



Vennesla kommune

Arkivsak-dok. 26/01016-2
Saksbehandler Odd Inge Uleberg

Saksgang	Møtedato
Formannskapet	19.05.2026
Kommunestyret	28.05.2026

Kommunikasjonsstrategi 2026-2030

Kommunedirektørens forslag til innstilling:

1. Kommunestyret vedtar kommunikasjonsstrategi for 2026-2030 i tråd med arbeidsgruppas forslag.
2. Kommunestyret ønsker å fase ut sosiale medier til fordel for lokale fellesløsninger som lokalavis og nettside der det er praktisk mulig. Kostnadene ved dette i 2026 dekkes innenfor gjeldene budsjettammer.

Sammendrag

Arbeidet med ny kommunikasjonsstrategi ble utsatt som følge av pandemien og har tatt noe tid å prioritere. Nå foreligger nytt forslag til strategi. Forslaget er enkelt og på én side. Formålet er en strategi alle kan ha nytte av og hovedmålet er å bygge tillit og fellesskap i lokalsamfunnet. Saken legger også opp til en vurdering rundt bruken av sosiale medier. Det anbefales å være mye mer restriktive i bruken av de store tech-selskaperens løsninger enn i dag. Kommunedirektøren foreslår å fase ut sosiale medier til fordel for lokale fellesløsninger der det er mulig.

Vedlegg

Vedlegg om sosiale medier
Strategien

Bakgrunn for saken

Dagens kommunikasjonsstrategi er fra 2018 og har navnet «Sammen om framtida». Den er basert mye på samskaping-tankegangen og at ingenting slår tydelig, åpen, ærlig og ekte kommunikasjon. Vennesla kommune har likevel stadig behov for å utvikle seg kommunikasjonsmessig – i møte med de utfordringer tiden kaster på oss. Vi skulle fornye dagens strategi innen 2022. Dette ble utsatt grunnet pandemien. Senere valgte vi å utsette arbeidet ytterligere, til ny kommuneplan forelå.

Vennesla kommune må ha et profesjonelt og bevisst forhold til hva vi ønsker å være og hva vi ønsker å formidle – ikke minst hvordan vi skal formidle. Vi bør formidle kommunikasjonsmålene så lett og enkelt at alle ansatte kan ta dem til seg og nyttiggjøre seg dem.

Vi lever i en tid der demokrati og tillit er under press. Da må vi som samfunnsinstitusjon og offentlig myndighet være ekstra kommunikasjonsbevisste. Rundt oss øker polariseringen. Bruken av sosiale medier er blitt annerledes enn mange tenkte bare for få år siden. Falske nyheter og destabilisering florerer og des-informasjon er et sikkerhetsproblem. Å søke sann informasjon, er del av egenberedskapsrådene.

Vurdering

Kommunikasjon kommer av latinske «communicare» som betyr «å gjøre felles», og allerede der får vi en grunnleggende anviser om hva en kommunikasjonsstrategi bør handle om. I Vennesla har vi et eget informasjonsreglement for kommunalt ansatte. Vi har også en egen plan for krisekommunikasjon. Nå skal kommunestyret ta stilling til den overordnede kommunikasjonsstrategien og hvilke overordnede prinsipper og mål vi skal ha.

Dere skal ta stilling til to forhold: Både selve strategien, men også hvordan kommunen skal forholde seg til kanalvalg og hvilke plattformer vi skal bruke.

Vi begynner med selve strategien. Den forrige var på 11 sider med mange fine mål og prinsipper. Saksbehandleren er ganske stolt av den. Men likevel: Har noen lest den? Er det noen som bruker den? Trolig er ja-svarene få.

Denne gang har vi derfor forsøkt å lage en strategi som alle kan ha nytte av – i hverdagen – på alle nivåer. Den er på ett ark. Overskriften er «Sammen om framtida – vi bygger tillit». Vi har omdøpt de tre t-ene fra «ting tar tid» til «tilgjengelig, tydelig og troverdig». Dette er prinsipper alle bør jobbe etter i møte med våre tre kommunikasjonsmål «kommunen for den enkelte», «kommunen i samfunnet» og «kommunen som organisasjon».

I sum får vi da ni helt konkrete kommunikasjonsoppgaver å jobbe med. Dette er mål alle kan bruke i sin hverdag – både skriftlig og muntlig. Vi vil understreke muntlig kommunikasjonskraft. Ingenting slår øye-til-øye-kommunikasjon. Kommunen kan ha så mange strategier den vil og kommunikasjonsrådgivere den vil, men ingenting er viktigere enn alle de menneskelige møtene mellom ansatte og innbyggere som hver dag skjer ute i kommunens mange enheter.

Det nye forslaget til kommunikasjonsstrategi er skapt av ei stor arbeidsgruppe som har jobbet et lite halvår. Kommunikasjonsrådgiver har ledet prosessen, og i gruppa har representanter for politisk sekretariat, organisasjonsseksjonen, seksjon for oppvekst, seksjon for helse og omsorg, seksjon for samfunn og miljø og tillitsvalgtets representant deltatt aktivt i arbeidet.

Samme gruppe har også jobbet med framtidig bruk av sosiale medier og hvilke kanaler Vennesla kommune skal foretrekke. Kommunedirektøren mener dette er viktige vurderinger.

Diskusjonen rundt sosiale medier har pågått en tid i kommunen, og rent kommunikasjonsfaglig er det blitt vanskeligere og vanskeligere å forsvare kanaler som bryter med de prinsipper og verdier vi som offentlig myndighet skal stå for.

