



HELSE FINNMARK
FINNMÁRKKU DEARVVAŠVUOHTA

Administrasjonen

HELSE  NORD

Styremøte i Helse Finnmark HF

Dato. 21. mars 2012

Møtedato: 28. mars 2012

Saksbehandler: Kommunikasjonssjef Ivar Greiner

Sak nr:	22/2011
Navn på sak:	Kommunikasjonstrategi 2012 -2014

Adm direktørs tilrådning

Styret i Helse Finnmark HF vedtar Kommunikasjonsstrategi 2012-2014 som forelagt.

Vedlegg:

1. Saksfremlegg.
2. Kommunikasjonsstrategi 2012-2014

Hans Petter Fundingsrud

Adm. dir.



Styresak 22/2012

Saksbehandler: Ivar Greiner, kommunikasjonssjef Helse Finnmark
Dato: 28. mars 2012

Kommunikasjonsstrategi 2012-2014

Bakgrunn

Helse Finnmark har vedtatt en strategiplan for perioden 2010-2015. Det er også vedtatt et langsiktig utviklingsprogram, PROFF, i perioden 2011-2014 i tråd med intensjonene i strategiplanen. Kommunikasjon er et viktig virkemiddel i organisasjonsutvikling, og denne kommunikasjonsstrategien skal bidra til at Helse Finnmark når målene i strategiplanen generelt og i PROFF spesielt. Kommunikasjonsstrategien gjelder for samme periode som PROFF, fram til 2014.

Strategien skal være tydelig overfor alle i Helse Finnmark, samarbeidspartnere og samfunnet for øvrig på hvordan kommunikasjon skal bidra til å nå målene til foretaket. Kommunikasjon er en nødvendig forutsetning for å skape en felles forståelse, som i sin tur kreves for enighet om mål og virkemidler.

Formålet med dokumentet er å beskrive kommunikasjonsmål og hva som skal gjøres for å nå målene. Handlingsplaner basert på strategien vil beskrive konkret hvordan kommunikasjonsmålene skal nås.

Saksutredning

I de nærmeste årene vil det fra våre eiere legges føringer for mer arbeid med kvalitet og rutiner og prosedyrer som sikrer kvalitet i spesialisthelsetjenesten. Samhandling med kommunene blir sentralt. Foretaket vil gå gjennom større og mindre organisasjonsendringer.

På bakgrunn av statens kommunikasjonspolitikk og Helse Finnmarks strategiplan 2010-2015 og Program for organisasjonsutvikling og forbedring, PROFF- Finnmarkssykehuset er det definert tre kommunikasjonsmål

Kommunikasjonsmål

Helse Finnmark står foran en omfattende organisasjonsutvikling. All utvikling medfører forandring, og organisasjonsutvikling medfører forandring for mange medarbeidere, både av hva de gjør og av hvordan de gjør det. For å få denne forandringen til å utgjøre en positiv og strukturert utvikling er det helt nødvendig at alle som deltar i utviklingsprosessen vet hvordan deres enkelte oppgave påvirker helheten, og at samfunnet rundt oss får vite om hvordan utviklingen påvirker de tjenestene vi yter til befolkningen.

Ut i fra dette har vi satt oss tre konkrete mål for kommunikasjonsarbeidet fram til 2015:

Kommunikasjonsmål 1: Tillit

*Kommunikasjonsmål nr 1 er eksternt og gjelder pasienten
Økt tillit i befolkningen til Helse Finnmarks behandlingsteam*

Delmål

Økt tillit i befolkningen til foretaket, foretakets drift og øverste ledelse



Økt tillit i befolkningen til våre klinikere, ledere, og administrativt ansatte
Økt tillit internt til foretakets drift og øverste ledelse
Økt tillit internt til våre ledere, klinikere og administrativt og ansatte

Kommunikasjonsmål 2: Mening

Kommunikasjonsmål nr 2 er internt og gjelder ansatte.

Ansatte skal oppleve at de er verdifulle og betydningsfulle.

