



**IMDi**

Integrerings- og  
mangfoldsdirektoratet

# Hvordan nå ut med informasjon til personer med innvandrerbakgrunn?

En veileder til offentlige virksomheter

*Sist oppdatert: 27.03.2023*



<b>1. Innvandrerbefolkningen - hvem snakker vi om?</b>	<b>3</b>
<b>2. Ivareta et mangfoldsperspektiv</b>	<b>4</b>
<b>3. Ha kunnskap om innvandrerbefolkningen på gruppenivå</b>	<b>5</b>
<b>4. Involver frivillige organisasjoner og ressurspersoner</b>	<b>7</b>
<b>5. Bruk et språk som alle kan forstå</b>	<b>8</b>
<b>6. Oversett til andre språk</b>	<b>9</b>
<b>7. Bruk kvalifisert tolk</b>	<b>11</b>
<b>8. Bruk ulike informasjonskanaler</b>	<b>12</b>
<b>9. Roller og ansvar</b>	<b>15</b>
<b>10. Flere ressurser</b>	<b>17</b>

---

Offentlige myndigheter, uavhengig av sektor og nivå, har ansvar for å kommunisere med hele befolkningen innenfor sitt ansvarsområde. Informasjon og tjenester fra myndighetene skal nå ut til flest mulig.

Det kan være utfordrende å nå ut til personer med innvandrerbakgrunn som har begrensede norskkunnskaper og liten tilknytning til det norske samfunnet. Ulike grupper oppfatter informasjon forskjellig. Denne veilederen viser hvordan din virksomhet bør tilpasse informasjon til en mangfoldig og sammensatt befolkning.

### **I denne veilederen finner du mer om**

- språklig og kulturell tilpassing av informasjon
- verdien av å involvere personer med innvandrerbakgrunn i utvikling av budskap og tjenester
- å samle kunnskap om innvandrerbefolkningen på gruppenivå
- klart språk, oversettelser til andre språk og bruk av kvalifisert tolk
- hvordan godt samspill med frivillige organisasjoner bidrar til mer målrettet informasjonsarbeid
- bruk av ulike formidlingskanaler for å nå grupper og miljøer som ellers er vanskelige å nå

Veilederen vil gjøre din virksomhet bedre rustet ved neste krise, gjennom å bygge kunnskap, kompetanse og gode rutiner, og ved å inkludere tilpassing av informasjon i krise- og beredskapsplaner.

Nøkkelen for å lykkes, er at avsenderen er troverdig. Tillit og troverdighet må offentlige myndigheter bygge over tid, gjennom å skape gode relasjoner til ulike miljøer og grupper med innvandrerbakgrunn.

Denne veilederen finnes i digitalt format og blir oppdatert jevnlig. Innspill til veilederen mottas med takk på e-post til [nettredaksjonen@imdi.no](mailto:nettredaksjonen@imdi.no).

# 1. Innvandrerbefolkningen - hvem snakker vi om?

Statistisk sentralbyrå (SSB) definerer innvandrere i Norge slik:

- **innvandrere** – personer som er født i utlandet av to utenlandsfødte foreldre og fire utenlandsfødte besteforeldre
- **norskfødte med innvandrerforeldre** – personer som er født i Norge av to utenlandsfødte foreldre og fire utenlandsfødte besteforeldre.

Hvis vi trenger å omtale begge disse gruppene samtidig, sier vi «personer med innvandrerbakgrunn» og «innvandrerbefolkningen».

I denne veilederen inkluderer vi grupper som vi vanligvis ikke regner som deler av innvandrerbefolkningen, som for eksempel personer på korttidsopphold, enkelte arbeidsinnvandrere, utenlandske studenter, turister og personer uten lovlig opphold (papirløse).

Denne veilederen vektlegger tilpasning av informasjon til personer og grupper med innvandrerbakgrunn som er vanskelig å nå.

Innvandrerbefolkningen er ingen ensartet gruppe. Mange faktorer påvirker den enkeltes mulighet for å kunne ta informerte valg og tilegne seg informasjon om rettigheter, plikter og tjenester. Slike faktorer kan være

- språkkompetanse og digitale ferdigheter
- sosioøkonomiske forhold og levekår
- botid i Norge og oppholdsgrunnlag
- utdanningsnivå
- kunnskap om offentlig forvaltning (systemforståelse)
- helse- og livssituasjon (livsstil)
- tillit til myndigheter og tilknytning til det norske samfunnet
- transnasjonale bånd og erfaringer fra opprinnelseslandet
- sosiale, religiøse og kulturelle normer og tradisjoner

## 2. Ivareta et mangfoldsperspektiv

Mangfoldsperspektivet står sentralt i norsk forvaltning. Informasjon, tiltak og tjenester skal være tilpasset mangfoldet i befolkningen.

En rekke målsettinger og prinsipper støtter opp under mangfoldsperspektivet:

- statens kommunikasjonspolitikk
- prinsipper for klart språk
- lovverk som språkloven og tolkeloven
- sektoransvarsprinsippet
- prinsippet om likeverdige offentlige tjenester
- personvernprinsippene

Prinsippene gjelder på tvers av sektorer og forvaltningsnivåer. Rådene og anbefalingene i denne veilederen tar utgangspunkt i disse prinsippene.

Å ivareta mangfold vil si at tjenester og informasjon skal ta hensyn til at mennesker er forskjellige og har ulike behov. Det krever innsats og ressurser.

