

Norsk kulturskoleråds kommunikasjonsstrategi

1. Innledning

Norsk kulturskoleråds kommunikasjonsstrategi skal være et styringsverktøy for å oppnå rådets kommunikasjonsmål.

Vår kommunikasjon bygger på vår visjon, våre mål og våre verdier.

Kommunikasjonsstrategien definerer mål, prinsipp og retningslinjer for vår kommunikasjon med omverden samt hvordan vi skal kommunisere internt i organisasjonen.

2. Begrepspresisering: Informasjon vs. kommunikasjon

Informasjon og kommunikasjon har ulik mening.

- Informasjon er selve budskapet
- Kommunikasjon er prosessen, og er alltid toveis

3. Grunnleggende forutsetninger i vår kommunikasjon

Følgende prinsipper ligger til grunn for Norsk kulturskoleråds kommunikasjonsvirksomhet:

- Vi skal sørge for god dialog, både internt og overfor eksterne interessenter (*se definisjon av interessenter i punkt 6*)
- Hver enkelt ansatt og politisk valgt er ansvarlig for å holde seg informert, og for å dele relevant informasjon med andre i organisasjonen
- Vi skal aktivt informere om vårt arbeid som organisasjon
- Vi skal gjøre informasjon om vårt arbeid lett tilgjengelig
- Vår kommunikasjon skal være målrettet og relevant
- Vår kommunikasjon skal være korrekt, samordnet og tilstrekkelig hurtig
- Vårt informasjonsmaterieell skal ha entydig design
- Kommunikasjon er et lederansvar

4. Forankring

Kommunikasjonsstrategien er forankret i Norsk kulturskoleråds Strategi 2020 og Virksomhetsplan 2013-2014.

5. Kommunikasjonsmål

Overordnet mål

Ved bevisst og aktiv kommunikasjon skal Norsk kulturskoleråds ansatte og politisk valgte bidra til at organisasjonen når sine mål, som i Strategi 2020 er å

- være en drivkraft for å fremme kvalitet i opplæringen innen kunst og kultur for barn, unge og voksne
- bidra til at alle som ønsker det skal få et mangfoldig kulturskoletilbud av god kvalitet til en rimelig pris

Hovedmål for intern kommunikasjon

Vår interne kommunikasjon skal skape og styrke det faglige og sosiale fellesskapet på tvers av roller og oppgaver, og bidra til at vi som organisasjon framstår enhetlig og tydelig, samhandlende og inkluderende.

Hovedmål for ekstern kommunikasjon

Vår eksterne kommunikasjon skal bidra til at vi når de mål våre eiere ønsker at vi skal nå, jf. målsettingene på de tre strategiområdene omtalt i Strategi 2020:

- Kulturskolen i samfunnet
- Kunst- og kulturfaglig utvikling
- Kompetanse- og organisasjonsutvikling

Vår eksterne kommunikasjon skal styrke vårt omdømme og gjøre oss til en enda tydeligere og sentral samfunnsaktør.

Delmål

a) *Vi skal kommunisere aktivt og målrettet*

Det får vi til ved å

- gjøre vår kommunikasjonsstrategi kjent blant ansatte og politisk valgte
- øke våre kommunikasjonsferdigheter
- være offensive og gjerne i forkant, hva gjelder kontakt med prioriterte medier, for å få fokus på de saker vi ønsker til rett tid
- øke forståelsen for god informasjonsflyt internt
- bekjentgjøre beslutninger og tiltak overfor aktuelle målgruppene til rett tid gjennom egnede kanaler
- utarbeide kommunikasjonsplaner for alle større prosjekt, tiltak o.l.
- sørge for å ha oppdaterte og til enhver tid velutviklede nettsteder
- gjennomføre undersøkelser for å få oppdatert kunnskap om hvor godt vår kommunikasjon når ut og hvordan den oppfattes

b) Kommunikasjonen vår skal bidra til et godt omdømme

Det får vi til ved å

- være bevisst hvordan vi som organisasjon kommuniserer rundt alle våre prosjekt, tjenester, tiltak o.l.
- være bevisst hvordan hver enkelt av organisasjonens ansatte og politiske valgte kommuniserer
- synliggjøre vårt arbeid og oppnådde resultater på beste vis i de riktige kanaler
- skape gode arenaer for dialog med alle våre interessenter
- omtale Norsk kulturskoleråds kvaliteter med saklig entusiasme når sjansen byr seg
- være etisk bevisste og korrekte i vår kommunikasjon

c) Kommunikasjonen vår skal synliggjøre vår nytteverdi

Dette får vi til ved å

- tilrettelegge for at våre interessenter har lett tilgang til relevant informasjon om vår virksomhet samt kulturskolen som skoleslag
- spre informasjon - aktivt og målrettet - om våre faglige tilbud, i form av program, prosjekt, kurs o.l.

