjonspolitikkk”.

1 Innledning

Undersøkelsen om den statlige informasjonspolitikken ble gjennomført i perioden 10. desember 2007 til 7. januar 2008. Hensikten med undersøkelsen var dels å kartlegge hva toppledere og kommunikasjonssjefer i forvaltningen mener om dagens statlige informasjonspolitikk, hvordan den praktiseres og å få innspill til ny statlig kommunikasjonspolitikk. Direktoratet for forvaltning og IKT, som får ansvaret for å følge opp den nye kommunikasjonspolitikken, ønsket dessuten å kartlegge forhold knyttet til ønsker om oppfølging og implementering av den nye politikken.

1.1 Metode og målgruppe

Undersøkelsen ble gjennomført som en kvantitativ e-postundersøkelse i QuestBack. Vi mener dette var en hensiktsmessig og effektiv metode for å kartlegge hvilke synspunkter som er representative for målgruppen. En kvantitativ undersøkelse var også hensiktsmessig ut fra at vi ønsket å få frem eventuelle forskjeller i holdninger og oppfatninger om praktisering mellom for eksempel toppledere og kommunikasjonssjefer.

Målgruppen var toppledere og kommunikasjonssjefer/kommunikasjonsansvarlige i departementer, direktorater/tilsyn og hos fylkesmennene.

Undersøkelsen er gjennomført av Direktoratet for forvaltning og IKT (Difi) etter bestilling fra Fornyings- og administrasjonsdepartementet. Undersøkelsen er gjennomført med bistand fra Kommunikasjonsforeningen som har gitt innspill til spørsmålene og stilt e-postadresser til disposisjon. Tolkninger av resultatene og de vurderinger som er gjort er helt og holdent Difis ansvar.

1.1.1 Utvalg

Vi har benyttet følgende adresselister for å nå målgruppene for undersøkelsen:

- Fornyings- og administrasjonsdepartementets liste over toppledere i departement, direktorat og hos fylkesmennene: Departementsråder og ekspedisjonssjefer i departementene, direktører i direktoratene samt fylkesmennene. Oppdatert august 2007.
- Kommunikasjonsforeningens liste over kommunikasjonssjefer i departement og direktorat. Mottatt høsten 2007.
- Fylkesmannens liste over informasjonsansvarlige/informasjonsmedarbeidere. Oppdatert desember 2007.

1.1.2 Svarprosent

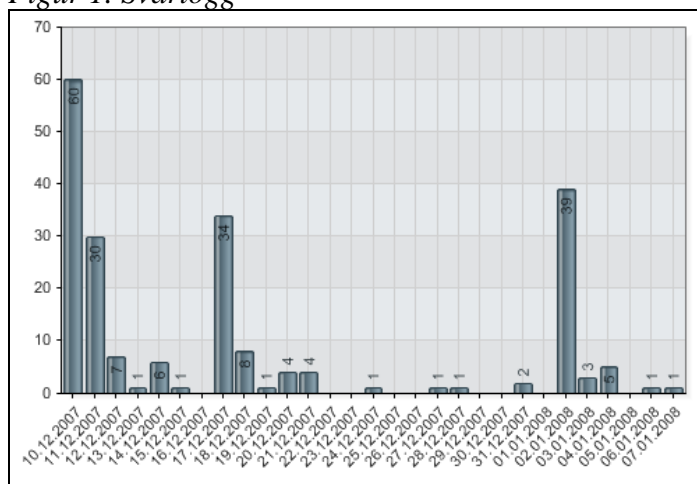
Undersøkelsen gikk ut til 351 respondenter. 210 respondenter besvarte undersøkelsen. Dette utgjør en svarprosent på 59,3.

Undersøkelsen kan regnes som representativ blant de utvalgte målgruppene. 47 av 51 direktorat/tilsyn¹ har svart på undersøkelsen (47 direktører/etatsledere), 15 av 17 departement (15 kommunikasjonssjefer og 9 departementsråder) og 15 av 18 fylkesmannsembeter (15 fylkesmenn).

¹ Kilde: 51 direktorat og tilsyn i følge oversikt på norge.no

Det ble sendt ut en påminnelse to dager før svarfristen 19. desember 2007. På det tidspunktet var svarprosenten på 42 prosent. Vi sendte ut en ny påminnelse 2. januar 2008 og utsatte svarfristen til 4. januar. Dette ga gode resultater. Jf. svarlogg i figur 1.

Figur 1. Svarlogg



1.2 Respondentenes bakgrunn

I tabell 1, 2 og 3 beskrives hvilke grupper og hvor mange innenfor hver gruppe som besvarte undersøkelsen.

Tabell 1. Type virksomhet

Virksomhet	N	Prosent
Departement	72	34,3 %
Direktorat/tilsyn	82	39,0 %
Fylkesmannen	30	14,3 %
Annet:	26	12,4 %
Total	210	

De som svarte ”annet” på dette spørsmålet hadde andre tilknytningsformer enn de øvrige kategoriene, som f.eks. forskningsinstitutt, museum, universitet m.m.

Tabell 2. Stillingstype

Stilling	N	Prosent
Departementsråd	9	4,3 %
Ekspedisjonssjef	45	21,4 %
Direktør/etatsleder	47	22,4 %
Fylkesmann	15	7,1 %
Informasjons- eller kommunikasjonssjef/-direktør	69	32,9 %
Annet:	25	11,9 %
Total	210	

9 av 17 departementsråder, 15 av 18 fylkesmenn og 47 av 51 direktorat/tilsyn har besvart undersøkelsen. Fordelingen på virksomhetstyper blant informasjons- eller kommunikasjonssjef/-direktør var slik: 15 jobbet i departement, 39 i direktorat/tilsyn, to hos fylkesmannen og 13 hadde krysset av for ”annet”.

De som svarte "annet" var i hovedsak enten informasjonsmedarbeider eller informasjonsrådgiver, nettrektør, eller hadde tittel som avdelingsdirektør, administrasjonssjef eller seksjonssjef.

Når vi omtaler informasjons- eller kommunikasjonssjef/-direktør i denne undersøkelsen, vil vi for enkelhets skyld kalle dem kommunikasjonssjefer.

Tabell 3. Antall år i statsforvaltningen

Antall år	N	Prosent
0-5 år	48	22,9 %
6-10 år	31	14,8 %
Over 10 år	131	62,4 %
Total	210	

Topplederne som departementsråd, ekspedisjonssjef, direktør/etatsleder og fylkesmann har i større grad enn kommunikasjonssjefene vært ansatt i over 10 år.

2 Praktisering av informasjonspolitikken

Vi stilte spørsmål om hvor godt kjent respondenten var med dagens informasjonspolitik og om hvordan de praktiserer deler av den statlige informasjonspolitikken.

