

KOMMUNIKATIONSSTRATEGI 2023–

INTRODUKTION

Kommunikationsstrategin ger allmänna mål för kommunikationen, kartlägger nuvarande arbetssätt och kanaler, beskriver allmänna trender inom kommunikation och media, visar på utvecklingsbehov inom församlingen samt fastställer tidtabeller, ansvarspersoner och uppföljning av strategin.

Tyngdpunkten ligger på den externa kommunikationen, och dess syfte är att lyfta fram förändringar som utvecklar och förbättrar församlingens kommunikation.

Kommunikationen i församlingens strategi

I församlingens allmänna strategi för 2021–2025 ”Öppna dörrar till gemenskap” ingår kommunikationen som en del av församlingens verksamhet. Vi eftersträvar:

- goda relationer till massmedia
- att informera och kommunicera
- att skapa aktiva och fungerande nätverk
- ett proaktivt samarbete med andra aktörer
- synlighet i vardagslivet
- ett enkelt och vardagsnära språk
- att vara en församling som tydligt tar ställning och engagerar sig i vardagsdebatten för kristna värderingar.

I den allmänna strategin konstateras också att medlemmen ska vara i centrum för all verksamhet; det är alltså medlemmen som är i centrum också för församlingens kommunikation. Målet är att vara en öppen och inkluderande församling, där vi har en varm och välkomnande gemenskap.

Principer och mål för församlingens kommunikation

I sin kommunikation utgår församlingen från följande principer:

- medlemmen är i centrum för församlingens kommunikation
- församlingsbor och anställda har rätt till information
- församlingens information är ärlig och lättförståelig
- vi kommunicerar tillgängligt, och våra digitala kanaler är tillgänglighetsanpassade
- den dialog som förs på församlingens plattformar är respektfull och följer etiska principer och lagstiftning.

Målen för församlingens kommunikation är att:

- sprida kyrkans budskap och öka intresset för andliga frågor
- informera om församlingens evenemang och verksamhet
- fostra till miljömedvetenhet
- informera om beslut tagna av församlingens och samfällighetens olika organ
- ge församlingsbor möjlighet till dialog med församlingen.

Församlingens kommunikationsarbete

Utöver församlingens kommunikationsstrategi finns även en plan för miljöfostran (se sista sidan), samt samfällighetens kriskommunikationsplan. På en övergripande nivå finns kommunikationsplanen för den evangelisk-lutherska kyrkan. Medarbetarna påminns om församlingens och samfällighetens kommunikationsplaner på medarbetarsamlingar en gång per år. Dessa delges också alltid åt nyanställda.

Kommunikationskanaler är bland annat:

- webbsidan
- intranät (för anställda)
- sociala medier (Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube)
- trycksaker (broschyrer, sektorernas egna trycksaker)
- församlingstidningen Kyrknytt
- traditionella och digitala anslagstavlor
- ärendehanteringsprogrammet Domus
- information och annonser på andra aktörers plattformar (t.ex. Vasabladet, Vaasa-lehti, Vega Österbotten, Kyrkpressen).

Församlingen samarbetar med andra aktörer och arbetar aktivt för att:

- synas på nyhetsplats i de lokala medierna
- gudstjänster och konserter fortsättningsvis regelbundet ska sändas i Yles kanaler och i Sundom tv.

Församlingen har en anställd kommunikatör (75 procent).

Trender inom kommunikation och media

Utvecklingen inom kommunikation och media har varit, är och kommer troligen att vara omvälvande. Digital kommunikation – och speciellt då utvecklingen inom de sociala medierna – har i grunden förändrat inte bara vårt sätt att kommunicera utan också lett till förändringar i livsstil och annan social interaktion. Den digitala kommunikationen och satsningen på de sociala medierna är fortfarande viktig. Sociala medier möjliggör dialog och nätverksbyggande. Tyngdpunkten förskjuts från information till kommunikation.