d) Vi skal ha et velfungerende kommunikasjonsklima internt

Dette får vi til ved å

- forankre vår visjon, våre verdier, mål og strategier hos ansatte og politisk valgte
- fokusere kommunikasjon i organisasjonsutvikling
- tydeliggjøre ledernes ansvar for å sørge for god intern kommunikasjonsflyt
- styrke og etablere gode arenaer for meningsutveksling og dialog blant ansatte om saker som er essensielt viktige for oss

6. Interessenter - målgrupper for vår kommunikasjon

Det er viktig å ha klart for oss hvem som er Norsk kulturskoleråds interessenter.

En interessent for Norsk kulturskoleråd er alle organisasjoner, myndigheter, bedrifter, interessegrupper og enkeltpersoner som vår virksomhet direkte eller indirekte er avhengig av, og som også direkte eller indirekte er avhengig av Norsk kulturskoleråd.

Hvis en organisasjon som Norsk kulturskoleråd skal oppnå suksess, må vi i vår kommunikasjon ta hensyn til det mangfoldet vi har av interessenter:

- Våre eiere - kommunene
- Politikere - på alle nivå: kommunalt, fylkeskommunalt, nasjonalt
- Byråkrater, spesielt innen utdannings- og kultursektoren, på alle nivå
- Samarbeidspartnere - institusjoner, organisasjoner, næringslivsaktører m.m.
- Fag- og forskningsmiljøer knyttet til kulturskolefeltet
- Ansatte i kulturskolen
- Elever i kulturskolen
- Foresatte til elever i kulturskolen
- Ansatte i andre skoleslag og barnehage
- Media
- Egne ansatte og politiske valgte
- Andre personer og grupperinger med uformell, men stor betydning for vårt felt

7. Våre kommunikasjonskanaler

Valg av kommunikasjonskanal avhenger blant annet av målgruppe, budskap og tidsramme. Våre nettsted er våre viktigste kommunikasjonskanaler.

Hovednettstedet vårt, **kulturskoleradet.no**, skal være selve navet for vår eksterne kommunikasjon. På dette nettstedet skal kulturskoleansatte, politikere, byråkrater og medier med flere finne både det heteste nyhetsstoffet om kulturskolen, oppdatert informasjon om kulturskolerelevante kurs, arrangement, program og prosjekt samt viktig bakgrunnsstoff (*forskningsrapporter, spørreundersøkelsesresultater, statistikk, historiske artikler, kronikker m.m.*) egnet til å gi innsikt i kulturskolesaken.

Andre nettsteder vi utvikler og drifter skal virke i konstruktivt samspill med kulturskoleradet.no. Alle våre nettsteder skal være brukervennlige, kvalitetssikrede, lett tilgjengelige, oppdaterte og relevante.

Intranettet vårt skal være en sentral intern kommunikasjonskanal, og skal også brukes i forbindelse med program, prosjekt, arrangement o.l. der vi finner det hensiktsmessig. Vår informasjon på intranettet skal formidle kompetanse og kunnskap til ansatte og politiske valgte samt deltakere på program, prosjekt m.m.

Norsk kulturskoleråd skal til enhver tid vurdere hvordan vi forholder oss til **sosiale medier**, og hvilke sosiale medier vi aktivt benytter. Per 2014 er Facebook en viktig sentral kommunikasjonskanal for oss. Vi tar på alvor det faktum at Facebook er en arena svært mange er på og søker informasjon på.

Derfor har vi på Facebook en "hovetside" kalt Norsk kulturskoleråd, hvor vi i all hovedsak legger ut kortversjoner av nyheter som fins på kulturskoleradet.no (eller andre av våre nettsteder), og med lenker dit. Dermed skaper vi oppmerksomhet rundt kulturskoleradet.no og de andre nettstedene våre, og derigjennom mer oppmerksomhet rundt vår virksomhet.

Vi har også en rekke andre sider på Facebook, for å markedsføre og informere om program, prosjekter, arrangement o.l. samt gi rom for debatt og erfaringsutveksling av både faglig og administrativ karakter knyttet til Norsk kulturskoleråds aktivitet og andre kulturskolerelevante tema.