2.1 Kjennskap til dagens statlige informasjonspolitik

For å kartlegge hvor kjent dagens statlige informasjonspolitik er i ulike deler av forvaltningen, ba vi respondentene si hvor godt eller dårlig kjent de selv var med den og hvor kjent de trodde den var blant andre stillingstyper i egen virksomhet. 1 = svært dårlig kjent og 6 = svært godt kjent.

Tabell. 4. *Kjennskap til dagens informasjonspolitik*

Spørsmål om kjennskap til dagens informasjonspolitik	Dårlig kjent (svarte 1+2)	Middels kjent (svarte 3+4)	Godt kjent (svarte 5+6)	Vet ikke	Snitt
Hvor kjent er du med dagens informasjonspolitik? (N=209)	10,5 %	32,1 %	57,4 %	0 %	4,51
Hvor kjent tror du den er blant lederne i din virksomhet? (N=208)	20,2 %	59,2 %	19,8 %	1 %	3,52
Hvor kjent tror du den er blant saksbehandlerne i din virksomhet? (N=208)	33,2 %	59,6 %	5,7 %	1,4 %	2,90
Hvor kjent tror du den er blant de som har publikums-kontakt (førstelinjen) i din virksomhet? (N=208)	28,4 %	48,5 %	19,2 %	3,8 %	3,31

Litt over halvparten av respondentene svarte at de kjente dagens informasjonspolitik godt (57,4 prosent svarte 5 eller 6, og til sammen 82,3 prosent svarte 4, 5 eller 6). Langt færre trodde den var kjent blant ledere i egen virksomhet (19,8 prosent svarte 5 eller 6). Legger vi sammen kategoriene 4, 5 og 6 tror 57,8 prosent at den er godt kjent. Bare 5,7 prosent trodde den var godt kjent blant saksbehandlerne i sin virksomhet (svarte 5 eller 6), og 19,2 prosent trodde at den var godt kjent blant de som har publikumskontakt (førstelinjen) i sin virksomhet.

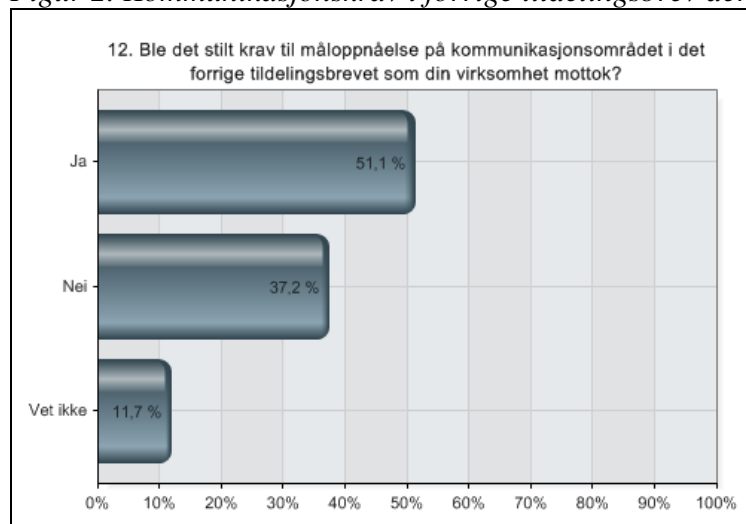
På spørsmålet ”hvor kjent er du med dagens informasjonspolitik” var svarfordelingen blant de ulike *stillingstypene* slik (svarte 5 eller 6): Departementsråd 88,9 prosent, kommunikasjonssjef 81,2 prosent, fylkesmannen 64,2 prosent, direktør/etatsleder 44,7 prosent, ekspedisjonssjef 28,9 prosent, ”annet” 52 prosent.

Bare 14,4 prosent av kommunikasjonssjefene og 13,6 prosent av ekspedisjonssjefene tror den er godt kjent blant lederne i sin virksomhet (svarte 5 eller 6). Tilsvarende mener 44 prosent av departementsrådene det samme (svarte 5, ingen svarte 6).

2.2 Forankring av informasjonspolitikken

Et av suksesskriteriene for at den statlige informasjonspolitikken skal være retningsgivende for informasjons- og kommunikasjonsarbeid i staten, er at den er forankret hos ledelsen, i sentrale styringsdokumenter og at det stilles krav til å etterleve den.

Figur 2. Kommunikasjonskrav i forrige tildelingsbrev dere mottok (N=137)



Respondentene i direktorat/tilsyn og hos fylkemannen fikk spørsmål om det ble stilt krav til måloppnåelse i siste tildelingsbrev. Bare halvparten (51,1 prosent) svarte at det var stilt krav til måloppnåelse på kommunikasjonsområdet. Det var ingen store forskjeller i svarfordelingen blant de tre *stillingstypene* direktør/etatsleder, fylkesmann og kommunikasjonssjef.

Vi stilte tilsvarende spørsmål til ansatte i departementene.

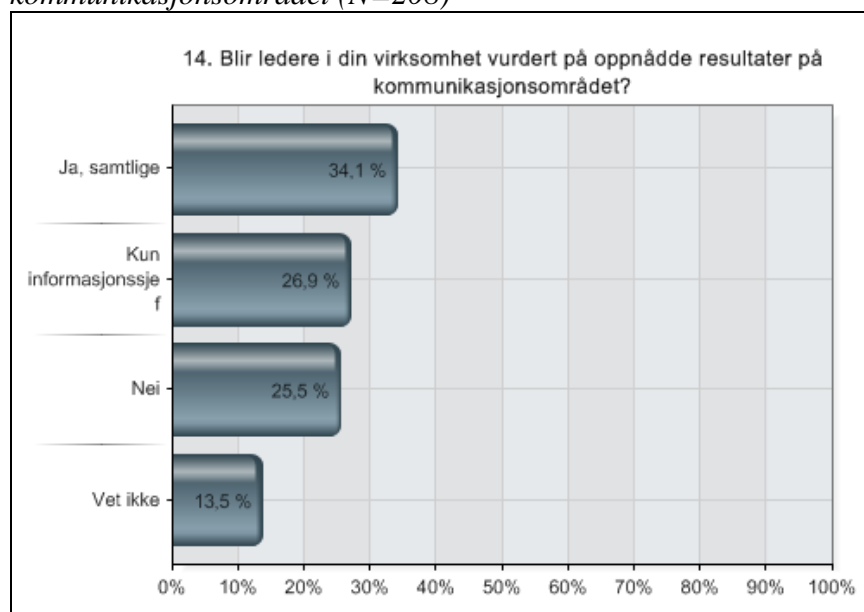
Figur 3. Kommunikasjonskrav i tildelingsbrev til underliggende etater (N=71)



Nær 3 av 4 eller 71,9 prosent hadde stilt krav om dette i siste tildelingsbrev til alle eller noen av sine underliggende virksomheter (svarte ”ja, samtlige” eller, ”ja, noen”).