Aktuelle tiltak som kan fremme mangfoldsperspektivet i egen virksomhet er å ha

- et ansvarlig kontaktpunkt – et team eller en kontaktperson på området
- mål om å rekruttere flere medarbeidere og ledere med innvandrerbakgrunn
- kurs- og temadager for ansatte
- et brukerråd, samarbeidsforum eller nettverk med andre offentlige aktører, frivillige organisasjoner og ressurspersoner med innvandrerbakgrunn
- en mangfoldsstrategi som regelmessig blir revidert og evaluert

Lenker til overordnede prinsipper og relevante nettsteder finner du her:

[Kapittel 10: Flere ressurser](#)

### 3. Ha kunnskap om innvandrerbefolkningen på gruppenivå

Kunnskap om egen befolkning, også befolkningen med innvandrerbakgrunn, er en forutsetning for mer tilpasset informasjon og likeverdige tjenester i offentlig sektor.

Konteksten og målet med informasjonen påvirker hvilke målgrupper du skal nå, behovet for tilpasninger og valg av kanaler for formidling.

Vi anbefaler en prosess i to faser:

1. Finn informasjon.
2. Lag en målgruppeanalyse.

#### 1. Finn informasjon

Her finner du tall og statistikk:

- IMDi har oppsummeringer av tall og statistikk over integrering i Norge, som er sortert etter blant annet nasjonalitet, innvandringsgrunn og nivå (nasjonalt nivå, fylke og kommune)
  - [Tall og statistikk over innvandring og integrering | IMDi](#)
  - skriv inn sted (om du vil ha nasjonalt nivå, la søkefeltet være tomt), du finner oppsummeringene under «Faktaark» > «Utskriftsvennlig faktaark»
- SSBs oppsummeringer for innvandring: [Fakta om innvandring - Statistisk sentralbyrå \(ssb.no\)](#)
- I [Nasjonalt tolkeregister \(tolkeregisteret.no\)](#) kan du få oversikt over hvilke språk som brukes i det landet som målgruppen kommer fra. Søk på et land og se oversikt i sidemenyen til høyre.

#### 2. Lag en målgruppeanalyse

En målgruppeanalyse inngår vanligvis som en del av en kommunikasjonsplan. Den er et verktøy for å kunne definere aktuelle målgrupper med utgangspunkt i hva virksomheten skal informere om eller tilpasse (og hvorfor det er viktig at informasjonen når fram).

Viktige spørsmål i en målgruppeanalyse:

- Hva skal du informere om?
- Hvorfor er det viktig at informasjonen når fram?
- Hvilke grupper er spesielt vanskelige å nå fram til?  
Se [kapittel 1: Innvandrerbefolkningen – hvem snakker vi om?](#)
- Hvordan ivareta personvernet til den enkelte i målgruppen?

Forslag til faser i arbeidet med å lage en målgruppeanalyse:

1. Innhent informasjon om sentrale innbygger- og brukergrupper med innvandrerbakgrunn.
2. Analyser funnene og kartlegg gruppene som kan være særskilt utfordrende å nå fram til med informasjon, tiltak og tjenester. Eksempler kan være personer som har
  - begrensede norskkunnskaper eller digitale ferdigheter
  - kort botid
  - liten kontakt med myndighetene og i mindre grad benytter offentlige tjenester, som for eksempel noen grupper av arbeidsinnvandrere

Bruk kunnskapen til å tilpasse informasjon og kanaler til gruppene du vil nå. Husk for eksempel at

- unge som har vokst opp i Norge kan ha mer til felles som gruppe, uavhengig av landbakgrunn, enn eldre innvandrere
- eldre med lav utdanning ofte også har lave digitale ferdigheter, noe som kan være viktig for valg av formidlingskanal

## 4. Involver frivillige organisasjoner og ressurspersoner

Frivillig sektor har ofte aktiviteter, nettverk og formidlingskanaler som når grupper som det offentlige tjenesteapparatet ikke treffer. For et effektivt samspill, er tillit og gode relasjoner avgjørende, og det er viktig å avklare roller og forventninger. Å bygge tillit og nettverk tar tid og krever engasjement.

Det finnes ulike offentlige tilskuddsordninger til frivillige organisasjoner. Tilbud om lokaler, utstyr, transport og kompetanseheving kan også bidra til gode rammebetingelser for samarbeid med frivillige organisasjoner.

Dette kapittelet beskriver hvordan offentlige myndigheter kan gå fram for å etablere et godt samarbeid med frivillige organisasjoner og viktige ressurspersoner og -miljøer i sivilsamfunnet.

### Hvordan involvere frivillige organisasjoner?

- Vurder å etablere et fast kontaktpunkt i virksomheten med ansvar for samarbeid med frivillige organisasjoner.
- Ha kunnskap om innvandrerbefolkningen.  
Se [kapittel 3: Ha kunnskap om innvandrerbefolkningen på gruppenivå](#)
- Ha oversikt over frivillige organisasjoner, innvandrerorganisasjoner og tros- og livssynssamfunn og sentrale kontaktpersoner i organisasjonene.
- Vurder å etablere en fast arena for involvering og medvirkning, for eksempel brukerråd, brukerpanel, innvandrerråd, beredskapsråd eller lignende.
- Ha en plan for regelmessig oppfølging av samarbeidet, for eksempel gjennom årlige dialogmøter med relevante organisasjoner og tros- og livssynssamfunn.
- Bruk frivillige organisasjoner til brukertesting av tekst, visuell framstilling, lydfiler, video, animasjoner og podkast. Du trenger ofte kulturell kontekst og kunnskap for å gjøre informasjonen tilgjengelig og forståelig for målgruppene du ønsker å nå.