Viktiga utgångspunkter är:

- Anställda och församlingsbor involveras alltmer i församlingens kommunikation.
- Olika grupper använder internet och sociala medier på olika sätt. Det är viktigt att identifiera olika målgrupper och anpassa kommunikationen både vad gäller innehåll och val av kanal.
- Behovet av utvärdering och analyser är stort, eftersom förändringar i den digitala kommunikationen kan vara snabba och omfattande.
- Det finns grupper som inte har tillgång, resurser eller vilja att använda internet. De bör nås genom andra kanaler.

TYNGDPUNKTER OCH UTVECKLING

Församlingens kommunikationsstrategi är inte bara ett instrument för analys och formulering av mål och principer; den är också vägledning för hur församlingens kommunikation ska utvecklas och vilka tyngdpunkterna är. Utgående från församlingens strategi "Öppna dörrar till gemenskap" och resonemanget ovan definierar vi följande utvecklingsområden:

- Den digitala kommunikationen prioriteras och satsningen på de sociala medierna stärks. Församlingen prövar frimodigt nya sätt att kommunicera, allt fler involveras i kommunikationen och det andliga arbetet på webben ökar.
- Vid behov skapar vi nya kanaler och arbetssätt, samtidigt som vi är beredda att omprioritera hur resurserna fördelas.
- Vi definierar ansvarspersoner och former för utvärdering.

1. Digital kommunikation

Församlingen har medlemmen i fokus och för frimodigt ut sitt budskap. Det betyder också att församlingen är synlig där medlemmarna finns. Via församlingens webbsida och sociala medier kan vi förmånligt och synligt få ut församlingens budskap och aktuell information. Vi beaktar att olika människor föredrar olika medier och därför finns samma material på flera ställen, anpassat till den specifika kanalen och målgruppen. Den digitala kommunikationen är högt prioriterad i församlingen.

Via sociala medier vill vi nå alla Vasabor, speciellt de som inte är kyrkligt aktiva. För att nå målet behöver vi ramar för arbetet i de sociala medierna:

- Församlingens strategi för arbete i sociala medier är ett konkret stöd i det dagliga arbetet.
- I de flesta anställdas arbetsrutiner ingår arbete i sociala medier.
- Förtroendevalda och frivilliga uppmuntras att delta i arbetet i de sociala medierna.
- Vid behov ordnas utbildning och inspirationstillfällen för anställda, förtroendevalda och frivilliga.
- Församlingen strävar till att utveckla det andliga arbetet på internet.
- Vi ger medlemmarna möjlighet till dialog.
- Vi fortsätter med betalda annonser på Facebook och Instagram.
- Användningen av digitala anslagstavlor utvidgas.

2. Tryckta medier

Med trycksaker och annonser når vi våra församlingsbor – även dem som inte använder sociala medier eller internet.

- Församlingstidningen Kyrknytt, som utkommit sedan 2019, är ett mellanting mellan en verksamhetsbroschyr och tidning. Ambitionen för Kyrknytt är att utgöra en länk mellan församlingen och medlemmarna. Vi vill visa olika delar av verksamheten och de som involveras, ge läsarna människonära berättelser och igenkänning samt spegla vad tron har att ge oss idag.
- Församlingen har veckoannonser i Vasabladet.
- Församlingens döpta och avlidna kungörs i tidningen Vaasa.
- Affischer och flyers utarbetas i första hand av de olika sektorerna.

3. Ansvarspersoner

Kyrkoherden har det övergripande ansvaret för församlingens informationsverksamhet (KO 7:9) och ansvarar i sista hand för allt material som församlingen publicerar.

Kommunikatören har det övergripande ansvaret för det praktiska arbetet inom kommunikationen, vilket omfattar:

- produktion av prioriterade trycksaker
- upprätthållande och utvecklande av nättjänster
- arbete i sociala medier
- kontakt med media.

Kommunikatören drar tillsammans med anställda och frivilliga upp riktlinjer för innehållet i olika plattformar och utbildar personalen i användningen av tekniska verktyg. Kommunikatören ingår i och sammankallar församlingens some-team, som koordinerar innehållet i sociala medier.