Blant departementsrådene var det 77,8 prosent som svarte ”ja, samtlige”, mens det blant ekspedisjonssjefene og kommunikasjonsjefene var langt færre (henholdsvis 22,7 og 13,3 prosent) som svarte ”ja, samtlige”.

Figur 4. Ledervurdering på grunnlag av oppnådde resultater på kommunikasjonsområdet (N=208)



Alle respondentene ble spurt om ledere i deres virksomhet blir vurdert på grunnlag av oppnådde resultater på kommunikasjonsområdet (jf. figur 4). I overkant av en tredjedel (34,1 prosent) av respondentene svarte ”ja samtlige”, mens rundt en fjerdedel (26,9 prosent) svarte at det kun var kommunikasjonsjefene som ble vurdert slik. Hele 1 av 4 (25,5 prosent) svarte at ledere i deres virksomhet ikke blir vurdert på grunnlag av slike resultater i det hele tatt.

Departementsråd, direktør/etatsledere og fylkesmannen svarte i større grad ”ja, samtlige” på dette spørsmålet i forhold til ekspedisjonssjefene kommunikasjonsjefene og de som svarte ”annet”.

Vi ba også respondentene om å vurdere hvor enige eller uenige de var i påstanden ”ressurssituasjonen i vår virksomhet gjør at det er vanskelig å etterleve dagens informasjonspolitik”. Her var flere uenige (35,4 prosent svarte 1 eller 2) enn enige (24,4 prosent svarte 5 eller 6), 35,9 prosent krysset av på middelkategoriene 3 eller 4.

Når vi sammenligner svarene blant *virksomhetstypene*, ser vi at det først og fremst var fylkesmannen som var enige i at ressursituasjonen gjør det vanskelig å etterleve dagens informasjonspolitik. 62,1 prosent av respondentene hos fylkesmannen var enige (svarte 5 eller 6) i denne påstanden, mot 15,2 prosent av respondentene i departementene, 20,7 prosent av

respondentene i direktorat/tilsyn og 19,2 prosent av respondentene i kategorien ”annet”.

2.3 Etterlevelse av aktiv-, kommunikasjons- og helhetsprinsippet

For å kunne vurdere hvordan dagens informasjonspolitikk etterleves blant respondentene som deltok i undersøkelsen, operasjonaliserte vi innholdet i prinsippene til den nåværende politikken og utformet noen utsagn. Hensikten var dels å få noen indikasjoner på hva som kan forbedres, få et bilde av hvordan de ulike prinsippene bør vektlegges i den nye kommunikasjonspolitikken, og innhente et kunnskapsgrunnlag for oppfølgings- og rådgivningsarbeid rundt ny kommunikasjonspolitikk.

Respondentene ble bedt om å svare på hvor enige eller uenige de var i utsagnene på en skala fra 1 til 6 (der 1 = helt uenig og 6 = helt enig). I tabell 5 har vi samlet utsagnene som knytter seg til de mer utadrettede prinsippene som handler om eksternt kommunikasjon. Utsagnene er operasjonalisert ut fra kommunikasjonsprinsippet, prinsippet om aktiv informasjon og helhetsprinsippet.

Tabell. 5. *Praktisering av informasjonspolitikk (kommunikasjon, aktiv, helhet)*

Etterlevelse av prinsippene rangert etter oppslutning (snitt)	Uenig (svarte 1+2)	Middels (svarte 3+4)	Enig (svarte 5+6)	Vet ikke/ ikke relevant	Snitt
AKTIVPRINSIPPET: 1. Informasjonsevne planlegges aktivt på grunnlag av ulike gruppers situasjon og behov (N=208)	5,8 %	44,2 %	47,1 %	2,9%	4,34
KOMM.PRINSIPPET: 2. Vår virksomhet legger kunnskap om brukernes behov og ønsker til grunn for utformingen av tjenestene (N=208)	6,7 %	44,7 %	45,2 %	3,4%	4,28
HELHETSPRINSIPPET: 3. Vår virksomhet har faste rutiner for å samordne informasjon med tilgrensende/underliggende virksomheter slik at den blir helhetlig for mottakeren (N=208)	16,4 %	36,1 %	40,9 %	6,7%	4,03
KOMM.PRINSIPPET: 4. Vår virksomhet evaluerer større informasjonstiltak (N=208)	18,3 %	41,8 %	32,7 %	7,2%	3,84
AKTIVPRINSIPPET: 5. Vår virksomhet samarbeider med private organisasjoner og interessegrupper for å nå befolkningen (N=209)	21,6 %	39,3 %	32 %	7,2%	3,78
KOMM.PRINSIPPET: 6. Vår virksomhet gjennomfører brukerundersøkelser regelmessig (N=208)	29,4 %	30,3 %	33,2 %	7,2%	3,69
AKTIVPRINSIPPET: 7. Vår virksomhet tilrettelegger kommunikasjon med de gruppene av befolkningen som har vanskeligst for å nå fram til det offentlige (N=206)	27,2 %	42,7 %	17,5 %	12,6%	3,26

Det var størst *enighet* om følgende påstander:

- ”Informasjonsvirksomheten planlegges aktivt på grunnlag av ulike gruppers situasjon og behov”. Her var 47,1 prosent enige (svarte 5 eller 6), og 76,9 prosent svarte 4, 5 eller 6.
- ”Vår virksomhet legger kunnskap om brukernes behov og ønsker til grunn for utformingen av tjenestene”. 45,2 prosent var enige (svarte 5 eller 6), mens 73,1 prosent svarte 4, 5 eller 6.
- ”Vår virksomhet har faste rutiner for å samordne informasjon med tilgrensende/underliggende virksomheter slik at den blir helhetlig for mottakeren”. 40,9 prosent var enige (svarte 5 eller 6), og 61,6 prosent svarte 4, 5 eller 6.

Det var størst *uenighet* om denne påstanden:

- ”Vår virksomhet tilrettelegger kommunikasjon med de gruppene av befolkningen som har vanskeligst for å nå fram til det offentlige”. Bare 17,5 prosent svarte 5 eller 6. Et lite flertall var mer uenig i påstanden enn enig (51 prosent svarte 1, 2 eller 3, mens 36,4 prosent svarte 4, 5 eller 6). 12,6 prosent svarte vet ikke/ikke relevant.

Det var jevnest spredning i svarkategoriene for påstandene om samarbeid, evaluering og brukerundersøkelser. Det tyder på at respondentene har et mer delt syn i saken.