For å kunne gjøre en god jobb, er det viktig for hver enkelt ansatt både å vite hvilken betydning en har i Helse Finnmarks virksomhet, og å oppleve å bli verdsatt for den jobben man gjør. Dette krever i sin tur at man har god tilgang til informasjon om Helse Finnmarks oppgaver og strategiske målsetninger.

Delmål

Ansattes opplevelse av at de er betydningsfulle for pasientene

Ansattes forståelse av sin betydning for utviklingen av spesialisthelsetjenesten i Finnmark

Ansattes opplevelse av at de er verdsatt av foretaket

Kommunikasjonsmål 3: Internkommunikasjon som et hjelpemiddel for å styrke avdelingenes gjennomføringsevne

Kommunikasjonsmål nummer 3 er internt og skal bidra til at foretaksledelsen og hver klinikk øker evnen til å gjennomføre sine planer

Delmål

Økt gjennomføringsevne for hele foretaket

Internt er det et mål å øke medarbeidernes kunnskap om rolle, kvalitet og resultat i egen virksomhet slik at dette kan gjøres kjent for Helse Finnmarks brukere. Det er også et mål å øke forståelsen for at endrings- og utviklingsarbeid er en kontinuerlig prosess i Helse Finnmark.

Komunikasjonsstrategi for Helse Finnmark 2012-2014

Med intern kommunikasjon mener jeg informasjonsflyten og utveksling av ideer og synspunkter mellom ledere og medarbeidere, og også kommunikasjon mellom enkeltpersoner og grupper på forskjellige nivåer og i ulike enheter eller deler av organisasjonen.

(Bente Erlien, 2006)

Strategi

Introduksjon

Helse Finnmark har vedtatt en strategiplan for perioden 2010-2015. Det er også vedtatt et langsiktig utviklingsprogram, PROFF¹, i perioden 2011-2014 i tråd med intensjonene i strategiplanen. Kommunikasjon er et viktig virkemiddel i organisasjonsutvikling, og denne kommunikasjonsstrategien skal bidra til at Helse Finnmark når målene i strategiplanen generelt og i PROFF spesielt. Kommunikasjons-strategien gjelder for samme periode som PROFF, fram til 2014.

Strategien skal være tydelig overfor alle i Helse Finnmark, samarbeidspartnere og samfunnet for øvrig på hvordan kommunikasjon skal bidra til å nå målene til foretaket. Kommunikasjon er en nødvendig forutsetning for å skape en felles forståelse, som i sin tur kreves for enighet om mål og virkemidler.

Formålet med dokumentet er å beskrive kommunikasjonsmål og hva som skal gjøres for å nå målene. Handlingsplaner basert på strategien vil beskrive konkret hvordan kommunikasjonsmålene skal nås.

Bakgrunn

Kommunikasjonsstrategien skal bidra til at Helse Finnmarks strategiplan for 2010-2015 oppfylles innenfor hvert av satsingsområdene

- Kvalitet
- Stabile og sterke fagmiljø
- Samhandling
- Desentralisering
- Organisasjon og ledelse
- Samisk kultur og språk

I de nærmeste årene vil det fra våre eiere legges føringer for mer arbeid med kvalitet og rutiner og prosedyrer som sikrer kvalitet i spesialisthelsetjenesten. Samhandling med kommunene blir sentralt. Foretaket vil gå gjennom større og mindre organisasjonsendringer.

Nåværende kommunikasjonsituasjon

Foretaket har jobbet godt med eksternekommunikasjon og forholdet til pressen. Det viser ansettelsen av to kommunikatører med medie- og informasjonsbakgrunn, og deres arbeid rettet mot pressen.

Omdømmet er godt, og samarbeidet med journalister er bra. Det er flere positive medieoppslag enn tidligere, og færre negative. Virksomheten oppfattes av journalister som mer tilgjengelig.. Målet er å spille på denne oppfatningen og gjøre oss ennå bedre på dette feltet.

