

Kommunikationspolicy

Svenska kyrkan i Folkungabygdens pastorat

Beslutad av kyrkofullmäktige 2018-04-25

Vår policy samlar riktlinjerna för kommunikationsarbetet i Folkungabygdens pastorat. Den innehåller ansvar, förhållningssätt och regler för hur vår kommunikation ska se ut.

Kommunikativa principer

Svenska kyrkan finns för att människor ska komma till tro på Kristus och leva i tro, en kristen gemenskap skapas och fördjupas, Guds rike utbreddas och skapelsen återupprättas. Allt annat som församlingen utför är stöd för och en konsekvens av denna grundläggande uppgift. (Kyrkoordningen, kap 2)

Svenska kyrkan ska vara en kyrka som människor har en positiv relation till och känner glädje över att tillhöra. Den kommunikation som kyrkan har med medlemmar och omvärld ska alltid bära spår av de kärnvärden som genomsyrar kyrkan: Närvaro, Öppenhet och Hopp. (Svenska kyrkans kommunikationsplattform)

Kommunikationens syfte

Vår kommunikation ska ge en bild av en kyrka som människor känner glädje över att tillhöra och arbeta i. Här får alla plats utifrån sin egen situation. Kommunikationens yttersta syfte är att förmedla bilden av att vi är en del av den världsvida kyrkan, den kyrka som Jesus Kristus själv grundat. Kommunikationen ska stärka människors relation till Svenska kyrkan samt bibehålla och öka kyrkans förtroendekapital. Det innebär att vi ska anpassa kommunikationen till målgruppen och kommunicera på mottagarens villkor, till exempel i samband med verksamhet, gudstjänst, dop, konfirmation, vigsel och begravning. Vår kommunikation ska bidra till att Folkungabygdens Pastorat når visioner och mål.

Grundregler för vår kommunikation

Detta ska känneteckna vår kommunikation i alla sammanhang, både när vi kommunicerar inom kyrkans verksamhet och när vi kommunicerar utåt.

1. Utgå ifrån mottagarens behov

Vi ska ge rätt information, till rätt målgrupp, genom rätt kanal.

2. Skriv enkelt och begripligt

I våra texter ska språket vara enkelt och tydligt. Vi strävar efter att använda korta meningar och förklara fackspråkstermer, "kyrkiska" och förkortningar när det behövs.

3. Informera snabbt och korrekt

Information är en färskvara som snabbt ska spridas till alla berörda. Samtidigt ska vi alltid kontrollera fakta innan vi går ut med information. Alla ska kunna lita på att information från Folkungabygdens Pastorat är korrekt.

4. Var öppen, tydlig och tillgänglig

Det ska vara lätt att komma i kontakt med församlingens anställda och förtroendevalda via till exempel telefon och e-post. Vi ska uppmuntra till synpunkter och inbjuda till dialog. Vi delar aktivt med oss av information när vi kan anta att andra medarbetare har användning för det.

5. Informera inåt innan vi informerar utåt

Det är viktigt att vi internt känner till de planer och beslut som finns för församlingen innan de når allmänhet och massmedia. Därför ska vi alla främst informera internt innan vi informerar externt. Särskilt när det handlar om förändringar i vår egen närhet och oförutsedda viktiga händelser. När det gäller kontakten med massmedia hänvisas till kyrkoherden.

6. Visa på en tydlig identitet

En tydlig identitet ger en bättre bild av vad vi gör och vad vi vill med vår verksamhet, både externt och internt. Det ska vara tydligt vem som är avsändare av information från pastoratet eller församlingarna. När vi informerar skriver vi alltid tydligt ut avsändare och uppger kontaktperson med telefonnummer och e-postadress när sådan finns. Vi använder också Svenska kyrkan-logotyp, på brev, i e-post, på affischer och i annonser.

7. Utvärdera – hade kommunikationen önskad effekt?

Utvärdering görs årsvis om de budskap och kanaler vi använde fungerade och är anpassade till målgruppen. Det vi kommer fram till ligger till grund för framtida satsningar.

8. Kommunikationens Gyllene regeln

Vi kommunicerar med andra så som vi skulle vilja att de kommunicerar med oss. Det innebär att vi visar hänsyn och respekt i alla sammanhang, såväl i samtal, text och sociala medier som på andra ställen. Det får också konsekvenser när vi ska framföra kritik eller egna åsikter. Vi är varsamma i vår kommunikation och tänker i förväg över hur det vi säger kan tas emot av mottagaren.

Intern kommunikation

Den interna kommunikationen ska genom dialog bidra till att alla medarbetare och förtroendevalda känner ansvar, motivation och delaktighet samt bidra till att skapa en vi-känsla, en gemensam förståelse av kyrkans verksamhet och bidra till positiva attityder. Intern kommunikation är en process där alla anställda ska ha möjlighet att utbyta information med varandra. Alla medarbetare har ett ansvar för att bidra till god intern kommunikation.

Kanaler

Den interna kommunikationen har flera viktiga kanaler, bland annat möten, e-post, intranät, personalnytt, vardaglig kontakt, bokningssystem och hemsida.