- ”Vår virksomhet samarbeider med private organisasjoner og interessegrupper for å nå befolkningen”. Vi ser her en relativt jevn spredning på alle svarkategorier der summen av de som har svart middelkategoriene 3 og 4 er størst. Hele 39,3 prosent svarte 3 eller 4, 32 prosent svarte 5 eller 6, mot 21,6 prosent som svarte 1 eller 2.
- ”Vår virksomhet evaluerer større informasjonstiltak”. Hele 41,8 prosent svarte 3 eller 4, mot 32,7 prosent som svarte 5 eller 6 og 18,3 prosent som svarte 1 og 2.
- ”Vår virksomhet gjennomfører brukerundersøkelse regelmessig”. Her er summen av ytterverdiene og middelverdiene nesten like store. 30,3 prosent svarte 3 eller 4, mot 33,2 prosent som svarte 5 eller 6, og 29,4 prosent som svarte 1 og 2.

Siden det også var store forskjeller i svarfordelingene blant de ulike *virksomhetstypene* som har deltatt i undersøkelsen, har vi også tatt med en oversikt over hvor mange i departement, direktorat/tilsyn, fylkesmannen og kategorien ”annet” som var enige i påstandene (svarte 5 og 6).

Tabell 6. Enige i påstandene fordelt på virksomhetstyper

Svarfordeling i virksomhetene	Departement Enig (svarte 5+6)	Dir./tilsyn Enig (svarte 5+6)	Annet Enig (svarte 5+6)	Fylkesm. Enig (svarte 5+6)
AKTIVPRINSIPPET: 1. Informasjonsvirksomheten planlegges aktivt...	39,4 %	56,1 %	61,5 %	27,5 %
KOMM.PRINSIPPET: 2. ...legger kunnskap om brukernes...	29,5 %	58,5 %	65,4 %	27,5 %
HELHETSPRINSIPPET: 3. ...har faste rutiner for å samordne informasjon...	55,5 %	44,5 %	19,2 %	13,8 %
KOMM.PRINSIPPET: 4. ...evaluerer større informasjonstiltak...	14,1 %	48,8	53,8	13,7
AKTIVPRINSIPPET: 5. ...samarbeider med private org. og interessegr.	22,1 %	45,1 %	26,9 %	24,1 %
KOMM.PRINSIPPET: 6. ...gjennomfører brukerundersøkelser...	12,7 %	47,5 %	53,8 %	24,1 %
AKTIVPRINSIPPET: 7. ...tilrettelegger kommunikasjon med ..	9,8 %	24,4 %	16 %	17,9 %

Det er gjennomgående færre fra departementene enn fra direktorat/tilsyn som svarte at de var enige i påstandene, bortsett fra påstanden om å samordne informasjon med underliggende etater. Dette kan ha sammenheng med hvor relevante de ulike oppgavene som påstandene handler om er for de ulike virksomhetstypene.

Direktorat/tilsyn og de som tilhører kategorien ”annet” er nærmere brukeren, og det er derfor også viktig for dem å planlegge informasjonsvirksomheten aktivt på grunnlag av ulike gruppers situasjon og behov, legge kunnskap om brukeren til grunn ved utforming av tjenesten, evaluere kommunikasjonstiltak, samarbeide med eksterne grupper og å gjennomføre brukerundersøkelser jevnlig. De er også mer enige i disse påstandene enn respondenter fra departement og fylkesmannen.

2.4 Etterlevelse av leder- og linjeprinsippet

I tabell 7 har vi samlet påstander av mer ”intern karakter”, og som er operasjonalisert med utgangspunkt i linjeprinsippet og prinsippet om informasjon som lederansvar. 1 = helt uenig og 6 = helt enig.

Tabell 7. *Praktisering av informasjonspolitikken (leder, linje)*

Etterlevelse av prinsippene rangert etter oppslutning (snitt)	Uenig (svarte 1+2)	Middels (svarte 3+4)	Enig (svarte 5+6)	Vet ikke/ ikke relevant	Snitt
LEDERPRINSIPPET: 1. Kommunikasjon blir vurdert som et viktig strategisk virkemiddel av alle ledere i min virksomhet (N=209)	7,7 %	35,4 %	56,4 %	0,5%	4,48
LEDERPRINSIPPET: 2. Informasjonspolitikken er styrende for kommunikasjonsarbeidet i vår virksomhet (N=209)	12,9 %	44 %	39,8 %	3,3%	4,08
LINJEPRINSIPPET: 3. Saksbehandlere vurderer informasjon og kommunikasjon som en naturlig del av saksbehandlingen og som et virkemiddel på linje med andre virkemidler (N=209)	13,4 %	57,4 %	27,8 %	1,4%	3,83

Det var ganske høy oppslutning om at ”kommunikasjon blir vurdert som et viktig strategisk virkemiddel av alle ledere i min virksomhet”. 56,4 prosent var enige (svarte 5 eller 6). Tar vi med de som svarte 4, ser vi imidlertid at hele 78,9 prosent var enige (svarte 4, 5 eller 6).

39,8 prosent var enige (svarte 5 eller 6) i at informasjonspolitikken er styrende for kommunikasjonsarbeidet i deres virksomhet, men tar vi med 4, blir det hele 68 prosent som var enige (svarte 4, 5 eller 6).

Bare 27,8 prosent var enige (svarte 5 eller 6) i at ”saksbehandlere vurderer informasjon og kommunikasjon som en naturlig del av saksbehandlingen og som et virkemiddel på linje med andre virkemidler”, mens også her svarte et flertall på til sammen 61,3 prosent 4, 5 eller 6.

Det er helt klart større usikkerhet om linjeprinsippet blir etterlevd sammenlignet med lederprinsippet.

Det var også delte oppfatninger om hvorvidt ”kommunikasjon blir vurdert som et viktig strategisk virkemiddel av alle ledere i min virksomhet” blant de ulike *stillingstypene*. Mens det blant kommunikasjonssjefer, ekspedisjonssjefer og blant de som svarte kategorien ”annet” var henholdsvis 42, 57,7 og 36 prosent som var enige i dette (svarte 5 eller 6), var det hele 88,9 prosent blant departementsrådene, 78,6 prosent blant Fylkesmenn, 74,5 prosent blant direktør/etatsleder som var enige i påstanden. Topplederne og direktør/

etatsledere er klart mer enige i påstanden enn både kommunikasjonssjefer og ekspedisjonssjefer.

Departementsråder, direktører/etatsledere og fylkesmannen hadde større tiltro til at saksbehandlere vurderer informasjon og kommunikasjon som en naturlig del av saksbehandlingen og som et virkemiddel på linje med andre virkemidler enn de som svarte kategorien ”annet” og kommunikasjonssjefene og ekspedisjonssjefene

I tabellen under viser vi hvor enige de ulike virksomhetene var i påstandene som angikk lederprinsippet og linjeprinsippet (svarte 5 eller 6).