Internt er det ikke gjort mye for å benytte kommunikasjon til å gjøre virksomheten bedre. Intranettet er til dels uforandret de siste årene.

Internkommunikasjonen fungerer gjennom linjen. Det er allikevel en opplevelse av at ledelse og administrasjon ikke jobber tett nok med det kliniske miljøet. Her finnes det et forbedringspotensial.

¹ Program for organisasjonsutvikling og forbedring - Finnmarkssykehuset

Overordnede kommunikasjonsprinsipper

Følgende prinsipper er hentet fra Statens kommunikasjonspolitikk² og ligger til grunn for all kommunikasjonsaktivitet i HELSE FINNMARK:

Åpenhetsprinsippet

”I sin kommunikasjon med innbyggeren skal staten være åpen, tydelig og tilgjengelig”

HELSE FINNMARK er en åpen og transparent organisasjon. Vi gir innsyn, er tilgjengelige og skaper dermed tillit. Åpenhet styrker vår legitimitet, og kan bidra til å styrke oppslutningen om virksomheten og funksjoner i helseforetaket.

Medvirkning

”Staten skal ta berørte innbyggere med på råd og involvere dem i utforming av politikk og tjenester”

I HELSE FINNMARK skal vi gjøre oss kjent med målgruppene for tiltakene våre, slik at vi kan samarbeide og ha en god dialog med dem. Måltrettet og hensiktsmessig kommunikasjon er avgjørende for helseforetakets arbeid. Dette gjelder også internt mellom medarbeiderne. Det skal i enhver kommunikasjons situasjon tas hensyn både til avsender og mottaker. Kunnskap om mottaker og avsender sine synspunkt, holdninger og behov i en prosess er en forutsetning for god kommunikasjon.

Nå alle

”Staten skal sørge for at relevant informasjon når fram til alle berørte.”

HELSE FINNMARK skal tilpasse sin informasjon og kommunikasjon til de gruppene vi skal nå. I Finnmark betyr det et særlig ansvar for at den samiske befolkningen har informasjon tilgjengelig på sitt eget språk, og at de blir møtt av helsearbeidere som har forståelse for samisk kultur. Vi har også en stor andel av innbyggere med utenlandsk bakgrunn som har samme behov for helsetjenester som den norskspråklige befolkningen. Dette stiller krav til hvordan vi kan nå ut til pasienter og publikum for øvrig.

I noen sammenhenger er det nok at informasjon gjøres tilgjengelig, for eksempel via internett eller annet informasjonsmateriell. I andre sammenhenger er det nødvendig å gå aktivt ut i andre kanaler.

Aktiv

”Staten skal aktivt og i tide gi informasjon om rettigheter, plikter og muligheter.”

HELSE FINNMARK må sørge for at aktuelle saker når fram til målgruppene og legge til rette for god og saklig fremstilling. Vi skal gjøre aktuell informasjon tilgjengelig uten at det først må fremmes krav om innsyn fra pressen eller andre.

Dette krever at vi planlegger kommunikasjonsvirksomheten aktivt og grundig og henger nøye sammen med åpenhetsprinsippet over.

² Fastsatt av Fornyings- og administrasjonsdepartementet 16. oktober 2009

Helhet

”Statlig kommunikasjon skal oppleves enhetlig og samordnet.”

HELSE FINNMARK må samordne sin informasjon og informasjonsvirksomhet med andre statlige, kommunale og private virksomheter. Slik at informasjonen fremstår helhetlig for mottakeren. Den kommunale legevaktordningen er et opplagt eksempel her.

Informasjon skal fremføres på en slik måte at den blir forstått av de vi henvender oss til, og den skal være samordnet og lett tilgjengelig. Vi må gjøre det enkelt å lete opp informasjon gjennom å sikre lett tilgang og oversiktig organisering ved aktiv bruk av inter- og intranett i tillegg til andre kanaler.

