norden

Nordisk ministerråd

Ved Stranden 18
DK-1061 København K

www.norden.org

NORDISKE ARBEJDSPAPIRER

N O R D I S K E A R B E I D S P A P I R E R

Kommunikasjonsstrategi for det nordiske miljøsamarbeidet

NA2013:917

<http://dx.doi.org/10.6027/NA2013-917>

Dette arbeidspapiret er utgitt med finansiell støtte fra Nordisk ministerråd. Innholdet i arbeidspapiret avspeiler imidlertid ikke nødvendigvis Nordisk ministerråds synspunkter, meninger, holdninger eller anbefalinger.

Kommunikasjonsstrategi for det nordiske miljøsamarbeidet

Miljøsektorens kommunikasjonsstrategi som ble godkjent av EK-M, 31.08.2011, er revidert av ministerrådets kommunikasjonsavdeling juni 2013 i forbindelse med nytt Nordisk miljøhandlingsprogram 2013–2018.

1. Innledning	2
Formål	2
Struktur	3
2. Utgangspunkt og mål for kommunikasjonen	4
Verdier og visjoner	4
Kommunikasjonsmål	4
3. Hvem skal det kommuniseres med	8
Målgrupper	8
4. Praktisk kommunikasjonsarbeid	10
Kommunikasjonskanaler	10
Målinger	12
Kokboken	12
Hvem gjør hva	13

1. Innledning

Formål

Det nordiske samarbeidet baserer seg på prinsippet om nordisk nytte, som innebærer at landene samarbeider der man i fellesskap kan oppnå et bedre resultat og spare på ressursene. I henhold til Miljøhandlingsprogrammet 2013-2018, er det en ambisjon at Norden skal være en foregangsregion innenfor miljøområdet:

«Gjennom det nordiske miljøsamarbeidet leverer de nordiske landene faglige innspill til konvensjonsprosesser og utveksler informasjon som bidrar til å styrke den nordiske påvirkningen.» (s. 15, PDF utgave av Nordisk miljøhandlingsprogram 2013–2018)

Det er gjennom kommunikasjon man skaper ny viten og videreformidler den. For å muliggjøre ambisjonene i det nordiske miljøsamarbeidet, må kommunikasjonsaspektet derfor inngå i alle faglige, politiske og økonomiske prosesser. Det er også svært viktig at dette aspektet tenkes inn i arbeidet på et tidlig tidspunkt, slik at man får en mest mulig gjennomarbeidet utnyttelse av kommunikasjon, som virkemiddel. Kommunikasjon er ikke noe man inn-drar til slutt i en prosess.

Miljøsektorens kommunikasjonsstrategi retter seg mot aktørene i det nordiske miljøsamarbeidet; Ministerrådet for miljø (MR-M), Embetsmannskomiteen for miljø (EK-M), Arbeidsutvalget for miljø (AU-miljø), arbeidsgruppene og Nordisk ministerråds sekretariat.

Strategien er utarbeidet av Nordisk ministerråds sekretariat i samarbeid med landene. Miljøsektorens kommunikasjonsstrategi og er godkjent av Embetsmannskomiteen for miljø 31.08.2011, og deretter revidert av ministerrådets kommunikasjonsavdeling juni 2013 i forbindelse med nytt Nordisk miljøhandlingsprogram 2013–2018.

Formålet med kommunikasjonsstrategien er å:

- Øke fokus på kommunikasjon som et viktig strategisk redskap i miljøsektorens daglige arbeid, og gi aktørene noen strategiske retningslinjer.
- Skape et felles utgangspunkt for miljøsektorens kommunikasjon, styrke budskap og synliggjøring, og dermed bidra til økt gjennomslagskraft for det samnordiske miljøarbeidet.

Struktur

Strategien består av tre ulike nivåer: dagens situasjon, mål for framtidene og til sist midlene man må anvende for å nå målet. Første del etter innledningen, omhandler statusvurdering og fremtidige mål. I andre del gjennomgås målgrupper. Siste del tar for seg noen praktiske elementer i kommunikasjonsarbeidet, og det fokuseres spesielt på kommunikasjonskanaler, samt viktigheten av å måle innsatsen i etterkant.