Tabell 8. Enige i påstandene fordelt på virksomhetstyper

Svarfordeling i virksomhetene	Departement Enig (svarte 5+6)	Dir./tilsyn Enig (svarte 5+6)	Annet Enig (svarte 5+6)	Fylkesm. Enig (svarte 5+6)
LEDERPRINSIPPET: 1. Kommunikasjon... strategisk virkemiddel...	56,9 %	57,3 %	53,9 %	55,2 %
LEDERPRINSIPPET: 2. Informasjonspolitikken er styrende for...	31,9 %	45,1 %	53,9 %	31 %
LINJEPRINSIPPET: 3. Saksbehandlere vurderer informasjon...	26,4 %	29,2 %	26,9 %	27,6 %

Forskjellene i svarene blant de ulike *virksomhetstypene* i tabellen over er ikke store hva gjelder påstanden om at ”saksbehandlere vurderer informasjon og kommunikasjon som en naturlig del av saksbehandlingen og som et virkemiddel på linje med andre virkemidler” (linjeprinsippet) der 27,8 prosent har svart 5 eller 6 til denne påstanden. Det er imidlertid langt flere som er enige i påstandene om lederprinsippet. 56,4 prosent har svart 5 eller 6 til påstanden ”kommunikasjon blir vurdert som et viktig strategisk virkemiddel”. Virksomhetene er mindre samstemte om påstanden om at ”informasjonspolitikken er styrende for kommunikasjonsarbeidet i vår virksomhet”.

3 Innspill til ny kommunikasjonspolitikk

I dette kapitlet belyser vi de innspillene vi har fått til ny kommunikasjonspolitikk.

3.1 Synspunkter på målene

Vi spurte innledningsvis om respondentene syntes at målene for dagens informasjonspolitikk bør videreføres i den nye kommunikasjonspolitikken, og om de hadde kommentarer, forslag til endringer av målene eller forslag til nye mål.

Tabell 9. Vurdering av målene i dagens informasjonspolitikk

Bør målene under	Ja	Nei	Vet ikke	N	Rangering
videreføres i den nye kommunikasjonspolitikken? Befolkning, næringsliv og organisasjoner skal...:					
...ha lik og alminnelig tilgang til å delta aktivt i den demokratiske prosessen	88,3 %	4,9 %	6,8 %	205	3
...få informasjon om sine rettigheter, plikter og muligheter	98 %	0,5 %	1,5 %	205	1
...ha reell tilgang til informasjon om det offentliges aktiviteter	93,6 %	3,4 %	3 %	203	2
Informasjonspolitikken skal bidra til at informasjon og kommunikasjon benyttes som virkemiddel for å nå politiske mål	70,7 %	15,1 %	14,1 %	205	4

Nesten samtlige respondenter mente at målet om informasjon knyttet til rettigheter og plikter og målet om at man skal ha reell tilgang til informasjon om det offentliges aktiviteter bør videreføres i den nye kommunikasjonspolitikken. Det var lavest oppslutning om at "politikken skal bidra til at informasjon og kommunikasjon benyttes som virkemiddel for å nå politiske mål". Samtidig mener 70,7 prosent at også dette målet bør videreføres. Svarfordelingen blant de ulike *stillingstypene* som ønsket å videreføre målet var slik: Fylkesmannen (92,3 prosent), departementsråd (77,8 prosent), kommunikasjonssjef (75,4 prosent), ekspedisjonssjef (68,2 prosent), de som svarte "annet" (66,7 prosent) og direktør/etatsleder (60,9 prosent).

Kommentarer og innspill til målene

På det åpne oppfølgingsspørsmålet "Har du kommentarer, forslag til endringer av målene eller til nye mål", var halvparten av kommentarene (16 av 32) knyttet til målet om at politikken skal bidra til at informasjon og kommunikasjon benyttes som virkemiddel for å nå politiske mål. Noen eksempler på slike kommentarer:

- Det er viktig at man får en god balanse mellom informasjonsrett og likebehandling - og politikkenes behov for "markedsføring".
- Spørsmålet om det fjerde hovedmålet kan ikke besvares skikkelig her. På den ene side er det helt opplagt at informasjon og kommunikasjon må inngå som essensielle virkemidler for å nå politiske mål. På den annen side må det ikke utarte slik at sannhetsgehalt og etterrettelighet

blir ofret for å få frem et politisk budskap. Det siste blir manipulering, og er ikke OK.

- Statens informasjonspolitikk, og spesielt den som forventes skal utøves av underliggende etater, bør ikke være et virkemiddel for å oppnå politiske mål - det vil i så fall undergrave dens rolle i forhold til de tre andre målene. Også innenfor departementsverden bør det være et klart skille mellom den delen av informasjonen som er politisk motivert og det som er folkeopplysning.

Andre kommentarer var bl.a. at ”målene må bli operative i den forstand at det kan etterprøves om vi oppnår dem” og ”problemet med dagens informasjonspolitikk er at den retter seg bare til den del av statlige virksomheter som har med saksbehandling for personer/bedrifter. I den sammenheng er retter og plikter avgjørende viktig. Men informasjonspolitikken ser helt bort fra andre typer virksomheter innenfor staten. For eksempel institusjoner som produserer kunnskap, informasjon - og som i sammenheng med folk flest har en folkeopplysende, ren informativ rolle.”

3.2 Synspunkter på prinsippene

Vi stilte spørsmål om hvor enige eller uenige de var i at prinsippene burde videreføres i den nye kommunikasjonspolitikken. I innledningen til disse spørsmålene var det lagt inn en kort beskrivelse av hvert prinsipp og en lenke til FADs hefte om informasjonspolitikken fra 2001² der de kunne lese prinsippene i sin helhet. 1 = helt uenig og 6 = helt enig.

Tabell. 10. Videreføring av prinsippene til den nye politikken

Prinsippene rangert etter oppslutning om videreføring (snitt)	Uenig (svarte 1+2)	Middels (svarte 3+4)	Enig (svarte 5+6)	Vet ikke	Snitt
1. Prinsippet om informasjon som lederansvar (N=209)	3,3 %	8,1 %	87,5 %	1 %	5,40
2. Prinsippet om aktiv informasjon (N=209)	3,3 %	8,2 %	87,5 %	1 %	5,32
3. Linjeprinsippet (N=209)	2,9 %	16,2 %	79,9 %	1 %	5,18
4. Helhetsprinsippet (N=209)	5,7 %	15,3 %	78 %	1 %	5,08
5. Kommunikasjonsprinsippet (N=208)	3,3 %	20,2 %	75 %	1,4 %	5,06

Oppslutningen om å videreføre prinsippene er generelt høy. De fleste vil at prinsippet om informasjon som lederansvar og aktiv informasjonsprinsippet skal videreføres i den nye politikken. Oppslutningen om kommunikasjonsprinsippet, helhetsprinsippet og linjeprinsippet er noe lavere, men generelt sett egentlig høyt for alle tre.