Linje

”Kommunikasjonsansvaret følger saksansvaret”

”*Linjeprinsippet* vil si at ansvaret for informasjon og kommunikasjon følger saksansvaret, både for ledere og medarbeidere. Informasjon og kommunikasjon må derfor vurderes på lik linje med andre typer virkemidler for å nå vedtatte mål og resultatkrav.”

Lederne i HELSE FINNMARK har et særlig ansvar for at medarbeiderne får tilgang til all relevant informasjon som er nødvendig for å utføre arbeidet med ønsket kvalitet. Dette fratar ikke medarbeiderne for selv å søke informasjon og holde seg orientert om aktuelle saker. Det er et overordnet lederansvar å sørge for at lovpålagte kommunikasjonsoppgaver blir gjennomført, spesielt opp mot tillitsvalgte og føringer i arbeidsmiljøloven.

Kjerneverdier

De nasjonale kjerneverdiene for spesialisthelsetjenestene er

- Kvalitet
- Trygghet
- Respekt

Disse verdiene skal ligge i bunnen for all vår virksomhet, og selvfølgelig derfor også for vår kommunikasjonsstrategi.

Kommunikasjonsmål

Helse Finnmark står foran en omfattende organisasjonsutvikling. All utvikling medfører forandring, og organisasjonsutvikling medfører forandring for mange medarbeidere, både av *hva* de gjør og av *hvordan* de gjør det. For å få denne forandringen til å utgjøre en positiv og strukturert utvikling er det helt nødvendig at alle som deltar i utviklingsprosessen vet hvordan deres enkelte oppgave påvirker helheten, og at samfunnet rundt oss får vite om hvordan utviklingen påvirker de tjenestene vi yter til befolkningen.

Ut i fra dette har vi satt oss tre konkrete mål for kommunikasjonsarbeidet fram til 2015:

Kommunikasjonsmål 1: Tillit

Kommunikasjonsmål nr 1 er eksternt og gjelder pasienten
Økt tillit i befolkningen til Helse Finnmarks behandlingsteam

Delmål

Økt tillit i befolkningen til foretaket, foretakets drift og øverste ledelse
Økt tillit i befolkningen til våre klinikere, ledere, og administrativt ansatte
Økt tillit internt til foretakets drift og øverste ledelse
Økt tillit internt til våre ledere, klinikere og administrativt og ansatte

Kommunikasjonsmål 2: Mening

Kommunikasjonsmål nr 2 er internt og gjelder ansatte.
Ansattes skal oppleve at de er verdifulle og betydningsfulle.
For å kunne gjøre en god jobb, er det viktig for hver enkelt ansatt både å vite hvilken betydning en har i Helse Finnmarks virksomhet, og å oppleve å bli verdsatt for den jobben man gjør. Dette krever i sin tur at man har god tilgang til informasjon om Helse Finnmarks oppgaver og strategiske målsetninger.

Delmål

Ansattes opplevelse av at de er betydningsfulle for pasientene
Ansattes forståelse av sin betydning for utviklingen av spesialisthelsetjenesten i Finnmark
Ansattes opplevelse av at de er verdsatt av foretaket

Kommunikasjonsmål 3: Internkommunikasjon som et hjelpemiddel for å styrke avdelingenes gjennomføringsevne

Kommunikasjonsmål nummer 3 er internt og skal bidra til at foretaksledelsen og hver klinikk øker evnen til å gjennomføre sine planer

Delmål

Økt gjennomføringsevne for hele foretaket
Internt er det et mål å øke medarbeidernes kunnskap om rolle, kvalitet og resultat i egen virksomhet slik at dette kan gjøres kjent for Helse Finnmarks brukere. Det er også et mål å øke forståelsen for at endrings- og utviklingsarbeid er en kontinuerlig prosess i Helse Finnmark.

Satsingsområder og tiltak

Ut i fra de kommunikasjonsprinsippene som er nedfelt i statens kommunikasjonspolitik, kjerneverdiene for spesialisthelsetjenesten og de tre kommunikasjonsmålene vi har satt oss, har vi valgt ut sju satsingsområder som vi skal fokusere spesielt på i tiden fram til 2015.