### Hvordan rekruttere ressurspersoner?

- En ressursperson er i denne sammenhengen en person som kan fungere som bindeledd mellom lokale myndigheter og en innvandrergruppe eller et miljø. Personen snakker samme språk, har samme landbakgrunn eller samme kultur og tradisjon som målgruppene. Personene kan også kalles nøkkelpersoner, brobyggere, språkhjelpere, ambassadører og så videre.
- Du kan ikke bruke ressurspersoner og ansatte som tolk.
- IMDi har en egen [veileder for kommuner som ønsker å rekruttere ressurspersoner med innvandrerbakgrunn i bosettings- og integreringsarbeidet](#). Vi anbefaler å bruke den sammen med denne veilederen. Den tydeliggjør hva en ressursperson er, ansvarsforholdet mellom myndighetene og frivillig sektor, hvordan komme i gang med rekrutteringen, og hvordan ressurspersonene bør følges opp og ivaretas.

Lenker til oversikter over tilskuddsmottakere finner du i [Kapittel 10: Flere ressurser](#)



## 5. Bruk et språk som alle kan forstå

Språkloven av 2022 pålegger offentlige organer å kommunisere på et klart og korrekt språk som er tilpasset målgruppene. En av forutsetningene for statens kommunikasjonspolitikk, er at offentlige myndigheter skal bruke et språk som gjør at målgruppene finner informasjon, forstår den og kan bruke den. Dette omtales ofte som klarspråk.

Klarspråk er viktig hver gang offentlige myndigheter skal kommunisere med befolkningen. Men de generelle skriverådene for klarspråk er ikke alltid nok, hvis budskapet skal treffe og bli forstått også av personer med innvandrerbakgrunn som ikke har norsk som morsmål. Vi har samlet noen skriveråd som vil hjelpe deg til å skrive slik at tekst og budskap blir forstått av flest mulig:

- Tenk over tekstens formål. Hva skal den oppnå, hva er viktig?
- Si det viktigste først.
- Si én ting om gangen.
- Gjør teksten kort og luftig.
- Vurder en kort oppsummering av hovedinnholdet.
- Bruk korte og enkle setninger.
- Finn løsninger for å unngå lange ord.
- Velg konkrete og hverdagslige ord.
- Unngå metaforer og språklige bilder.
- Skriv ut forkortelser.
- Unngå kursiv, store bokstaver og mange ulike skilletegn.

Ofte kan alternativer til tekstlige budskap fungere godt, for eksempel visuell framstilling, lydfiler, video, animasjoner og podkast. Budskap, symboler, illustrasjoner og animasjoner må alltid brukertestes for å unngå misforståelser. Alle videoer med tale skal tekstes.

For å nå ut til målgrupper med offisiell informasjon på andre språk enn norsk, er det nødvendig å bruke tolke- eller oversettelsestjenester.

For mer informasjon se [kapittel 10: Flere ressurser](#)

## 6. Oversett til andre språk

Ikke alle forstår norsk. Det er vanlig å oversette til engelsk, men dette er ikke alltid nok. Det er nødvendig å oversette til et språk målgruppen forstår.

Utgangspunktet for en skriftlig oversettelse kalles en kildetekst. Formålet med oversettelsen er å formidle en versjon av kildeteksten på et annet språk. Denne versjonen skal speile kildeteksten så langt det er mulig, og samtidig formidle ønsket budskap.

Ditt forarbeid med kildeteksten har stor betydning for oversetterens muligheter til å skape en nøyaktig gjengivelse. Hvis du har fulgt rådene i kapittel fem og utarbeidet en god kildetekst, øker sjansene for en god oversettelse. Husk at teksten kan bli vesentlig lengre og oppta mer plass på enkelte språk.

Følg disse stegene for å sikre en god oversettelse:

### 1: Identifiser målgruppe(r) og språk

Se kapittel 3, punkt 2: Målgruppeanalyse

### 2: Finn kvalitetssikrede oversettere

- Hvis din virksomhet/sector ikke har avtale med et oversetterbyrå, er det en fordel hvis du har identifisert mulige oversettere og vet hvem du skal kontakte, i god tid før behovet oppstår. Kontakt et byrå eller en statsautorisert translatør.
- Translatørportalen gir kontaktopplysninger til statsautoriserte oversettere. En statsautorisert oversetter er et trygt valg, men for flere av de største minoritetsspråkene, for eksempel somali og tigrinja, finnes det ikke statsautoriserte oversettere.
- Private oversettelsesbyråer har tilgang til oversettere på de fleste språk. Kvaliteten varierer, så still krav til oversetterens erfaring og be om navn og CV.
- Sørg for at en annen oversetter korrekturleser oversettelsen, så langt det er mulig. Det kan likevel være rasjonelt å prioritere kvalitetssikring av *budskapet* framfor språklige feil på detaljnivå. Budskapet kan kvalitetssikres ved å innhente tilbakemeldinger fra målgruppen.

### 3: Skriv kildeteksten

Budskap som forfattes i et språk som alle kan forstå, vil ha mindre risiko for feil i oversettelsen, når det skal oversettes til andre språk. Se [kapittel 5](#).