Kommentarer og innspill til prinsippene

33 personer besvarte det åpne oppfølgingsspørsmålet ”Har du kommentarer, forslag til endringer av prinsippene eller til nye prinsipper?”. Tre personer foreslo

² ”Mål, prinsipper og konsekvenser. Revidert utgave 2001. Informasjonspolitikk for statsforvaltningen”. Utgitt av Arbeids- og administrasjonsdepartementet.

å slå sammen linje- og lederprinsippet, to mente at universal tilgjengelighet burde knyttes til prinsippene. Under følger andre kommentarer:

- Prinsippene er kostbare å omsette i handling. Dette må synes i tildelingsbrevet.
- Prinsippene er i og for seg gode nok. Men hvis de virkelig tas på alvor, kan det dels bli for mye informasjon, dels at forvaltningen bruker tid på å informere i stedet for på det man eventuelt skal informere om. Kommunikasjonsprinsippet har den svakhet at informasjon fra forvaltningen og informasjon fra borgeren ofte vil gjelde forskjellige forhold. Det er neppe noen vinning å trekke høring, tilbakemelding og evaluering inn som en del av kommunikasjonspolitikken. Prinsippet om aktiv informasjon lett drives for langt - ofte er det viktig at den interesserte rimelig lett kan finne den informasjon som vedkommende har behov for. Helhetsprinsippet er noen ganger urealistisk. Linjeprinsippet kan forstås slik at det overser at den gode saksbehandler ikke nødvendigvis er like god som informatør, og heller ikke kan ventes å være det. Prinsippet om informasjon som lederansvar må ikke forstås slik at lederen har ansvar for detaljinformasjon, men heller som et overordnet ansvar.
- Ønsker en sterk formulering om at kommunikasjonsvirksomheten bør organiseres direkte under øverste leder, og at kommunikasjonsjef er medlem av øverste ledergruppe.

3.3 Temaer som bør omtales i ny politikk

For å få innspill til temaer som er viktig å vektlegge og omtale i den nye kommunikasjonspolitikken, ba vi respondentene besvare følgende spørsmål: "Under finner du noen temaer som det vurderes å omtale i den nye politikken. Vennligst kryss av de fem (5) temaene du mener er viktigst i lys av de kommunikasjonsutfordringene du mener staten har i dag":

Tabell 11. Temaer som bør omtales i ny politikk

Alternativer	N	Prosent
1. Åpenhet, innsyn og meroffentlighet	122	58,7 %
2. Digital kommunikasjon	110	52,9 %
3. Risiko- og krisekommunikasjon	105	50,5 %
4. Enklere språk	96	46,2 %
5. Brukermedvirkning og brukerinvolvering	87	41,8 %
6. Mediekontakt og medierelasjoner	85	40,9 %
7. Forholdet mellom politisk og administrativ kommunikasjon	80	38,5 %
8. Kommunikasjon som virkemiddel for ledelse	68	32,7 %
9. Profilerings og omdømmevurderinger	61	29,3 %
10. Ethiske retningslinjer og ytringsfriheten	55	26,4 %
11. Intern kommunikasjon	50	24,0 %
12. Kommunikasjon med grupper med spesielle behov	37	17,8 %
13. Kommunikasjon med flerkulturelle grupper	36	17,3 %
14. Ensartet praksis mellom departementene	26	12,5 %
15. Påvirkningskommunikasjon og kampanjer	25	12,0 %
16. Prising av informasjon	11	5,3 %
17. Lobbying	9	4,3 %
18. Sponsing i staten	4	1,9 %
TOTAL	122	

De temaene som flest ønsker at den nye politikken skal omtale spesielt, er temaer som gjenspeiler utfordringer i dagens samfunnsutvikling (digital kommunikasjon) og temaer som debatteres i media (åpenhet, innsyn og meroffentlighet, forholdet mellom politisk og administrativ kommunikasjon og mediekontakt og medierelasjoner). Risiko- og krisekommunikasjon har i løpet av de siste årene blitt stadig viktigere å ha gode rutiner for. Et enklere språk er fremdeles en utfordring, og brukermedvirkning og brukerinvolvering blir stadig viktigere i et samfunn som skal være inkluderende, mangfoldig og flerkulturelt.

I tabell 12 har vi rangert de tre temaene som fikk høyest oppslutning innenfor de seks ulike *stillingstypene*.

Tabell 12. Foretrukne temaer blant ulike stillingstyper

Dep.råd	Eksp.sjef	Dir/etatsleder	Fylkesmann	Komm.sjef	Annet
Åpenhet, innsyn og meroffentlighet/ Brukermedvirkning og brukerinvolvering	Forholdet mellom politisk og administrativ kommunikasjon	Digital kommunikasjon	Enklere språk	Åpenhet, innsyn og meroffentlighet/ Mediekontakt og medierelasjoner	Åpenhet, innsyn og meroffentlighet
Forholdet mellom politisk og administrativ kommunikasjon/ Mediekontakt og medierelasjoner	Risiko- og krisekommunikasjon	Åpenhet, innsyn og meroffentlighet	Risiko- og krisekommunikasjon	Digital kommunikasjon	Risiko- og krisekommunikasjon/ Digital kommunikasjon
Digital kommunikasjon/ Risiko- og krisekommunikasjon.	Åpenhet, innsyn og meroffentlighet	Enklere språk	Brukermedvirkning og brukerinvolvering/ Åpenhet, innsyn og meroffentlighet	Risiko- og krisekommunikasjon	Kommunikasjon som virkemiddel for ledelse

