

06.06.2023

POL-2023-30811

Giltighetstid
1.7.2023 - 30.6.2028

Författningsgrund
Polisförvaltningslagen (110/1992) 4 §
Ändrar/Upphäver

Målgrupper
Polisen

Polisens kommunikation mot intressegrupper

1 Syftet och målet med anvisningen

Syftet med denna anvisning är att stödja polisens verksamhetsförutsättningar genom att effektivisera polisens kommunikation med centrala intressegrupper och beslutsfattare.

De viktigaste målen med anvisningen är att

- 1) öka polisens samhälleliga verkningsfullhet och tilliten till polisen
- 2) stödja polisens verksamhetsförutsättningar genom att effektivisera polisens kommunikation med centrala intressegrupper och beslutsfattare
- 3) öka de regionala mötena, dialogen och närvaron i den offentliga debatten
- 4) kommunicera i rätt tid, förutseende och enhetligt
- 5) få intressegrupperna och beslutsfattarna med och kommunicera utmaningar som identifierats inom polisen när det gäller attityder och önskat beteende.

I denna anvisning avser kommunikation mot intressegrupper planmässigt och interaktivt intressegruppsarbete med beslutsfattare och andra centrala intressegrupper (bilaga 1). Personalen är organisationens viktigaste intressegrupp. I denna anvisning är personalens roll att stödja genomförandet av kommunikationen mellan externa intressegrupper.

2 Nuläget och bakgrunden till kommunikationen mot intressegrupper

Enligt intressegruppsundersökningar är polisens rykte mycket gott bland våra partner. I huvudsak är man nöjd med kontakterna. Enhetligheten i polisens kommunikation får beröm och man har stor förståelse för kraven i polisens verksamhetsmiljö, men man önskar aktivare kommunikation av polisen.

De viktigaste utvecklingsobjekten är aktiviteten och interaktionen i kontakterna, ett synligare deltagande i samhällsdebatten och mängden information som förmedlas. I huvudsak är man nöjd med polisens sakkunskaper och nytta med kontakterna samt med tillförlitligheten,

tydligheten och begripligheten avseende den information som fås av polisen.

I polisens kommunikationsföreskrift POL-2019-71117 konstateras det att ett gott rykte uppkommer genom att man gör rätt saker och berättar om dem för andra. Polisen gör dagligen goda gärningar: förhindrar brott och olyckor och utreder dem. Polisen utvecklar även aktivt sin verksamhet då samhället och verksamhetsmiljön förändras.

Kommunikation är prestationsförmåga, ett verktyg för strategiskt ledarskap och en naturlig del av det dagliga ledandet. Genom kommunikation kan man effektivisera ett framgångsrikt utförande av polisens lagstadgade uppgifter och uppnå goda resultat på ett kostnadseffektivt sätt.

Kommunikationen baserar sig på mottagarens behov och polisens strategiska mål. Verkningsfullhet är utgångspunkten. Kommunikationen stöder människors trygghetskänsla och tillit till myndigheterna.

På det hela taget är det bra att komma ihåg att förutom att kommunikation är en skyldighet är den framför allt en möjlighet. Även om kommunikationen särskilt ligger på chefernas ansvar är den också en del av arbetet för var och en som arbetar inom polisen.

3 Målet för kommunikationen mot intressegrupper

Polisen har som mål att säkerställa att intressegrupperna har en aktuell lägesbild av polisens strategiska mål, dagliga verksamhet, verksamhetsmiljö och framtidsutsikter.

Vi når inte målet på egen hand, utan intressegrupperna och beslutsfattarna har en stor roll i att uppnå det. Därför är det också viktigt att säkerställa tillräcklig dialog och kommunikation, och att dessa omfattar tillräckligt med gemensamma intressen.

Våra centrala externa intressegrupper är

- de politiska beslutsfattarna
- ministerierna och ämbetsverken
- beslutsfattarna inom välfärdsområdena och kommunerna
- polisens delegationer
- delegationen för polisärenden
- media
- organisationer
- medborgarna.

4 Innehåll

Polisen har gemensamma huvudbudskap i kommunikationen mot intressegrupper som regelbundet uppdateras i Polisstyrelsen. De baserar sig på polisens strategiska mål. Den gemensamma strategiska

kommunikationen kan kompletteras med aktuella teman och regionala perspektiv.