Utad skal Helse Finnmark arbeide for å informere brukerne våre slik at vi skaper et realistisk forventningsbilde av helseforetaket og de tjenestene vi tilbyr innenfor gjeldende rammer. Helse Finnmark skal aktivt informere om hvilke tjenester vi tilbyr på de ulike behandlingsstedene. Samtidig skal vi opptre ydmykt i forhold til de opplevelser den enkelte bruker har i møtet med helseforetaket.

Kommunikasjonsstrategien er laget for å gi ledere og medarbeidere i Helse Finnmark retningslinjer for hvordan vi skal arbeide målrettet med kommunikasjon de nærmeste årene. For å nå de tre kommunikasjonsmålene som er nedfelt i dette dokumentet, skal årlige handlingsplaner knyttes direkte til målene. Kommunikasjonsstrategien er en del av Helse Finnmarks overordnede strategiarbeid og er fundert på statlig kommunikasjonspolitik og Offentlighetsloven av 2009.

Vi er alle sammen med på å gi Helse Finnmark et ansikt. Gjennom vår oppførsel og våre uttalelser farger vi enkeltpersoners og samfunnets bilde av Helse Finnmark. Måten du møter pasienter, pårørende, samarbeidspartnere og kolleger på avgjør ikke bare hva de synes om deg – men om hele Helse Finnmark.

1) Kommunikasjon skal innarbeides som lederansvar på alle nivå

Den enkelte leder har ansvar for å informere om sin virksomhet både internt og eksternt. Lederne skal sikre en god kommunikasjon med brukere og medarbeidere for øyet. Kommunikasjonsansvaret følger linjen. Den enkelte leder kan ikke delegerer sitt interne eller eksterne kommunikasjonsansvar, men kommunikasjonsoppgaver kan delegeres. Kommunikasjonsaktivitet skal synliggjøres i den enkelte klinikks planverk.

For at kommunikasjonsprosessen skal bli inkluderende må det legges til rette for innspill og medvirkning fra medarbeiderne i virksomheten. Disse må få mulighet til å medvirke på flere arenaer.

Kommunikasjonsaktivitet skal innarbeides i dialogavtalene på linje med andre driftsmessige og aktivitetsrettede måleparametre.

2) Intern kommunikasjon skal videreutvikles

Det skal legges vekt på kultur- og tillitsbygging på tvers av geografiske enheter

Planlagt og systematisk intern kommunikasjon er et virkemiddel for å skape engasjement, forståelse og lojalitet hos medarbeiderne. Det bedrer mulighetene for at de ansatte kan påvirke sin funksjon, sitt arbeid, framføre forslag, kritikk og synspunkter, ta avgjørelser og ta ansvar.

Intern kommunikasjon er en forutsetning for at organisasjonen skal kunne utføre sine oppgaver og for at ledere og medarbeidere skal trekke i samme retning. HELSE FINNMARK skal kontinuerlig videreutvikle sin interne kommunikasjon som det fremste virkemiddel for at eksternt kommunikasjon skal fungere.

Den myndiggjorte medarbeider er en informert medarbeider. Å være informert og delaktig er en forutsetning for å kunne utøve medarbeiderskap og være bemyndiget ansvar og oppgaver.

Kulturbygging mellom de ulike geografiske enhetene i HELSE FINNMARK skal vektlegges på alle nivå.

For at HELSE FINNMARK skal kunne fremstå enhetlig og mest mulig samordnet må det være en prioritert oppgave å bygge samarbeidsrelasjoner og tillit mellom medarbeidere ved ulike geografiske enheter.

3) Kommunikasjon med brukere av spesialisthelsetjenesten skal være preget av kvalitet, trygghet og respekt

Brukerne skal involveres i planlegging av større omstillingsprosesser. Daglig kontakt med brukere av spesialisthelsetjenesten forteller oss mye om deres behov.