Målgrupper

De målgrupper som innefattas av den interna kommunikationen är anställda, förtroendevalda och ideella medarbetare.

Detta kännetecknar vår interna kommunikation:

- Tydlighet

- Stärker samhörigheten mellan medarbetare och ökar förståelse för andras arbete
- Mötet mellan medarbetare är centralt för kommunikationen
- Kommunikationen ska öka den interna dialogen
- Samtidig och öppen kommunikation inom organisationen
- Snabb och samordnad kommunikation vid kris

Extern kommunikation

Svenska kyrkan är en öppen folkkyrka och vänder sig till alla människor. Det innebär bland annat att det ska vara lätt för alla att ta del av information om det som händer i kyrkan och vad kyrkan står för. Kyrkan skall vara attraktiv och stå för närvaro, öppenhet och hopp.

Hos oss ska alla känna sig välkomna oavsett om de möter kyrkan personligen, i tryck eller på webb.

Kanaler

De viktigaste kanalerna för vår externa kommunikation är personliga möten, hemsida, facebook, Livsviktigt, gudstjänster och andra mötesplatser, informationsmaterial såsom affischer och annonser.

Målgrupper

Medlemmar, ideella, blivande medlemmar, medier, beslutsfattare, förtroendevalda, medarbetare, potentiella arbetstagare. Genom barnkonsekvensanalyser tar vi ett särskilt ansvar för barn och unga.

Detta kännetecknar vår externa kommunikation:

- Tydlighet
- Mötet med andra människor är centralt för kommunikationen
- Använder kanaler som passar målgruppen
- Kontinuitet – vi kommunicerar med regelbundenhet
- Ökar kontakter med målgrupper och skapa relationer
- Skapa värdegrundsdiskussioner och samtal

Massmedierelationer

Allmänhetens bild av Svenska kyrkan präglas i stor utsträckning av den bild massmedia ger. Det är därför viktigt att vi har goda relationer med media med målet att bilden som förmedlas är så korrekt och trovärdig som möjligt. Kontakterna med media ska präglas av öppenhet, tydlighet och tillgänglighet. Kontakten med massmedia görs av kyrkoherden/kyrkorådets ordförande.

Sociala medier

Vid samtal och inlägg i sociala medier i arbetet finns några grundregler:

Ur Svenska kyrkans policy för användning av sociala medier i tjänsten

1. Var transparent och tydlig
2. Bidra med din kompetens
3. Var ärlig och ansvarstagande
4. Var tillmötesgående och visa gott omdöme
5. Respektera andras sätt att uttrycka sig
6. Skydda konfidentiella interna uppgifter
7. Respektera upphovsrätten
8. Var varsam med Svenska kyrkans resurser
9. Samarbeta med experter inom IT och säkerhet
10. Uppmärksamma rätt person på felaktigheter som cirkulerar

Varje anställd i Folkungabygdens pastorat har ett ansvar att via sociala medier uttrycka sig i ord och bild på ett sådant sätt att man visar lojalitet mot sin arbetsgivare och visar ett gott omdöme

Ansvar och organisation

Styrning

Kyrkorådet har det övergripande ansvaret och beslutar om kommunikationspolicy. I ansvaret ligger att ha kännedom och kunskap om kommunikation och att tillämpa det i sitt uppdrag.

Referensgrupp för kommunikation

Pastoratets arbetsgrupp för kommunikation är ledningsgruppen där informatören ansvarar för att lyfta frågor om strategi, långsiktig planering och utvärdering

Ledning

- Varje arbetsledare har kommunikationsansvar gentemot sina medarbetare och ansvarar för att kommunikationspolicyn följs på respektive enhet.
- Kyrkoherden är talesperson gentemot media och övriga intressenter i policy- och strategifrågor.

Varje medarbetare, förtroendevald och ideell har ett ansvar att

- aktivt söka, ta del av och förmedla den information som krävs för att kunna genomföra ett bra arbete
- varje medarbetare skall varje tjänstgöringsdag kontrollera sin epost minst en gång (gäller ej kyrkogårdsarbetare som inte använder eposten lika frekvent)
- bidra till öppenhet och delaktighet genom kommunikation med kollegor, chef och externa grupper.
- vara en god ambassadör för Svenska kyrkan och Folkungabygdens Pastorat.
- tillämpa kommunikationspolicyn.

Informatören

är en resurs för hela pastoratet. Den ansvarar för att ge strategiskt och praktiskt stöd i interna och externa kommunikationsfrågor och att tillsammans med ledningen utveckla församlingens kommunikationsarbete.

Vid kris

Vid kris inom vårt eget område träder kommunens POSOM-grupp in. Kyrkoherden skall alltid informeras och är denne ej tillgänglig informeras någon av följande personer: kanslichef, kyrkogårdschef, fastighetschef, församlingsherdar

Giltighet

Kommunikationspolicyn gäller för alla verksamheter i Folkungabygdens Pastorat och gäller anställda, förtroendevalda och ideella.