### 4: Test kildeteksten på målgruppen før den oversettes

Når kildeteksten er grundig gjennomarbeidet, kan du med fordel teste den på målgruppen. Tilbakemeldinger kan føre til at du gjør tilpassede endringer og ender med flere ulike versjoner av kildeteksten, rettet spesifikt mot de ulike målgruppene dere har definert.

- Husk at du som avsender alltid er ansvarlig for tekst og budskap. Hvis representanter for målgruppen foreslår endringer, må du kunne stå inne for disse. Det er ditt ansvar å sikre at du vet nøyaktig hva som blir formidlet, og på hvilken måte.
- Kildeteksten kan godt være et levende dokument i hele prosessen. Du kan teste både kildeteksten og oversettelsen på målgruppen.
- Ha tett dialog med alle aktørene i hele prosessen.

### **5: Send teksten til oversettelse**

- Bestill oversettelsen direkte, eller gjennom et byrå, i henhold til prosessen du har identifisert i trinn 2.

### **6: Test oversettelsen på målgruppen**

Test oversettelsen på de samme representantene for målgruppen som du testet kildeteksten på.

- Hvis oversettelsen endres, bør du også endre kildeteksten på samme måte. Det er viktig å ha en god versjonshåndtering, slik at du alltid vet hvilken versjon av kildeteksten som ligger til grunn for en oversettelse. Merk oversettelsene på en måte som gjør dette mulig, også når du ikke forstår det oversatte innholdet.

### **7: Sørg for at oversettelsen når ut til målgruppen**

Se [kapittel 8: Bruk alternative kanaler og målrettet distribusjon](#)

### **Er tolk og oversetter det samme?**

Som en hovedregel kan man ikke forvente at en tolk har spisskompetanse på skriftlig oversettelse – eller at en oversetter også kan tolke:

- Tolken bistår språkbrukere uten felles språk ved å overføre muntlig informasjon fra et språk til et annet.
- Oversetteren oversetter skriftlig informasjon mellom to skriftspråk.

IMDi er nasjonal fagmyndighet for tolking i offentlig sektor, men skriftlig oversettelse ligger ikke under IMDis ansvarsområde. Det er heller ingen andre myndigheter som har et overordnet ansvar for skriftlig oversettelse, og bruk av oversetter eller translatør er ikke lovregulert.

Lenker til translatørportalen og andre relevante nettsteder finner du her: [Kapittel 10: Flere ressurser](#)

## 7. Bruk kvalifisert tolk

Tolkeloven regulerer offentlige virksomheters bruk av tolk. Det er en plikt til å bruke kvalifisert tolk når det er nødvendig for å ivareta hensynet til rettsikkerhet og for å yte forsvarlig hjelp og tjeneste. Det skal blant annet legges vekt på om man kan kommunisere forsvarlig uten tolk, og på sakens alvorlighet og karakter.

Nasjonalt tolkeregister er et innsynsregister som gir oversikt over kvalifiserte tolker. Registeret teller i underkant av 2000 tolker som dekker omkring 80 språk. Tolkeregisteret eies og driftes av Integrerings- og mangfoldsdirektoratet (IMDi).

### Lag retningslinjer for bruk av tolk

Offentlige virksomheter som jevnlig bruker tolk, skal ha retningslinjer for bestilling og bruk av tolk.

### Slik går du fram for å finne en kvalifisert tolk

- Sjekk om virksomheten din har en ansvarlig intern enhet eller en rammeavtale med en privat formidler av tolketjenester.
  - Noen offentlige virksomheter har egne enheter som tar hånd om bestilling og bruk av tolk.
  - Flere etater og kommuner har rammeavtaler med en eller flere leverandører av tolketjenester.
- Hvis dere ikke er bundet av en rammeavtale, kan du kontakte kvalifiserte tolker direkte gjennom Nasjonalt tolkeregister. Slik får du best kontroll med bestillingen og tolkens kvalifikasjoner. Prioriter den best kvalifiserte tolken.
- Du kan også bestille tolk gjennom en privat tolkeformidler. De finner tilgjengelig tolk, lager avtale med tolken og håndterer faktura og honorar. Still krav om at tolken skal være kvalifisert.

### Ikke bruk ansatte eller lokale ressurspersoner som tolk

Flerspråklige ansatte eller ressurspersoner kan ikke erstatte en kvalifisert tolk. I situasjoner hvor offentlige organer skal formidle sensitiv og viktig informasjon som gjelder den enkelte, gjelder tolkelovens krav om å bruke kvalifisert tolk. Ansatte og ressurspersoner kan bruke sin språkkompetanse til å veilede og formidle generell informasjon til større grupper eller miljø som ikke har norsk som førstespråk. Blir flerspråklige ansatte brukt til formidlingsoppgaver som går utover ansvarsområdet i stillingen deres, må dette være avklart.

Lenker til veileder for retningslinjer for bruk av tolk, Nasjonalt tolkeregister, tolkeloven og andre relevante nettsteder finner du her:

[Kapittel 10: Flere ressurser](#)

## 8. Bruk ulike informasjonskanaler

Dette kapitlet beskriver hvordan virksomheten din kan distribuere den tilpassede informasjonen gjennom kanaler som målgruppene bruker.