Norsk kulturskoleråds tidligere tidsskrift Kulturtrøkk, som ble vedtatt nedlagt januar 2014, videreføres som et **nyhetsbrev** (som distribueres elektronisk) med samme navn, der det i stor grad henvises til artikler og stoff som fins på våre nettsteder. Dette nyhetsbrevet distribueres til alle våre interessenter.

Videre vil vi bruke både **e-post** og **vanlig postal korrespondanse** som kommunikasjonsform både internt og eksternt.

Overfor media vil vi bruke strategisk tipsing, pressemeldinger, kommentarer, kronikker og pressekonferanser som kanaler for kommunikasjon. *Se punkt 8 for Norsk kulturskoleråds mediestrategi.*

8. Norsk kulturskoleråds mediestrategi

[Til orientering: Denne delen av kommunikasjonsstrategien beskriver Norsk kulturskoleråds mediestrategi, og hvordan den skal utøves på ulike nivå i organisasjonen. Denne strategien ble forelagt Norsk kulturskoleråds sentralstyre 30. mai 2012]

Mediestrategien gjelder overfor eksterne medier som skrivende presse, radio og tv samt sosiale medier.

Denne strategien gjelder for ansatte og politisk valgte, på sentralt og regionalt nivå.

Hensikt

Norsk kulturskoleråds mediestrategi skal bidra til å øke kulturskolens og dens utfordringers synlighet i media. Norsk kulturskoleråd ønsker å påvirke politikere, embetsverk og opinionen for øvrig, i den hensikt å fremme våre medlemmers interesser som kulturskoleeiere/-drivere.

Arbeidet rettet mot media skal føre til fokus på det som er hensikten med vår virksomhet. Vi ønsker å synliggjøre saken overfor lesere, seere og lyttere, samtidig som det er viktig å øke mediernes innsikt i kulturskolesaken og vekke deres interesse for å omtale den.

Retningslinjer

Hvilke saker Norsk kulturskoleråd skal profilere seg på vil være basert på kontinuerlige, strategiske vurderinger av hva som er best gjøre til enhver tid. Bak våre medieutspill bør det finnes en tanke om at dette vil

- bringe oss på banen som aktør i aktuelle og relevante samfunnsdebatter
- understøtte våre framstøt mot politikere, embetsverk o.l.
- omtale våre prosjekt, program, arrangement og andre deler av vår aktivitet

Virkemidler

Konkrete virkemidler for å oppnå vår hensikt med strategien er

- direkte kontakt med medier
- pressemeldinger
- pressekonferanser
- kronikker og leserinnlegg

Hvem gjør hva?

Sentralstyret har det overordnede ansvar for Norsk kulturskoleråds mediestrategi. Direktør har det utøvende ansvaret. Informasjonsleder er direktørens viktigste medspiller i det praktiske mediestrategiske arbeidet, hva gjelder rådslagning, planlegging, koordinering og utøvelse. Både sentralt og regionalt skal ansatte og politisk valgte involveres i mediestrategisk arbeid.

Det er som hovedregel direktør eller styreleder, eller den de delegerer til, som uttaler seg til media, når media etterspør våre meninger. Informasjonsleder skal primært være medias

hovedkilde når fakta etterspørres. Informasjonsleder kan også uttale seg når han kjenner organisasjonens offisielle mening om den aktuelle saken.

På regionalt nivå er det som hovedregel styreleder i fylkesavdelingene og regionene, eller den styreleder delegerer til, som uttaler seg til media, når media etterspør våre meninger om regionale anliggender. På regionalt nivå skal kulturskolekonsulentene være medias kilde til fakta samt stå for utsending av pressemeldinger om regionale arrangement.

Praktisk tilrettelegging og planlegging, og klargjøring av roller - lokalt, regionalt og nasjonalt - er viktig slik at vi er godt rustet når vi på kort varsel må ut i media. Dette innebærer utarbeiding og oppdatering av kontaktlister for medier, utarbeidelse av pressemeldingsmalen m.m.

Hjemmesidas og sosiale mediers rolle

Norsk kulturskoleråds hjemmeside, kulturskoleradet.no, og våre sider på sosiale medier, skal bidra til fokus på de saker vi ønsker medias oppmerksomhet på.

Hjemmesida skal være en kilde for media til å finne fakta og bakgrunnsstoff for saker vi ønsker å fokusere. Det er informasjonsleder - eller den informasjonsleder delegerer oppgaven til - som er ansvarlig for at så er tilfelle.