2. Utgangspunkt og mål for kommunikasjonen

Verdier og visjoner

Nordisk ministerråd ønsker å styrke nordiske og regionale interesser og verdier i en global omverden. Det nordiske miljøsam arbeidet skal fungere på tvers av landegrenser og ulike organer, men bindes sammen av de verdier og visjoner man har blitt enige om i fellesskap.

Nordisk miljøhandlingsprogram 2013–2018 viser til at utvikling av bærekraftig produksjon og forbruk, miljøvennlig teknologi og grønn økonomisk vekst i samarbeid med andre sektorer, herunder næringsliv og internasjonale organisasjoner, vil være prioriterte oppgaver i det nordiske samarbeidet. I tillegg vil oppfølging av FNs konferanse om bærekraftig utvikling i Rio 2012 være sentral i det videre nordiske samarbeidet.

Miljøspørsmålene i stadig større grad av globaliseringen, og blir mer komplekse. Det er derfor et økt behov for å arbeide mer integrert, både mot andre politikkområder og innenfor miljøsektoren slik av FNs konferanse i Rio skisserte.

De verdier og visjoner som skisseres i Nordisk miljøhandlingsprogram 2013–2018, skal fungere som et utgangspunkt for kommunikasjonsinnsatsen i det nordiske miljøsam arbeidet. Dersom de nordiske budskapene på miljøområdet skal synliggjøres og ha gjennomslagskraft, er det en forutsetning med et felles utgangspunkt og en prioritert innsats.

Kommunikasjonsmål

Det overordnede målet med kommunikasjonen til miljøsektoren, er å leve opp til de verdiene og visjonene man har besluttet seg for. Kort sammenfattet sier de at Nordisk ministerråd:

- skal være en foregangsregion på miljøområdet
- skal dele erfaringer
- skal fokusere spesielt på internasjonale spørsmål
- har et økt behov for å arbeide mer integrert, både innenfor miljøsektoren og sammen med andre politikkområder.

Mer konkret betyr det at alle aktører i det nordiske miljøsam arbeidet skal anvende kommunikasjonsverktøy til å:

- Øke kjennskap og interessen for miljør Samarbeidet i Norden, og dermed legitimere den samnordiske miljøinnsatsen
- Fokuserer på formidling, både internt og eksternt
- Spre resultatene av arbeidet som utføres, og gjennom det, bidra til de politiske
- Synliggjøre arbeidet internasjonalt

Prioriterte områder

Det nordiske miljø Samarbeidet må forholde seg til ulike prioriteringer. Noen av dem er gjeldende for hele Nordisk ministerråd, mens andre er spesifikt rettet mot miljøsektoren.

Nordisk ministerråd har en helhetlig kommunikasjonsstrategi for hele ministerrådet som skal revideres før januar 2014.

Prioriterte områder for miljøsektoren

Det er tre konkrete strategier, som er gjeldende for miljøsektoren: Nordisk miljøhandlingsprogram 2013–2018, Nordisk Ministerråds arktiske samarbeidsprogram 2012-2014 og den nye strategien for bærekraftig utvikling; Et godt liv i et holdbart Norden (publiseres høsten 2013).

Utover dette roterer formannskapet mellom landene på årlig basis, og miljøsektoren må også ta hensyn til de årlige formannskapsprioriteringene.

Miljøhandlingsprogrammet

I Miljøhandlingsprogrammet som er gjeldende fra 2013 til 2018 er det besluttet at man skal fokusere på:

1. Grønn samfunnsutvikling;
2. Klimaendringer og luftforurensninger;
3. Biologisk mangfold, økosystemer og Havforsuring; samt
4. Helse og miljøfarlige kjemikalier.