Følg disse stegene:

- Sørg for at kommunikasjonsplanene i virksomheten har innvandrerbefolkningen som definert målgruppe, helst brutt ned til grupper av innbyggere og brukere som kan være i en utsatt posisjon eller vanskelig å nå.
- Lag en plan for å spre informasjonen. Passiv informasjon på nettsidene er sjelden nok.
- Ivareta personvernet ved valg av formidlingskanaler. Personopplysninger må behandles med stor varsomhet.
- Identifiser eventuelle kanaler som når innvandrerbefolkningen bredt.
- Lag en plan med oversikt over kanaler og aktører i sivilsamfunnet som kan nå de gruppene som ikke nås gjennom pressen og sosiale medier, ordinær tjenesteyting eller virksomhetens nettsider.
- Målrett informasjonen i form av kampanjer og annonser i sosiale medier til spesifikke målgrupper. Husk likevel at denne informasjonen ikke når personer med lave digitale ferdigheter.
- Identifiser eventuelle nasjonale og lokale innvandrerdrevne medier, og undersøk om målgruppene faktisk følger med på disse.
- Vurder å bruke ressurspersoner til oppsøkende arbeid. Dette er særlig aktuelt for å nå grupper med begrenset språkkompetanse og lave digitale ferdigheter.

Hvis flerspråklige ansatte skal formidle, teste eller kvalitetssikre oversatt informasjon, er det viktig å avklare omfang og forventninger til disse arbeidsoppgavene.

### Forslag til informasjonskanaler

Hvilke kanaler og hvilken distribusjonsmåte som er best, vil variere med hvem du ønsker å nå fram til med informasjonen. Det er gjerne en kombinasjon av ulike kanaler som gir best resultat.

Avhengig av formål, målgruppe og budskap, kan dere vurdere disse kanalene:

- Informasjonsmøte
  - Fysiske eller digitale informasjonsmøter kan passe hvis dere skal gi generell informasjon til flere aktuelle mottakere samtidig.
  - Aktuelle arenaer kan være voksenopplæringen (introduksjonsprogram, norskopplæring), barnehager og skoler, helse- og velferdstjenester, møteplasser for frivillige organisasjoner, religiøse menigheter/ tros- og livssynsamfunn, frivillighetssentraler, ungdomsklubber, biblioteker, kultur- og idrettsarrangementer, festivaler og offentlige møteplasser.
  - Hvem som formidler budskapene, er viktig.

- Vurder om det er politisk ledelse (stat/kommune) eller forvaltningen som bør invitere til informasjonsmøtet.
  - Ha med tolk og flerspråklige fagpersoner med kjennskap til målgruppen.
  - Legg opp til dialog hvis det er mulig.
- Dialogmøte
  - I dialogmøter kan dere utveksle informasjon og erfaringer, noe som også bidrar til å etablere tillit mellom myndigheter og berørte målgrupper.
  - Vurder om det er politisk ledelse eller forvaltningen som bør invitere til dialogmøter med tros- og livssynssamfunn og frivillige organisasjoner.
  - Ha med tolk og flerspråklige fagpersoner med kjennskap til målgruppen.
- Oppsøkende informasjonsarbeid
  - Bruk av nettverk og ansikt-til-ansiktinformasjon kan være særlig relevant for å nå grupper som har begrensede språkferdigheter og liten tilknytning til det norske samfunnet.
  - Arbeidet er ressurskrevende og forutsetter innsats og mobilisering av ressurspersoner og -miljøer i forkant:
    - Frivillig sektor, ressurspersoner og -miljøer er aktuelle som formidlere.
    - Finn ressurspersoner som har tillit og troverdighet i de aktuelle miljøene, og som snakker mottakernes morsmål og forstår den kulturelle konteksten.
    - Bruk tros- og livssynssamfunn og deres egne distribusjonskanaler.
    - Bruk egne ansatte som oppsøker målgruppene for å informere, sammen med tolk, eller i samarbeid med ressurspersoner.
    - Bruk næringsliv og fagforeninger.
- Fysiske arenaer og møteplasser
  - Aktuelle arenaer er:
    - Førstelinjetjenesten i offentlig sektor og tjenesteyting (helsestasjon, barnehage, skole, FAU og lignende).
    - Næringslivet, arbeidsplasser, bemanningsbyråer, borettslag og lignende.
    - Der hvor folk samles, for eksempel biblioteket, nærbutikken, kjøpesenteret, kultursenteret, busstoppet, togstasjonen og andre lignende møteplasser.
  - Aktuelle formidlingmetoder er:
    - Bruk av stand, informasjonsskjermer, brosjyrer, bannere og plakater som er lett å henge opp på offentlige steder.
- Sosiale medier
  - Gjennom sosiale medier kan dere nå dem som er digitalt aktive.
  - Trender i sosiale medier endrer seg hele tiden. Velg plattformer og kanaler som er i bruk og relevante for målgruppene dere ønsker å nå.