Dette er bakgrunnen for at Vennesla kommune tok initiativ til et samarbeid med Vennesla Tidende. Vi kjøper for tiden en egen etasje på lokalavisens nettside der vi legger ut alle kunngjøringer og aktuelt-saker. Slik er kommunen med på å bygge et lokalt, samlende leirbål for alle. Frontsiden til Vennesla Tidende er åpen for alle – og vi vet at innbyggere i alle aldre klikker inn på den jevnlig. Etter få måneders drift, ser kommunen en kraftig økning i lesingen av våre info-saker.

I denne sammenheng er det viktig å henvise til vedlegg om sosiale medier og kanalvalg. Det er ganske lett å be om utfasing av sosiale medier i en virkelighet hvor informasjon er blitt en del av egenberedskapen og der nasjonale myndigheter ber oss alle om å bruke offentlige nettsider og redaktørstyrte medier i vår søken etter informasjon. Landets fremste sikkerhetsekspert fraråder sosiale medier.

Kommunedirektøren anbefaler derfor at Vennesla kommunes digitale hovedkanaler for informasjon blir disse to:

- kommunens nettside
- egen «etasje» i lokalavisen.

Vi understreker at avisen selvsagt skal være helt fri til å drive kritisk og god journalistikk – vi kjøper kun annonseplass. En sannhetssøkende, kritisk presse er en viktig bidragsyter for å utvikle lokalsamfunnet videre.

Kommunedirektøren råder kommunestyret til å ta samme valg som stadig flere andre kommuner, og som Datatilsynet, Skatteetaten og delvis NAV allerede har gjort; å kutte ut sosiale medier som en foretrukket kanal for informasjon.

Vi bygger på åpenhet og deltakelse. Vi skal redusere motsetninger, bygge fellesskap, sikre god beredskap og i alle ting sikre innbyggernes trygghet og medvirkning. Flere av disse verdiene er kraftig utfordret av de multinasjonale tech-selskapenes måte å drifte sosiale medier på.

Det er vanskelig å få innblikk i de redaksjonelle vurderingene i sosiale mediekkanaler. Det vi vet er at stadig flere eksperter advarer. Vi vet at algoritmene er styrt mot å hisse opp og engasjere – og at polarisering og konflikt blir et gode. Ikke den gode konflikten og den kritiske samtaler vi ønsker i et demokrati, men den betente konflikten som bygger mistillit og skaper hat – fordi den genererer inntekter. Ute i verden ser vi destabilisering av samfunn som følge av sosiale mediers spredning av falsk informasjon – uten at kanal-eierne tar ansvar. Selskapene gjør lite eller ingenting for å rette opp feil, imøtegå løgn og konspirasjon. Tvert imot blir dette løftet fram – fordi det gir ekstra inntekter. I tillegg, kommer utfordringene med personvern, manglende vilje til å innordne seg lands lover, tariffsystemer, skatteregimer og så videre.

I sum står vi overfor en makt som kan utfordre hele den norske samfunnsmodellen med små motsetninger, samhold og fellesskap.

I forslag til vedtak bruker kommunedirektøren begrepet «der det er praktisk mulig» om å kutte sosiale medier. Dette fordi det kan finnes grupper og team som vil ha fordel av å dele informasjon via sosiale medier fortsatt. For eksempel ei turgruppe i kommunal regi, eller ei foreldregruppe.

De siste ukene har aktualisert og skjerpet behovet for at Vennesla kommune går langt i å kutte bruken av sosiale medier. Regjeringen har varslet at tech-selskapene ikke lenger skal tillate innlogging av barn og unge under 16 år (året de fyller). Skadevirkningene for barn og unge er betydelig større enn vi har trodd – ikke minst handler det om mobbing og ulike typer press, men også tidsbruk og stress.

Å kommunisere tillitvekkende i 2026 handler i økende grad om å bygge beredskap gjennom åpenhet, handling og menneskelig kontakt i en tid preget av uro og teknologisk støy. Kommunen er en myndighet som må gå foran med et godt eksempel.

Strategien og vurderingene rundt kanalvalg har vært informert om og lagt fram for de tre rådene for ungdom, eldre og personer med funksjonshindringer. Det har alle steder kommet fram en viss skepsis til å nedprioritere sosiale medier, men samtidig er det støtte så sant kommunen kan finne andre måter å nå fram på.

Klima- og miljøkonsekvenser

Strategien vil forhåpentlig bidra til et godt diskusjonsklima og et enda mer aktivt og samfunnsengasjert lokalmiljø, med økt trygghet og tillit.

Økonomiske konsekvenser

Det vil koste kommunen ca. kr. 120.000,- pr. år å kjøpe plass hos Vennesla Tidende. Inneværende år forutsetter kommunedirektøren at dette dekkes innenfor gjeldende budsjetttrammer. Den langsiktige effekten av gode lokale informasjonskanaler vil ha økonomiske fordeler. Et trygt tillitssamfunn vil alltid være rimeligere å drifte enn et samfunn basert på splittelse og dype konflikter.

Konklusjon

Som myndighet grunnfestet i norske fellesskaps- og frihetsverdier, ønsker Vennesla kommune å fase ut bruken av sosiale medier. Samtidig legger vi strategien «Sammen om framtida -vi bygger tillit» til grunn for all kommunikasjon og alt kommunikasjonsarbeid på alle nivåer i Vennesla kommune.