Till **sektorsansvarigas** uppgifter hör att:

- leverera material till kommunikatören enligt gällande tidtabeller
- informera om förändringar inom den egna sektorn
- utse ansvariga för arbete i sociala medier och webbsidorna
- ansvara för innehållet på de egna undersidorna på webbsajten
- tillhandahålla sektorn redskap som möjliggör uppdateringar i sociala medier (smarttelefoner och mjukvara).

Till **alla anställdas** uppgifter hör att:

- ansvara för att den verksamhet man ordnar syns i församlingens kommunikationskanaler.

4. Utvärdering

Eftersom utvecklingen inom media och kommunikation är snabb, behöver utvärderingen av kommunikationsarbetet vara kontinuerlig och regelbunden. Kommunikationsarbetet utvärderas via webbenkäter, Matomo (ersätter Google analytics), META-statistik, frågeformulär och enkäter bland anställda.

Församlingen ska reagera på faktorer som kommer fram i utvärderingarna, och inom ramarna för kommunikationsstrategin vara beredd att omprioritera arbetssätt och tyngdpunkter.

Den här kommunikationsstrategin är i kraft lika länge som församlingens strategi "Öppna dörrar till gemenskap". En ny kommunikationsstrategi tas fram efter att församlingens strategi har förnyats. Vid behov revideras kommunikationsstrategin tidigare.

SOCIALA MEDIER

Hur vi vill använda sociala medier

1. Vilka medarbetare är med och i vilka sociala medier? Vem får uttala sig i församlingens namn? Hur mycket tid sätter vi på sociala medier per person per vecka?

- Församlingens some-team utarbetar ramarna för det praktiska arbetet i sociala medier.
- Alla anställda är med och bidrar i sociala medier och har rätt att uttala sig i församlingens namn. Signera inlägg på församlingens konton med ditt namn och titel.
- Samma rättigheter och skyldigheter när det gäller uttalanden från anställda gäller i den digitala världen som den "analog" världen.
- Frågor som ställs i sociala medier förmedlas till den medarbetare som är sakkunnig.
- Det är viktigt att arbetet med sociala medier ses som likvärdigt med det övriga jobbet.

2. Hur får vi fram vår församlings och kyrkas grundbudskap via sociala medier?

- Som församling använder vi olika some-plattformar för att sprida budskapet.
- Vi lever som vi lär - också på våra privata konton.

3. Har församlingen någon krisberedskap i sociala medier, hur ser den ut? Hur (genom vilka medier) deltar ni om det uppstår debatt om er?

- Vi följer samfällighetens kriskommunikationsplan.
- Vi reagerar snabbt i de sociala medier där en diskussion eller debatt uppkommer.
- Vi bedömer behovet av att bemöta kritiken och bemöter kritiken i den kanal där den förts fram.
- Vid behov bemöter vi kritiken också i andra kanaler.

4. Tekniska råd och instruktioner

- Det går bra att arbeta med församlingens some-innehåll även om man inte har privata konton. Kommunikatören och övriga medarbetare med administratörsrättigheter hjälper till med postningen av material och ger tekniskt stöd åt dem som önskar.

Publiceringsverktyg

FACEBOOK: kontakt med vänner och bekanta, www.facebook.com

- Syftet är att sprida det kristna budskapet och möta församlingsmedlemmar.
- Vi bjuder in personer som gillar inlägg på församlingens Facebooksida att gilla sidan.
- Vi bjuder in privata vänner att gilla församlingens Facebooksida.
- Om någon församlingsmedlem börjar följa en anställd privat, så passa på och bjud personen att gilla församlingens Facebooksida.

INSTAGRAM: Mobil app för att dela bilder och korta texter. Krävs smarttelefon. Vem som helst kan följa offentliga konton. Hashtaggar är viktiga.

- Vårt konto heter @vasasvenskaforsamling
- Syftet är att visa bredden av vår verksamhet och sätta tron i centrum. Undvik interna kaffekoppsbilder och fokusera på kyrkliga symboler, platser, material och sådant som visar vår verksamhet utåt. Det ska synas att vi är kyrka och att vi är den evangelisk-lutherska svenska församlingen i Vasa.