- Definer kjennetegn ved en målgruppe, for eksempel språk eller geografisk område, og lag innhold som er spisset inn mot denne gruppen.
- Ved oversettelse av informasjon og budskap, vær forberedt på henvendelser på valgte språk.
- Bruk gjerne rollemodeller, influensere og ressurspersoner til å formidle budskapet.
- Video og film i sosiale medier kan nå fram til flere enn skriftlig informasjon. Alle videoer med tale skal tekstes.
- [Veileder for bruk av sosiale medier i kommunen - KS](#)
- Nettsider
  - Oversatt innhold på egne nettsider bør dere spre aktivt i sosiale medier til brukere av det aktuelle språket.
  - Sørg for at publiseringsløsningen deres håndterer ulike språkversjoner av nettsidene.
  - Det kan være problematisk for mange nettpubliseringsløsninger å gi riktig framstilling av språk som skrives fra høyre til venstre. Test at dette lar seg gjøre, slik at dere er forberedt til en akutt situasjon.
  - Ikke bruk PDF-versjoner av oversatt innhold, det er vanskelig å spre i sosiale medier.
  - Hvis flere virksomheter har en rolle i en hendelse, bør det komme klart fram av beredskapsplanene hvilket nettsted som skal formidle publikumsinformasjon, og dermed også formidle oversatt innhold.
  - Husk universell utforming og automatisk opplesingsfunksjon, det gjør innholdet lettere å forstå.
  - Sjekk besøkstallene på oversatte sider og sammenlign med hvor stor målgruppen er. Det kan gi en indikasjon på om dere faktisk når ut til målgruppene via denne kanalen.
- Redaksjonelle medier
  - Bruk både nasjonale og lokale medier (TV, radio, aviser, nettaviser, podkast).
  - Bruk medier som når særskilte mål- og språkgrupper i innvandrerbefolkningen.
  - Det finnes en del aviser og nettsider i Norge som får støtte for å formidle norske nyheter på andre språk.
  - Mange innvandrere i Norge følger mediene i opprinnelseslandet framfor norsk presse. Medieplasseringsbyråer selger tjenester for segmentert annonseplassering i utenlandske nettmedier, slik at annonsen for eksempel utelukkende retter seg mot brukere som befinner seg i Norge.
- E-post
  - Spredning på e-post i etablerte nettverk kan nå bedre fram til enkelte små definerte målgrupper.
  - Spre oversatt informasjon til ressurspersoner og -miljøer på e-post, gjerne direkte lenker til oversatt informasjon fra nettsider, sosiale medier og kampanjeinformasjon.

## 9. Roller og ansvar

### Overordnede føringer

I tråd med sektoransvarsprinsippet er det de ulike sektormyndighetene i stats- og kommuneforvaltningen som har ansvar for informasjon til hele befolkningen generelt, og dermed også innvandrere og deres barn.

Integrerings- og mangfoldsdirektoratet (IMDi) er et fagdirektorat og nasjonalt kompetansesenter. Direktoratet har en pådriver- og samordningsrolle på integreringsfeltet. IMDi skal styrke kommunenes, fylkeskommunenes, sektormyndighetenes og andre samarbeidspartneres kompetanse på integrering. Dette innebærer å gi støtte, råd og veiledning i arbeidet med formidling av informasjon og budskap, som for eksempel hvilke språk informasjon bør oversettes til for å nå ut til berørte innvandrere og minoritetsgrupper.

### Ved en krise

I en krise må myndighetene nå raskt og effektivt ut til hele befolkningen med informasjon, tjenester, råd og pålegg. Det gjelder også til grupper som har begrensede norskkunnskaper og som har liten tilknytning til det norske samfunnet.

Det er umulig å planlegge på detaljnivå hva som trengs av informasjon ved en krise, fordi alle kriser er forskjellige. Det viktige er å bruke erfaringer, allerede etablert kunnskap, rutiner og nettverk.

Her er krise- og beredskapsplanene, herunder krisekommunikasjonsplan, viktige verktøy, nasjonalt, regionalt og lokalt. Planene må ivareta et mangfoldsperspektiv, kunnskap om innvandrerbefolkningen og behovet for tilpasset og målrettet kommunikasjon.

### Rollefordeling i en krise

Ved kriser på nasjonalt nivå er det ansvar, likhet, nærhet og samvirkeprinsippet som ligger til grunn for alt samfunnssikkerhetsarbeid. Det vil si at den sektoren som har fagansvaret under normale omstendigheter, også har ansvaret for å håndtere en krisesituasjon på eget ansvarsområde og å sørge for samordning med andre departementer, i henhold til samfunnssikkerhetsinstruksen krav.

Justis- og beredskapsdepartementet (JD) har en generell samordningsrolle, på samfunnssikkerhetsområdet, for å sikre en helhetlig og koordinert beredskap nasjonalt, på tvers av alle sivile sektorer og kritiske samfunnsfunksjoner.

JD skal videre, ifølge samfunnssikkerhetsinstruksen kap. VI, pkt. 3, legge til rette for helhetlig og koordinert kommunikasjon om forebygging, beredskap og krisehåndtering mellom myndigheter og til befolkningen. Dette endrer ikke på de kravene som stilles på området til hvert enkelt departement. JD skal årlig oppdatere en felles plan for hvordan departementene skal samordne sin krisekommunikasjon.



Statens kommunikasjonspolitikk gjelder også i krisesituasjoner. Særlig viktig er prinsippet om at staten har ansvaret for at relevant informasjon når fram til alle berørte. Det skal vurderes om det er tilstrekkelig å oversette kun til engelsk, eller om det i tillegg er behov for oversettelse til andre språk. I tillegg må virksomhetene vurdere bruk av tolketjenester for å sikre god kommunikasjon.

#### Ulike kanaler for informasjon

I en krisesituasjon vil andre kanaler være aktuelle. Det vil være opp til riktig myndighetsinstans å vurdere hva som er hensiktsmessig:

- SMS
- Nødvarsel på mobiltelefon

Lenker til relevante nettsider knyttet til krise- og beredskap finner du i neste kapittel.