Kommentarer og innspill til temaene

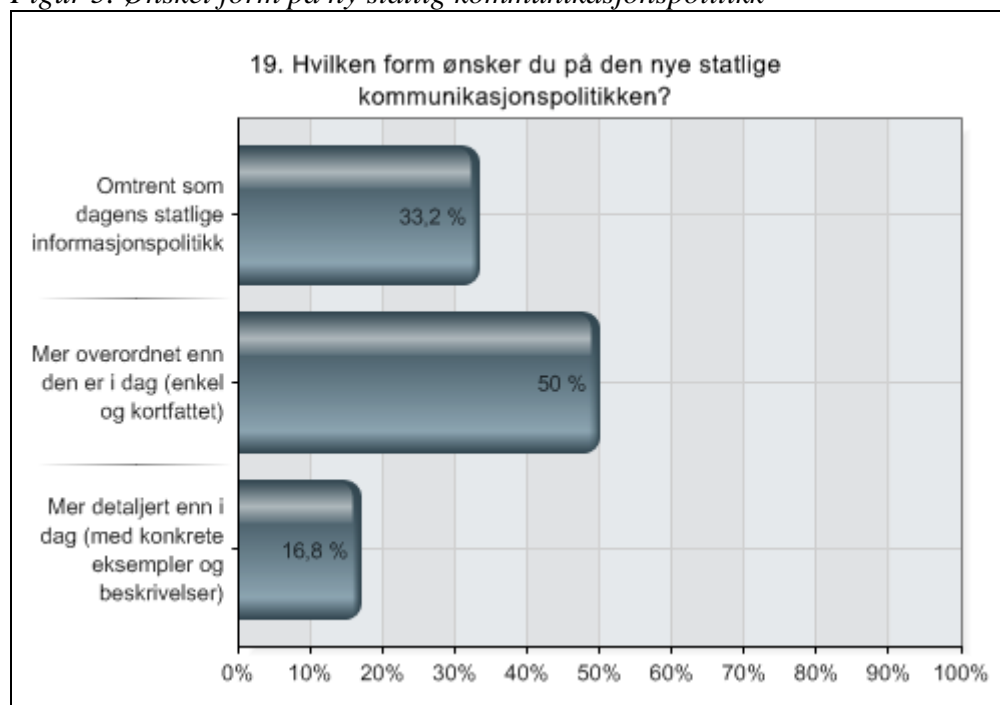
Vi stilte også spørsmål om de hadde forslag til andre temaer kommunikasjonspolitikken bør omtale, og fikk til sammen 17 kommentarer. Tre av forslagene handlet om hvorvidt kommunikasjonsjefene skal være politisk ansatte. Under følger noen andre forslag:

- Informasjonssikkerhet
- Mediemakt; omdømme; minoriteter og grupper med spesielle behov
- Kost/nytte vurderinger av kommunikasjonstiltak
- Kommunikasjonsbyråenes betalte påvirkning på vegne av resurssterke grupper
- Kommunikasjon med de som ikke er på nett

3.4 Form på ny politikk

Til slutt stilte vi spørsmål om hvilken form de ønsket på den nye politikken.

Figur 5. Ønsket form på ny statlig kommunikasjonspolitikk



En overveiende andel ønsker at den nye politikken skal få en enkel, kortfattet form. Blant de ulike *stillingstypene* var det noen flere departementsråder, ekspedisjonssjefer og direktører som ønsket at den skulle være mer overordnet og kortfattet enn i dag (henholdsvis 55,6 prosent, 59,5 prosent og 56,8 prosent), mens fylkesmannen, kommunikasjonsjefene og de som svarte kategorien "annet" i større grad var delt mellom å ønske seg en enklere og mer kortfattet politikk enn i dag og at politikken skal utformes omtrent som i dag. Med tanke på at dagens informasjonspolitik er utformet relativt overordnet, er det altså liten støtte fra respondentene om å utforme en detaljert politikk med konkrete eksempler og beskrivelser.

Blant de ulike *virksomhetstypene* var det også gjennomgående høyest oppslutning om å utforme politikken på en enklere og mer kortfattet måte enn i dag. Svarfordelingen var slik: Departement 50 prosent, direktorat/tilsyn 46,8 prosent, fylkesmannen 41,4 prosent og kategorien ”annet” 69,2 prosent.

3.5 Andre kommentarer

Vi stilte også spørsmål om respondentene hadde andre innspill eller kommentarer til ny statlig kommunikasjonspolitikk, og fikk 31 kommentarer totalt. Av disse var litt over halvparten (17 av 31) knyttet til hvilken form den nye kommunikasjonspolitikken bør ha. Eksempler på dette var:

- Det bør bli enklere å operasjonalisere den statlige informasjonspolitikken, det vil si å lage veiledninger for hvordan en arbeider for å sette den ut i livet.
- Det kan eventuelt følges opp av konkrete eksempler og beskrivelser i tilleggshefter for de som ønsker det, enten til opplæringsbruk i egen organisasjon, for utdyping eller som pedagogisk hjelpemiddel.
- Bestem dere for om dere skal lage en informasjonspolitikk for departementene og de direktorater som driver tradisjonell besluttende saksbehandling, slik den er i dag. Eller om den skal dekke statens ulike virksomheter - og da må den utvides. Slik den er i dag, er den ikke i nærheten å være dekkende for våre kommunikasjonsoppgaver.
- Problemet med dagens informasjonspolitikk er at den retter seg bare til den del av statlige virksomheter som har med saksbehandling for personer/bedrifter. I den sammenheng er retter og plikter avgjørende viktig. Men informasjonspolitikken ser helt bort fra andre typer virksomheter innenfor staten. For eksempel institusjoner som produserer kunnskap, informasjon - og som i sammenheng med folk flest har en folkeopplysende, ren informativ rolle.

Annet

- Settes det høye mål og krav i dette politikkområdet krever det ressurser til enhetene for å kunne nå målene. Politikken må være enkel å forstå, enkel å formidle og noe må kunne være målbart.
- Bør også inneholde konkrete krav til rullering/oppfølging av etatene sine strategier på området.
- Sett kommunikasjonspolitikken inn i en samfunnsanalyse - gjerne med scenariebeskrivelser.
- Bedre samsvar oppgaver/ressurser vil bedre innsatsen.
- Dagens kommunikasjonspolitikk bygger på gode prinsipper. To områder som er endret vesentlig siden de ble formulert er: 1) Digital revolusjon med mulighet til rask og billig kommunikasjon direkte til bruker 2) Informasjonsbyråene gjør store penger på å påvirke offentlige beslutninger til fordel for de som kan betale for det. En ny kommunikasjonsstrategi må adressere dette.

3.6 Implementering av ny politikk

For å få innspill til implementering av den nye kommunikasjonspolitikken spurte vi hvor enige de var i påstandene under. 1 = helt uenig og 6 = helt enig.

Tabell. 13. Implementering av ny kommunikasjonspolitikk

Implementering av ny politikk. Rangert etter oppslutning (snitt)	Uenig (svarte 1+2)	Middels (svarte 3+4)	Enig (svarte 5+6)	Vet ikke	Snitt
1. Den nye politikken bør markedsføres mot ledere i forvaltningen (N=206)	6,8 %	21,3 %	71,3 %	0,5%	4,85
2. Det bør stilles krav til kommunikasjon i alle tildelingsbrev (N=206)	12,1 %	16,5 %	68,9 %	2,4%	4,81
3. Ledere i vår virksomhet bør rapportere på kommunikasjonsområdet (N=206)	9,7 %	26,2 %	62,6 %	1,5%	4,64
4. Det er behov for kurs, veiledning eller lignende for å implementere den nye statlige kommunikasjonspolitikken (N=205)	11,2 %	32,7 %	54,2 %	2%	4,46
5. Dokumentet for kommunikasjonspolitikken bør bli mer forpliktende enn dagens informasjonspolitik (N=207)	17,4 %	26,5 %	48,3 %	7,7%	4,19
6. Kommunikasjonsenheten i vår virksomhet bør øke sin strategiske kommunikasjonskompetanse (N=204)	18,7 %	41,6 %	36,3 %	3,4%	3,94
7. Kommunikasjonsenheten i vår virksomhet bør øke sin kompetanse om virksomhetens fagområder og forvaltningspraksis (N=205)	25,4 %	44,9 %	27,3 %	2,4%	3,64
8. Det vil være behov for en instans som følger opp etterlevelsen av kommunikasjonspolitikken (N=207)	47,4 %	19,3 %	26 %	7,2%	3,06