Strategien for bærekraftig utvikling

Den nordiske strategien for Bærekraftig utvikling er den overordnede tverrsektorielle rammen for arbeidet med bærekraftig utvikling i Nordisk ministerråd. Sektorene i Nordisk Ministerråd har hovedansvaret for å implementere strategien. Strategien vil bli publisert høsten 2013. Fokusområder er:

1. Den nordiska välfärdsmodellen;
2. Livskraftiga ekosystem;
3. Ett förändrat klimat;
4. Ett hållbart nyttjande av jordens resurser; samt
5. Utbildning, forskning och innovation.

Nordisk strategi for klima og miljøgifter i Arktis

Den arktiske strategien skal fungere som en plattform for Nordisk ministerråds miljø Samarbeid, og for samarbeidet mellom de nordiske landene in-

nenfor områdene klima og miljøgifter. Hovedtemaer for programmet er:

1. Arktiske befolkningsgrupper og deres livsvilkår, helse- og samfunnsmessige utfordringer;
2. Arktis miljø og natur;
3. Klimaspørsmål relatert til Arktis;
4. Bærekraftig næringsutvikling og utvikling av en grønn økonomi i Arktis; samt
5. Utdanning og kompetanseutvikling av lokalbefolkning i Arktis.

Kommunikasjonsutfordringer

Det er spesielt tre utfordringer, som påvirker kommunikasjonsområdet, men de kan alle imøtekommes på en måte som gjør dem til ressurser.

Kompleksitet

Det ligger en utfordring i det å skulle kombinere de overordnede visjonene og verdiene med de politisk prioriterte områdene. Når det tas kommunikasjonsmessige valg i miljøsektoren innebærer det at man i tillegg til miljøsektorens handlingsplan, også må ta hensyn til tverrsektorielle aspekter og den overordnede kommunikasjonsstrategien.

Visjonene, verdiene og prioriteringene kan ses som et styringsverktøy. I situasjoner hvor det skal tas beslutninger om kommunikasjon, kan de ulike hensynene anvendes som et veikart, for å avgjøre hvilke valg det vil være rett å prioritere. I en sak som ligger tett opp mot de politiske prioriteringene, vil man ta noen andre valg i forhold til kommunikasjon, enn i saker som har en lavere politisk prioritet.

Prioriterte områder

De prioriteringene som er gjort på politisk nivå er en grovsortering av hva man ønsker å fokusere på. Samtidig skal hver enkelt aktør forholde seg til det området de sitter med, og anvende sin faglige spisskompetanse når det tas strategiske valg. Alt man arbeider med, vil derfor ikke sammenfalle med de mest sentrale politiske prioriteringene. Det betyr blant annet at prioriteringene i den overordnede kommunikasjonsstrategien påvirker hvor mye Sekretariatet kan gjøre for miljøområdets kommunikasjon. Ressursene er begrensede, og det er ikke mulig å vektlegge hele miljøsektorens arbeid i like stor grad. I saker hvor Sekretariatet ikke har muligheter for å bidra med en kommunikasjonsinnsats, men som likevel anses som viktige for miljøsektoren, skal arbeidsgruppene og landene bidra for å sikre synlighet.

At noen saker ikke faller inn under de mest sentrale politiske prioriteringene betyr altså ikke at man skal la være å forholde seg til kommunikasjonsaspektene. Prioriteringene har derimot en betydning for hvilke kommunikasjonsmessige valg man tar. Dersom noe har en sterk politisk prioritering, vil man kunne forvente flere ressurser fra kommunikasjonsavdelingen, enn i

saker som ikke ligger under de prioriterte områdene. Ved slike tilfeller bør andre aktører ta et større ansvar for å formidle budskapet.

Det er samtidig svært viktig å være bevisst på at en kommunikasjonsinnsats er noe som bør tenkes inn i all aktivitet, uansett hvor stort det relevante prosjektet er. Formidling av resultater er en av grunnsteinene i Nordisk ministerråds arbeid, og en målrettet kommunikasjonsinnsats kan iverksettes av alle aktører.