# 10. Flere ressurser

## Ivareta et mangfoldsperspektiv – overordnede prinsipper

- [PDF-versjon av kommunikasjonspolitikken \(regjeringen.no\)](#)
- [Virksomhetenes plikter | Datatilsynet](#)
- [Personvernprinsippene | Datatilsynet](#)
- [Forskrift om endring i forskrift om universell utforming av informasjons- og kommunikasjonsteknologiske \(IKT\) løsninger \(Lovdata\)](#)
- [Universell utforming av IKT \(Digdir\)](#)

## Involver frivillige organisasjoner og ressurspersoner

- [Tilskudd.no – Statlige tilskudd til frivillige organisasjoner \(dfo.no\)](#)
- [Utbetalte statstilskudd til tros- og livssynssamfunn \(fylkesmannen.no\)](#)

## Bruk et språk som alle kan forstå

- [Språkrådets anbefalinger til klart språk](#)
- [Klart språk for flest mulig – KS](#)
- [Veileder: Klarspråk for alle – KS](#)
- [Veileder: Involver brukerne og mål effekten – KS](#)
- [Verktøy for brukerinvolvering og effektmåling – KS](#)
- [Nettkurs i klarspråk: Den gygne pennen \(DigDir\)](#)
- [LIKS: måleverktøy som gir en indikasjon på hvor lettlest en tekst er \(skriftlig.no\)](#)
- [Veileder om klart språk i utvikling av digitale tjenester \(Digdir\), inkludert brukerinvolvering](#)

## Oversett til andre språk og bruk av kvalifisert tolk

- [Translatørportalen](#)
- [IMDis rolle på tolkefeltet | IMDi](#)
- [Hvordan lage egne retningslinjer for bruk av tolk i din virksomhet](#)
- [Når må man bruke tolk? | IMDi](#)
- [Nasjonalt tolkeregister \(tolkeregisteret.no\)](#)
- [Lov om offentlige organers ansvar for bruk av tolk mv. \(tolkeloven\) - Lovdata](#)
- [Veileder for offentlige anskaffelser av tolketjenester](#)
- [Hvordan forberede og gjennomføre en tolket samtale](#)
- [Nettkurs om kommunikasjon via tolk \(OsloMet\)](#)

## Ved en krise

- [Instruks for departementenes arbeid med samfunnssikkerhet \(samfunnssikkerhetsinstruksen\) – Lovdata](#)

Instruksen pålegger Justis- og beredskapsdepartementet å legge til rette for helhetlig og koordinert kommunikasjon om forebygging, beredskap og krisehåndtering mellom myndigheter og til befolkningen. Samtidig stilles det krav til hvert enkelt departement på området. Justis- og beredskapsdepartementet skal årlig oppdatere en felles plan for hvordan departementene skal samordne sin krisekommunikasjon.

- [Veileder krisekommunikasjon \(dsb.no\)](#)

Veilederen gir råd til **virksomheter** slik at de kan utarbeide en plan tilpasset egne behov for krisekommunikasjon eller revidere eksisterende planer. Videre gir veilederen tips om praktisk krisekommunikasjon.

- [Veileder til forskrift om kommunal beredskapsplikt.pdf \(dsb.no\)](#)  
Veilederen skal bidra til felles forståelse av kravene til kommunal beredskapsplikt, og til å tydeliggjøre forholdet mellom kommunal beredskapsplikt og annet arbeid med samfunnssikkerheten.
- [Styrket beredskap for personer med innvandrerbakgrunn i kriser | IMDi](#)  
På bakgrunn av erfaringene fra pandemien, utarbeidet DSB og IMDi en rapport med anbefalinger til myndigheter på lokalt, regionalt og nasjonalt nivå på krise- og beredskapsarbeidet om det å styrke beredskapstiltak overfor personer med innvandrerbakgrunn, men også øvrige personer med kort opphold i Norge.
- [Meld. St. 5 \(2020–2021\) \(regjeringen.no\)](#)  
Stortingsmeldingen «Samfunnssikkerhet i en usikker verden» retter særlig oppmerksomheten mot forebygging, og definerer blant annet hvem som har ansvaret for å ivareta samfunnssikkerheten
- Eksempel fra Frogn kommune: [Informasjon til innvandrere som del av kommunens beredskapsplan | IMDi](#)

# 11. Eksempler til inspirasjon

## Ha kunnskap om innvandrerbefolkningen på gruppenivå

[Informasjon til innvandrere som del av kommunens beredskapsplan | IMDi](#)

Frogn kommune har laget en oversikt over innbyggernes språk og hvem som trenger særskilt tilpasset informasjon og oppfølging. Kartleggingen gir et godt grunnlag for å nå ut til alle innvandrere.

[Informasjon om covid-19 tilpasset eldre med innvandrerbakgrunn | IMDi](#)

Nasjonalforeningen for folkehelsen og Nasjonal kompetansetjeneste for aldring og helse har laget informasjonsmateriell om korona, tilpasset den eldre delen av innvandrerbefolkningen.

[Test deg- kampanje fra Helsedirektoratet med tilpasset budskap og kanalvalg | IMDi](#)

Bruk av sosiale medier var avgjørende for å nå ut til ulike språkgrupper under pandemien. Helsedirektoratet spisset budskap sammen med målgruppene og kjørte flere kampanjer.