Påstandene er rangert etter hvor høy oppslutning de har fått i gjennomsnitt (kolonne til høyre). Det var helt klart et høyt ønske om at den nye politikken må markedsføres mot ledere i forvaltningen (71,3 prosent ønsket dette, svarte 5 eller 6). Det var også svært mange som ønsker at det skal stilles krav til kommunikasjon i alle tildelingsbrev (68,9 var enige og svarte 5 eller 6), og at ledere i deres virksomhet bør rapportere på kommunikasjonsområdet (62,6 var enige og svarte 5 eller 6).

Det var flere som var enige enn uenige i at den nye politikken skal bli mer forpliktende enn den er i dag. Nesten halvparten av respondentene var uenige i (svarte 1 eller 2) at det vil være behov for en instans som kan følge opp etterlevelsen av kommunikasjonspolitikken. Litt over halvparten av respondentene mente det var behov for kurs, veiledning eller lignende for å implementere den nye politikken (svarte 5 eller 6).

Ganske få mente at det var behov for å øke kommunikasjonsenhetens strategiske kommunikasjonskompetanse og kompetanse om virksomhetens fagområder og forvaltningspraksis. Henholdsvis 27,3 prosent og 26 prosent svarte 5 eller 6 på disse påstandene. Summerer vi alle som var enige i disse påstandene (svarte 4, 5 eller 6), er det imidlertid et flertall på 60,3 prosent som er mer eller mindre enige i at kommunikasjonsenheten bør øke sin strategiske kompetanse og 55,1 prosent som vil at de skal øke sin kompetanse om virksomhetens fagområder og forvaltningspraksis.

Kommentarer til de ulike *stillingstypenes* svarfordelinger i utsagnene over vurdert etter de som svarte 5 eller 6:

- *Den nye politikken bør markedsføres mot ledere i forvaltningen:*
Kommunikasjonssjefene, de som svarte ”andre” og fylkesmannen var mest enige i denne påstanden.
- *Det bør stilles krav til kommunikasjon i alle tildelingsbrev:*
Ekspedisjonssjefene var betydelig mindre enige enn de andre stillingstypene i dette.
- *Ledere i vår virksomhet bør rapportere på kommunikasjonsområdet:*
Ekspedisjonssjefene var også betydelig mindre enige i dette enn de andre stillingstypene.
- *Det er behov for kurs, veiledning eller lignende for å implementere den nye statlige kommunikasjonspolitikken:*
De som svarte ”annet”, kommunikasjonssjefene og fylkesmannen var de som er mest enige i påstanden.
- *Dokumentet for kommunikasjonspolitikken bør bli mer forpliktende enn dagens informasjonspolitikk:*
Departementsrådene var betydelig mer *uenige* enn de andre stillingstypene i dette. Også ekspedisjonssjefene er mer avventende til dette.
- *Kommunikasjonsenheten i vår virksomhet bør øke sin strategiske kommunikasjonskompetanse:*
Ingen av departementsrådene var enige i dette (svarte 5 eller 6), mens både kommunikasjonssjefene selv (41,2 prosent), de som svarte ”annet” (62,5 prosent) og fylkesmannen (42,9 prosent) svarte 5 eller 6 på denne påstanden.
- *Kommunikasjonsenheten i vår virksomhet bør øke sin kompetanse om virksomhetens fagområder og forvaltningspraksis:*
Departementsrådene var også betydelig mer *uenige* enn de andre stillingstypene. Kommunikasjonssjefene var mest enige.
- *Det vil være behov for en instans som følger opp etterlevelsen av kommunikasjonspolitikken:*
Det er betydelig flere kommunikasjonssjefer og respondenter fra kategorien ”annet” som var enige. Henholdsvis 37,6 prosent og 40 prosent var enige i denne påstanden (svarte 5 eller 6).

Kommentarer eller innspill til implementering av politikken

Vi ba også om andre kommentarer eller forslag. Tre av de 17 som svarte, påpekte at de ikke hadde noen kommunikasjonsenhet. Andre kommentarer var bl.a.:

- Økte kommunikasjonskrav må møtes med økte kommunikasjonsressurser.
- Viser til Riksrevisjonens rapport om forholdet mellom oppgaver og ressurser hos fylkesmannen. Det er rett og slett lite rom for å utvikle en informasjonspolitikk uten tildeling av ekstra ressurser.
- Hvorfor ikke lage en informasjonspolitikk for det offentlige - ikke bare en informasjonspolitikk for statlige virksomheter?
- Felles politikk kan ikke etterleves i praksis da virksomhetene er for ulike.
- Økt kompetanse på og samarbeid med etater med beslektede fagfelter.

Referanseark for Difi

Tittel på rapport:	Undersøkelse om statlig informasjonspolitikk
Difis rapportnummer:	2009:02
Forfattere:	Lisbeth U. Hansen, Sissel C. Motzfeldt og John Nønsøid
Eksterne samarbeidspartnere:	Norsk kommunikasjonsforening
Prosjektnummer:	131563
Prosjektnavn:	Statlig informasjonspolitikk - revidere
Prosjektleder:	Sissel C. Motzfeldt
Prosjektansvarlig avdeling:	Kommunikasjonsavdelingen
Oppdragsgiver:	Direktoratet for forvaltning og IKT
Resymé/omtale:	<p>I forbindelse med arbeidet med ny statlig kommunikasjonspolitikk har Direktoratet for forvaltning og IKT gjennomført en kartlegging av hva toppledere og kommunikasjonsjefer i departementer, direktorater/tilsyn og hos fylkesmennene mener om dagens statlige informasjonspolitikk, hvordan den praktiseres i dag og hvilke forventninger og innspill de har til en ny statlig kommunikasjonspolitikk. Undersøkelsen ble gjennomført i perioden desember 2007 – januar 2008.</p>
Emneord:	Den statlige informasjonspolitikken, den statlige kommunikasjonspolitikken, kommunikasjonsprinsippet, prinsippet om aktiv informasjon, helhetsprinsippet, linjeprinsippet, prinsippet om informasjon som lederansvar.
Totalt antall sider til trykking	26
Dato for utgivelse:	31.03.2009
Utgiver:	Direktoratet for forvaltning og IKT www.difi.no