Politisk organisme

Det er ikke alltid mulig å forutse hvordan arbeidet vil forløpe i en politisk organisasjon. Kommunikasjonsinnsatsen kan ikke alltid planlegges i detalj på forhånd, og man må være endringsparat. I situasjoner hvor en sak tar en uventet vending, må man være forberedt på å endre den kommunikative strategien man hadde lagt opp til. En sak som i utgangspunktet ikke har hatt en sentral rolle, kan endres underveis. I takt med slike forandringer må kommunikasjonen følge etter.

3. Hvem skal det kommuniseres med

Målgrupper

Det finnes ingen fasit for hvilke målgrupper som er det mest sentrale for miljøsektoren, det er noe som vil variere fra prosjekt til prosjekt. Derfor er det viktig å definere hvem man ønsker å nå ut til i i hvert enkelt tilfelle. Når en kommunikasjonsinnsats planlegges, må det klargjøres hvilke aktører man ønsker å nå. De aktørene, som miljøsektoren vanligvis forholder seg til, kan inndeles i interne og eksterne målgrupper.

Interne målgrupper

For å muliggjøre en god ekstern kommunikasjon, er man avhengig av å ha en velfungerende kommunikasjon innad i organisasjonen. I denne strategien omfatter intern kommunikasjon alle aktører, som er en del av det nordiske miljør Samarbeidet. Der inngår:

- Ministerrådet for miljø
- Embetsmannskomiteén for miljø (det inkluderer også nasjonale miljømyndigheter og nettverk)
- Arbeidsutvalget for miljø
- Arbeidsgruppene
- Nordisk ministerråd sekretariat

Eksterne målgrupper

Eksterne målgrupper er de som ikke er direkte tilknyttet det nordiske miljør Samarbeidet, men som likevel har en viktig rolle som interessenter. Der inngår:

- Andre ministerråd
- Lokale og regionale samarbeidspartnere
- Interesseorganisasjoner
- Forsknings- og utdannelse sinstitusjoner
- Medier
- Opinionsdannere
- Offentligheten
- Næringslivet
- Internasjonale organisasjoner

Prioritering av målgrupper

Hvilke målgrupper som er de mest sentrale for miljøsektoren, vil variere fra prosjekt til prosjekt. Når det foretas en vurdering av målgrupper, er det derfor svært viktig å prioritere etter hvilken type kommunikasjonsaktivitet det gjelder, og hvilket nivå man agerer fra. Det kan være nyttig å kategorisere målgruppene i primære og sekundære mottakere. De primære mottakerne er de viktigste å nå ut til, men de sekundære er også av betydning.

I noen tilfeller vil det være slik at en sekundær målgruppe, for eksempel pressen, kan være en god måte å nå den primære gruppen. Når man prioriterer på denne måten, tar man aktivt stilling til hvem man kommuniserer med i alle sine innsatser, og i etterkant blir det lettere å måle hvor vellykket arbeidet har vært.

4. Praktisk kommunikasjonsarbeid

Kommunikasjonskanaler

Når man planlegger kommunikasjonsinnsatsen, skal man også vurdere hvilke kommunikasjonskanaler som er mest hensiktsmessige for å nå ut til den ønskede målgruppen. Hvilke typer kommunikasjonskanaler som er tilgjengelige, vil endres fortløpende. Nedenfor er det en beskrivelse av de viktigste kommunikasjonskanalene som er relevante for dagens miljøsektor. De ulike kanalene er sortert under de fire overskriftene; Nordisk ministerråds egne kommunikasjonskanaler, politiske og nasjonale nettverk, medier samt arrangementer.

Nordisk ministerråds egne kommunikasjonskanaler

Som organisasjon har Nordisk ministerråd selv en rekke kommunikasjonskanaler, som det kan være hensiktsmessig å bruke:

- *Hjemmesiden norden.org, inkludert nyhetsbrevet Nordmiljø*

Hjemmesiden brukes til å informere om arbeidet i Nordisk ministerråd, synliggjøre resultatet av samarbeidet, informere om tjenester som tilbys, synliggjøre politikerne som deltar i samarbeidet, samt profilere Norden som region. Miljøsektoren har sine egne sider som gir et overordnet innblikk i samarbeidet. Her inngår også prosjektdatabasen. I tillegg oppdateres norden.org kontinuerlig med nyheter og informasjon om aktuelle arrangementer.