Beslutsfattarna ska erbjudas lösningar. Tyngdpunkten inom kommunikationen är utvecklingsperspektivet – hur polisen är uppdaterad och förnyar sin verksamhet när verksamhetsmiljön förändras. Dessutom kommunicerar vi i vilka ärenden det behövs politiska beslut.

Kommunikationen om utmaningar i resurssituationen sker i regel ansikte mot ansikte med beslutsfattarna, inte via medier i första hand. Detta är särskilt viktigt att beakta i fortsättningen när polisens arbetsgivarimage klargörs och branschens attraktion ökas.

5 Centrala verksamhetsformer, kanaler och ansvar

Målen med kommunikationen mot intressegrupper främjas bland annat på följande sätt och via följande kanaler:

- personliga möten
- polisens evenemang, såsom Polisens dag
- intressegruppers tillställningar och evenemang
- sociala mediekkanaler
- bloggar
- nyhetsbrev
- poliisi.fi.

Möten och evenemang kan genomföras ansikte mot ansikte eller virtuellt.

Hos polisen har var och en ansvar för att kommunicera sådant som gäller ens egen uppgift, men ansvaret för genomförandet av kommunikationen mot intressegrupper som riktas till politiska beslutsfattare har delats upp enligt följande:

Polisens ledning

Samarbetet med intressegrupper på beslutsfattarnivå hör framför allt till polisens högsta lednings ansvar, men även polischeferna har en betydande roll i genomförandet av detta. Att vara närvarande på sociala mediekkanaler är en del av genomförandet av kommunikationen mot intressegrupper och deltagandet i samhällsdebatten.

Polisenheterna

Enhetscheferna och sektorcheferna svarar för att ombesörja regionala möten, dialog och närvaro på sociala medier. I praktiken innebär detta exempelvis regelbundna möten med de regionala intressegrupperna, texter som anknyter till verksamhetsmiljön och samhällsdebatten, regionala nyhetsbrev samt aktivt deltagande i samhällsdebatten på Twitter genom de egna tjänstekontona.

Polisens kommunikation

Kommunikation är prestationsförmåga. Polisens kommunikation är avsedd att stödja och hjälpa polisens ledning och enheter i genomförandet av målen för intressegruppsarbetet. Kommunikatörerna på polisenheterna ska även föra fram centrala riksomfattande och lokala teman och fenomen till polisenhetens ledning. Kommunikatörerna ska samla in och sammanställa vidtagna åtgärder för den riksomfattande kommunikationens mätare. Kommunikatörerna ser även till att innehållet på webbplatsen poliisi.fi är uppdaterat.

Åtgärder och teman som gäller kommunikation inriktas genom separata planer och anvisningar på årsnivå.

6 Uppföljning och utvärdering

Hur polisens kommunikation lyckas kan mätas via målgrupperna bland annat genom att reflektera över hur polisen har lyckats i samarbetet med intressegrupperna och i kommunikationen, om man har bemött målgruppernas förväntningar på utveckling av polisens kommunikation och växelverkan och om polisens kommunikation uppfyller kommunikationsföreskrifterna och målen i polisens strategi. Som stöd för mätningen finns olika kommunikationsundersökningar som kartlägger ryktet och förtroendet, en kommunikationskalender och ett årsschema för kommunikationen mot intressegrupper.

Målen, skilda teman och miniminivån fastställs årligen inom planeringen av verksamheten och ekonomin, och de fastställs som en del av de riksomfattande mätarna för polisens kommunikation. Förverkligandet följs upp genom rapportering. Polisstyrelsens kommunikation koordinerar mätarna för den riksomfattande kommunikationen. Resultaten behandlas nationellt och regionalt.

Polisöverdirektör

Seppo Kolehmainen

Överinspektör

Ansa Jokiranta

Handlingen har undertecknats elektroniskt i dokumenthanteringssystemet. Polisen den 06.06.2023 kl. 10:47. Registratorskontoret kan verifiera underteckningen.

Bilagor	Bilaga 1 Målgrupper för kommunikationen mot intressegrupper Bilaga 2 Årsschema för kommunikationen mot intressegrupper
Distribution	Polisenheterna Polisstyrelsens enheter
För kännedom	Kommunikationscheferna Ålands polismyndighet Normbiblioteket Sinetti/Staben Webbplatsen poliisi.fi/Staben