## Involver frivillige organisasjoner og ressurspersoner

[Dialogmøter mellom politisk ledelse og sivilsamfunnet i Oslo | IMDi](#)

Politisk ledelse i kommunen har tatt initiativ til dialogmøter med sivilsamfunnet. Møtene har vist seg nyttige både under pandemien og ved ankomstene av flyktinger fra Ukraina.

[Frivillig dag 14 | IMDi](#)

I Arendal jobber frivillige organisasjoner sammen med kommunen for å skape møteplasser der flyktinger kan knytte kontakter og engasjere seg i frivillig arbeid

[Innbyggerinvolvering i kommunikasjonsarbeid | IMDi](#)

Bydel Gamle Oslo i Oslo kommune rekrutterte representanter fra det norsk-somaliske miljøet i et prosjekt for målrettet koronainformasjon. Prosjektet viser at tett samarbeid med målgruppen er avgjørende for å nå frem med livsviktig informasjon.

[Flerspråklige smittevernsambassadører med stort nettverk | IMDi](#)

Holmlia Nærmiljøsender og Frivilligsentral (HNF) i Oslo tok utgangspunkt i eksisterende nettverk for å informere når pandemien kom. De benytter alle arrangementer på senteret og i nærmiljøet til å spre budskap fra myndighetene.

## Bruk et språk som alle kan forstå, oversett til andre språk og bruk kvalifisert tolk

[Tegneserie + Superhelt = Super Informasjonsformidling | IMDi](#)

Francine Mbanza Jensen i Unity Spark har skapt den norsk-burundiske superhelten Kira for å informere om korona, smittevern og vaksine.

[Informasjonsfilmer om korona på polsk og spansk | IMDi](#)

Caritas Norge har fått med statsministeren til å lage en film med nøkkelinformasjon om korona. Caritas har laget versjoner på norsk, polsk og spansk. Filmene er tekstet på flere språk og delt på Facebook.

#### [Tolketjenester i egenregi – slik gjør de det i Lørenskog | IMDi](#)

Kommunene Lørenskog, Rælingen, Ullensaker, Nes, Gjerdrum, Nannestad, Hurdal og Eidsvoll inngår alle i et formidlingssamarbeid om tolketjenester, hvor hensikten er å sikre gode tolketjenester med kvalitet i alle ledd.

### **Bruk ulike informasjonskanaler**

#### [Dør-til-dør-aksjoner og felting | IMDi](#)

I forbindelse med korona-pandemien gjennomførte Oslo kommune og Bydel Stovner dør-til-dør-aksjoner for å nå ut direkte til befolkningen med informasjon om smittevern, testing og vaksinerings.

#### [NorSom Media: en nyhets- og informasjonskanal for norsk- somaliere | IMDi](#)

Med både nettavis og nett-TV produserer NorSom Media egne nyheter og oversetter norske nyheter til somali. De formidler offentlig informasjon og samarbeider med en rekke myndigheter.

#### [Nettavis på polsk skaper engasjement | IMDi](#)

Nettavisen Razem har det polske miljøet i Kristiansand som sin primære målgruppe. Gjennom avisen blir leserne inkludert i det politiske, sosiale og kulturelle livet i Kristiansand, i Agder og i Norge.

#### [Lokale smittevernambassadører | IMDi](#)

Halden frivilligsentral har spredt korona-informasjon i ulike innvandremiljøer via lokale smittevernambassadører.

#### [Helseambassadører når ut til mange med koronainformasjon i Drammen | IMDi](#)

Helseambassadører når ut til mange med koronainformasjon i Drammen. Drammen Sanitetsforening har rekruttert flerspråklige innvandrerkvinner for å informere om smittevern og helsemyndighetenes koronatiltak.

# 12. Huskeliste til offentlig ansatte

## KJENN DE DU SNAKKER TIL

Informasjon og tjenester skal ha et mangfoldsperspektiv. Ha kunnskap om innvandrerbefolkningen på gruppenivå, for eksempel landbakgrunn, botid, kultur og språk.

## SAMARBEID MED FRIVILLIGE ORGANISASJONER OG RESSURSPERSONER

Regelmessig samarbeid og dialog bidrar til å skape tillit mellom myndigheter og innvandrerbefolkningen.

## BRUK KVALIFISERT TOLK

Det er ditt ansvar å forstå og å bli forstått. Bruk kvalifisert tolk når det er nødvendig for å gi forsvarlig hjelp og tjeneste.

## INVOLVER MÅLGRUPPENE FRA START

Løpende testing og tilbakemeldinger fra representanter for målgruppene sikrer at budskapet blir forstått av flest mulig.

## GJØR DEG FORSTÅTT

Lær deg skriverådene på klarspråk.no, og øv på å bruke dem. Et enkelt språk reduserer faren for misforståelser.

## OVERSETT

Oversett viktige budskap til de språkene som målgruppene forstår.

## BRUK VISUELLE VIRKEMIDLER

Bruken av video, lyd, bilder, illustrasjoner og symboler kan supplere tekst.

## VÆR DER MÅLGRUPPENE ER

Finn ut hvilke informasjonskanaler målgruppene bruker, og bruk disse kanalene for å nå flere.

## BRUK RESSURSPERSONER MED TILLIT

Personer som har troverdighet og tillit i målgruppene kan nå flere.



**IMDi**

Integrerings- og  
mangfoldsdirektoratet

imdi.no