Det elektroniske nyhetsbrevet Nordmiljø kan brukes for å gi mer omfattende informasjon om et konkret tema. Nordmiljø når ut til ulike aktører da abonnentene inkluderer både embetsmenn, politikere, nyhetsredaksjoner og NGO'er.

- *Publikasjonsenheten*

Med hjelp fra NMR's publikasjonsenhet produseres det rapporter, årbøker, informasjonsbrosjyrer samt en rekke andre utgivelser, som er aktuelle, relevante og har en politisk formål. Det som publiseres gjennom ministerrådets publikasjonsenhet skal være i overensstemmelse med de politiske prioriteringer i det nordiske samarbeidet og i linje med ministerrådets kommunikasjons- og profileringsstrategier.

- *Kontorer og institusjoner*

Nordisk ministerråds kontorer i Estland, Latvia, Litauen og Nordvestrussland, Nordisk ministerråds infopunkter, Norden i Fokus samt andre nordiske institusjoner, som har effektive nettverk man med fordel kan utnytte og samarbeide med.

Norden i Fokus er et godt eksempel på en institusjon som man med fordel kan dra nytte av i sitt kommunikasjonsarbeid. De har kontorer i alle de nordiske hovedstedene, og har som mål å styrke oppmerksomheten om Norden og det offisielle samarbeidet. Norden i Fokus arrangerer seminarer og utstillinger for å gi den nasjonale debatten en nordisk vinkling.

Politiske og nasjonale nettverk

Nettverk spiller en viktig rolle for å nå ut til mange av de sentrale aktørene:

- *MR-M, EK-M, AU-miljø*

På linje med arbeidsgruppene, representerer også embetsmenn og politikere i MR-M, EK-M og AU et utvidet nettverk, som det kan være hensiktsmessig å benytte seg av.

- *Arbeidsgruppene*

Medlemmene i arbeidsgruppene kommer fra ulike nasjonale institusjoner. Nettverket begrenses ikke kun til de enkeltpersonene som inngår i arbeidsgruppen. Hver enkelt medlem har også sitt nasjonale nettverk, som de er en del av. Gjennom arbeidsgruppene er det dermed mulig å nå en bred vifte av relevante aktører i flere land.

- *Nasjonale møter.*

Nasjonale møter kan også anvendes for å nå ut med et nordisk perspektiv på konkrete saker.

Medier

Medier dekker en rekke ulike kanaler som kan nås ved å bruke ulike verktøy:

- *Dags- og fagpresse*

Dagspressen kan være en god kanal dersom det er den generelle allmennheten man ønsker å nå. I løpet av et år vil det dog kun være et fåtall saker innenfor det nordiske miljøsamarbeidet, som havner i riksdekkende TV, radio eller avis. I mange tilfeller kan det være like hensiktsmessig å henvende seg til fagpressen. Noen konkrete verktøy som kan brukes når man anvender denne kanalen er; digitale nyhetsbrev, nyheter på norden.org, pressemeldinger, debattinnlegg og kronikker.

- *Nye sosiale medier*

Innenfor Nordisk ministerråd har man begynt å anvende sosiale medier, der hvor det er ønskelig å få en mer personlig dialog med målgruppene. Facebook, You Tube og Twitter er eksempler på kanaler, som Ministerrådet anvender. De brukes blant annet til å informere om arrangementer, skape debatt om et aktuelt tema, samt vise bilder og videointervjuer med sentrale aktører.

Arrangementer

Arrangementer forekommer ofte i forbindelse med prosjektvirksomheten i Nordisk ministerråd, men kan også brukes i andre tilfeller. Et arrangement kan ha til hensikt å formidle resultater og informasjon, eller det kan ha som mål å samle ny informasjon. Det kan anvendes både for å nå ut til Norden, og til å profilere det nordiske eksternt.