Brukerundersøkelser er ett hjelpemiddel for å få et bedre tjenestetilbud. Ved å spørre brukerne om deres behov for informasjon fra foretaket, kan man i større grad utvikle tilrettelagt og målrettet informasjon til enkeltpersoner og ulike grupper av brukere. Brukerundersøkelser skal innarbeides i de årlige tiltaksplaner med tilhørende planer for oppfølging av resultater.

Den kjennskap HELSE FINNMARK får til brukernes behov skal omsettes i kunnskap som igjen forbedrer tjenester som utøves. Ved større omstillings- og kommunikasjonsprosesser i HELSE FINNMARK skal brukerne tas med i planarbeidet.

4) HELSE FINNMARK skal drive aktiv kommunikasjon om sin virksomhet basert på åpenhet

Forholdene skal legges best mulig til rette for innsyn der dette ikke bryter med lover, bestemmelser eller personvern. Vi skal utvikle nettbasert kommunikasjon og legge til rette for aktiv dialog med målgruppene; primærhelsetjeneste pasient, og media

HELSE FINNMARK skal være tilgjengelig for befolkningen og primærhelsetjenesten med nødvendig og tilrettelagt informasjon, når det er behov for det, døgnet rundt.

Alle offentlige virksomheter er lovpålagt, gjennom Kommunelovens § 4 å drive aktivt informasjons- og kommunikasjonsarbeid. Det innebærer blant annet at forholdene skal legges best mulig til rette for innsyn der dette ikke bryter med lover, bestemmelser eller personvern. Dette forsterkes ytterligere gjennom den nye offentlighetsloven fra 2009 som stiller krav til mer offentlighet og utvidet innsyn. Det er ikke nok at rutiner for åpenheten fungerer for byråkrater og journalister. Brukernes innsyn i drift, tjenestetilbud og prosesser skal også sikres.

HELSE FINNMARK skal utarbeide et system for offentliggjøring av resultater fra de nasjonale kvalitetsregistre og løfte frem kvalitet som merkevare for organisasjonen.

HELSE FINNMARK skal bruke hensiktsmessige kommunikasjonskanaler som er mest mulig samordnet og som gir god og effektiv kommunikasjon med ulike målgrupper. HELSE

FINNMARKS kommunikasjon på Internett er basert på nasjonalt rammeverk for nettbasert kommunikasjon i spesialisthelsetjenesten som definerer tre tydelige målgrupper; pasient, primærhelsetjeneste og media. På noen områder skal HELSE FINNMARK være nasjonalt i front med å utvikle og tilrettelegge for aktiv dialog med målgruppene gjennom moderne kommunikasjonskanaler.

5) HELSE FINNMARK skal ha et aktivt forhold til media

HELSE FINNMARK skal legge forholdene til rette for media ut fra et prinsipp om åpenhet og meroffentlighet.

HELSE FINNMARK skal ha rutiner som sikrer god kommunikasjon med media. Dette inkluderer kunnskap om mediernes arbeidsvilkår og arbeidsmåte. Gjennom slik innsikt blir vi også dyktigere til å formidle positivt stoff til media. Media skal aktivt benyttes der det er hensiktsmessig for å nå ut med informasjon til befolkningen.

Engasjerte medarbeidere har en interesse av å utvikle seg både i arbeidet og privat ved å delta i debatter om viktige samfunns spørsmål. Siden HELSE FINNMARK er en stor samfunnsaktør som har betydning for befolkningen, må det være takhøyde for ytringer generelt. Medarbeidere i HELSE FINNMARK oppfordres til å delta i samfunnsdebatt.

I HELSE FINNMARKS retningslinjer for mediekontakt er rutiner for kommunikasjon med media beskrevet.

6) HELSE FINNMARKS krisekommunikasjon skal være hurtig, imøtekommende og samordnet

I krisesituasjoner er det særlig behov for hurtig og korrekt informasjon. HELSE FINNMARK har i slike situasjoner stor pågang både fra publikum og media. Presset fra et stadig større volum av medier stiller HELSE FINNMARK overfor store utfordringer i krisesituasjoner.