Det er ulike arrangementer man kan anvende seg av, alt etter hva man ønsker å oppnå. Målet kan for eksempel være å skape en møteplass for diskusjon, debattere nye funn, samle fagekspert, samarbeide om en konkret oppgave, meningsutveksling eller sette noe på politisk dagsorden. Arrangementer som man ofte har benyttet seg av innenfor miljøsektoren er blant annet forum, konferanse, symposium, workshop og debatt.

Målinger

For å få maksimalt utbytte av sin kommunikasjonsinnsats, er målinger et viktig verktøy. Dersom man skal lykkes med kommunikasjonen, er det ikke nok å se seg ferdig med arbeidet så snart de konkrete tiltakene er gjennomført. Det er viktig å undersøke om man har nådd målene som ble satt. Ved å måle utfallet av arbeidet i etterkant, har man muligheter for å evaluere og forbedre den fremtidige kommunikasjonsinnsatsen. Denne formen for evaluering kan blant annet avdekke synligheten for målgruppen, forståelsen av budskapet samt deres reaksjoner og engasjement.

Det finnes ulike anvendelsesmetoder når man skal utføre en måling. Hvilken målemetode som anvendes, er avhengig av den gjennomførte kommunikasjonsinnsatsen. Et eksempel kan være en konferanse, hvor det er ønskelig å skape forståelse og diskusjon rundt et spesifikt tema. En mulig målemetode vil være et spørreskjema med relevante spørsmål, som sendes til alle inviterte deltagere (både de som ikke deltok, og de som var en del av konferansen).

Kokboken

"Kokboken" er et oppslagsverk for miljøsektorens arbeidsgrupper. Håndboken oppdateres fortløpende og er et internt dokument, som sekretariatet sørger for å distribuere. Kokboken skal presentere arbeidsgruppekoordinatorenes oppgaver, og sørge for at arbeidet utføres i tråd med miljøsektorens

mål og hensikter.

Det presenteres praktiske elementer, som er en del av arbeidsgruppens kommunikasjonsinnsats. Eksempler på dette er ansvar for oppdatering av websider, rutiner for publisering av rapporter og informasjon om bruk av bilder og NMR logo.

Kokeboken revideres høsten 2013.

Hvem gjør hva

I den nordiske miljøsektorens kommunikasjonsarbeid er det aktører på forskjellige nivåer, med ulike ansvarsområder.

Nordisk ministerråds sekretariat forholder seg til Nordisk ministerråds kommunikasjonsstrategi. Med sekretariatet menes både fagavdelingen for miljø og kommunikasjonsavdelingen. Fagavdelingen for miljø koordinerer arbeidet mellom aktørene, og har kontakten til de nasjonale organene. Kommunikasjonsavdelingen, understøtter og profilerer det nordiske miljø-samarbeidet på overordnet plan. Dette gjøres i tett samarbeid med general-sekretæren, landene, miljøsektorens arbeidsgrupper og fagavdelingen. Kommunikasjonsavdelingen prioriterer sitt arbeid i henhold til de overordnede politiske prioriteringene, og lager årlige handlingsplaner med konkrete aktiviteter.

Kommunikasjonsinnsatsen utføres ikke kun av kommunikasjonsavdelingen, landene har også en viktig rolle i dette arbeidet, både på nordisk plan og nasjonalt. I den nasjonale kontekst skal landene sørge for å spre informasjon effektivt til hvert enkelt land. Formidling til de nasjonale nettverkene foregår i høy grad gjennom Embetsmannskomiteen- og Arbeidsutvalget for miljø, samt miljøsektorens arbeidsgrupper.

På alle nivåer er det svært viktig at aktørene er oppmerksomme på kommunikasjonsaspektet i sitt arbeid. Alle aktører bør, og kan med stor nytte, tenke på kommunikasjon som en fast del av sine arbeidsprosesser.