HELSE FINNMARKS kommunikasjonsaktivitet knyttet til en krisesituasjon utløst av ekstern ulykke eller hendelse, hvor HELSE FINNMARK skal ta seg av skadde personer, er definert og beskrevet i HELSE FINNMARKS gjeldende katastrofeplan. Planen omfatter rutiner for kommunikasjon med pårørende, publikum og media.

En krise kan imidlertid omfatte andre ting enn eksterne ulykker, for eksempel større tekniske problemer, rutinesvikt eller alvorlige menneskelige feil. I slike tilfeller er det den administrative ledelse som har det overordnede informasjonsansvar.

7) HELSE FINNMARK skal videreutvikle sin profil og styrke ekstern kommunikasjon

Ansatte, mellomledere og ledelse forvalter i fellesskap HELSE FINNMARKS omdømme. Verdigrunnet avspeiler hvordan HELSE FINNMARK ønsker å fremstå som leverandør av en viktig samfunnstjeneste for befolkningen. Ingen har større innflytelse på HELSE FINNMARKS omdømme enn de som hver dag møter brukerne av våre tjenester ansikt til ansikt.

Alle klinikker skal i planperioden utarbeide prosedyrer som sikrer at brukere – både internt og eksternt – blir møtt med gode serviceholdninger. Det må være enkle, tydelige regler for hvordan vi skal kommunisere med våre brukere for at de skal føle at de blir behandlet på en skikkelig måte.

HELSE FINNMARK skal ha en helhetlig grafisk profil som bidrar til å gjøre helseforetakets innsats på ulike felt mer synlig. Den skal styrke inntrykket av en samordnet og seriøs organisasjon.

Ansvar og myndighet

Den enkelte medarbeider

Hver medarbeider i HELSE FINNMARK plikter å holde seg orientert om saker som gjelder eget arbeidsområde, gjøre seg kjent med foretakets kommunikasjonskanaler og aktivt gi og søke informasjon gjennom disse.

Lederansvar

Kommunikasjon er et lederansvar. Ansvarer kan ikke delegeres, men man kan gi myndighet til å utføre særskilte kommunikasjonsoppgaver. Lederne har spesielt ansvar for å etablere gode kommunikasjonsrutiner. Kommunikasjon skal trekkes inn i alt utviklingsarbeid. Dette skal gjøres når planarbeidet starter og ikke når saken er ferdig utredet. Kommunikasjon skal inngå i beslutningsprosesser i hver enkelt klinikk.

Administrerende direktør

Administrerende direktør har i hovedsak ansvar for kommunikasjon med eksterne samfunnsaktører. Det kan være universitets- og forskningsinstitusjoner, helseforetak og kommuner i HELSE FINNMARKs opptaksområde. Overordnet samarbeidsorgan (OSO) er en naturlig arena for kommunikasjon med kommuner i tillegg til møter med kommuneledelsen når det er hensiktsmessig.

Kontakt med overordnede myndigheter

Kontakt med overordnede myndigheter krever kontinuerlig koordinert og målrettet innsats. Dette arbeidet har Helse Nord RHF et spesielt ansvar for. HELSE FINNMARKs øverste ledelse ved direktør og styreleder vil være synlige medspillere for Helse Nord i forhold til å målbære og konkretisere aktuelle utfordringer knyttet til drifts- og utviklingsarbeid i HELSE FINNMARK.

Kommunikasjon med sentrale myndigheter vedrørende HELSE FINNMARKs overordnede rammebetingelser, tilligger styreleders ansvarsområde.

Alle initiativ på dette området skal kanaliseres direkte til HELSE FINNMARKs administrerende direktør.

Kommunikasjonsenhetens rolle

Kommunikasjonsenheten er en stabsfunksjon med strategisk, utøvende, rådgivende, koordinerende og tilretteleggende funksjon innenfor området kommunikasjon og samfunnskontakt. Enheten har et spesielt institusjonelt ansvar for opplæring på området.