LINKEDIN Webbtjänst och socialt yrkesnätverk, <https://www.linkedin.com/>

- Via församlingens LinkedIn-konto delas rekryteringsannonser och nyheter som rör personalutveckling och samarbete med andra aktörer.
- LinkedIn används i mån av tid.
- Anställda med privata Linkedinkonton uppmanas sätta Vasa svenska församling som arbetsgivare där.

YOUTUBE: videobibliotek - nytta och nöje (2 miljarder sökningar per dag), www.youtube.com

- Församlingens har en egen Youtubekanal som heter Vasa svenska församling.
- I Trefaldighetskyrkan finns strömningsutrustning som är kopplad direkt till församlingens Youtubekanal. Med den kan man strömma gudstjänster och andra evenemang samt även banda in.
- Videoklipp publiceras i mån av tid och möjlighet.

LIVESÄNDA videor Strömma intressanta föreläsningar, tal

- Med hjälp av livesända videor kan vi strömma information till vissa målgrupper som kanske inte har möjlighet att delta i tillfället, men ändå borde ha möjlighet att ta del av informationen.
- Fördelen är att ingen redigering behöver göras vilket sparar tid. Videon går ut i realtid så informationen blir tillgänglig direkt.
- Ansvar ligger på den som har ansvar för tillfället som filmas, eller den av medarbetarna som deltar i tillfället.

NYHETSBREV VIA E-POST Skicka information om kommande evenemang och aktualiteter

- Församlingen skickar i nuläget inte nyhetsbrev.
- Nyhetsbrev är ett kostnadseffektivt sätt att nå många människor. De flesta har en e-postadress.
- Det finns många frågor kring adressregister, programvara, teknik och ansvarspersoner som behöver utredas innan nyhetsbrev via e-post kan tas i bruk.

BLOGGAR Längre artiklar, knyter ihop sociala medier

- Våren 2023 öppnades församlingens första blogg, en missionsblogg: www.vasasvenskaforsamling.fi/mission-och-internationellt-arbete/missionsblogg
- Det finns möjlighet att grunda flera bloggar på församlingens webbsajt.

WHATSAPP Mångsidig meddelandetjänst med möjlighet att skicka bilder och videor

- Används för att hålla kontakt med olika grupper, både externt och internt.

Tänk på följande när du arbetar i sociala medier

1. Var personlig och ärlig

Var personlig när du arbetar i webbgemenskaper. Att vara personlig är inte samma sak som att vara privat. Skriv alltid under inlägget med ditt namn.

2. Var aktiv och öppen

3. Ta kritik med ro

Censurera inte kritik, försök istället se kritiken som någonting som kan leda till förbättring. Sträva till att en dialog uppstår. Lyssna och försök förstå din samtalspart.

4. Avlägsna kritik riktad mot privatpersoner

Kritik mot privatpersoner ska inte tålas. Det gäller både kritik mot arbetstagare och besökare på sidan. Det är ansvarspersonens uppgift att avlägsna inlägg som är sårande och överskrider gränser för privatlivet. I sociala medier har vi nolltolerans mot mobbning.

5. Avslöja inte interna uppgifter

Webben är inte en plats för arbetsgemenskapens interna diskussioner. Arbetsplatsens interna arrangemang ska inte avslöjas.

6. Avslöja inte privata saker

Avslöja inte privata saker om andra eller dig själv. Information om förhållanden, familj, bostadsort eller dylikt hålls utanför sociala medier. Kom ihåg att allt som skrivs är offentligt och finns på nätet under en lång tid.

7. Var lojal mot arbetsgivaren

Enligt arbetsavtalslagen är det arbetstagarens skyldighet att vara lojal mot arbetsgivaren. Kom ihåg att du representerar Vasa svenska församling och den evangelisk-lutherska kyrkan i Finland.

8. Ladda inte upp bilder utan tillstånd

Tänk på att alltid fråga tillstånd av de personer som syns på bilden innan du laddar upp den. Om det är någon annan som tagit bilden, fråga lov innan du laddar upp den.

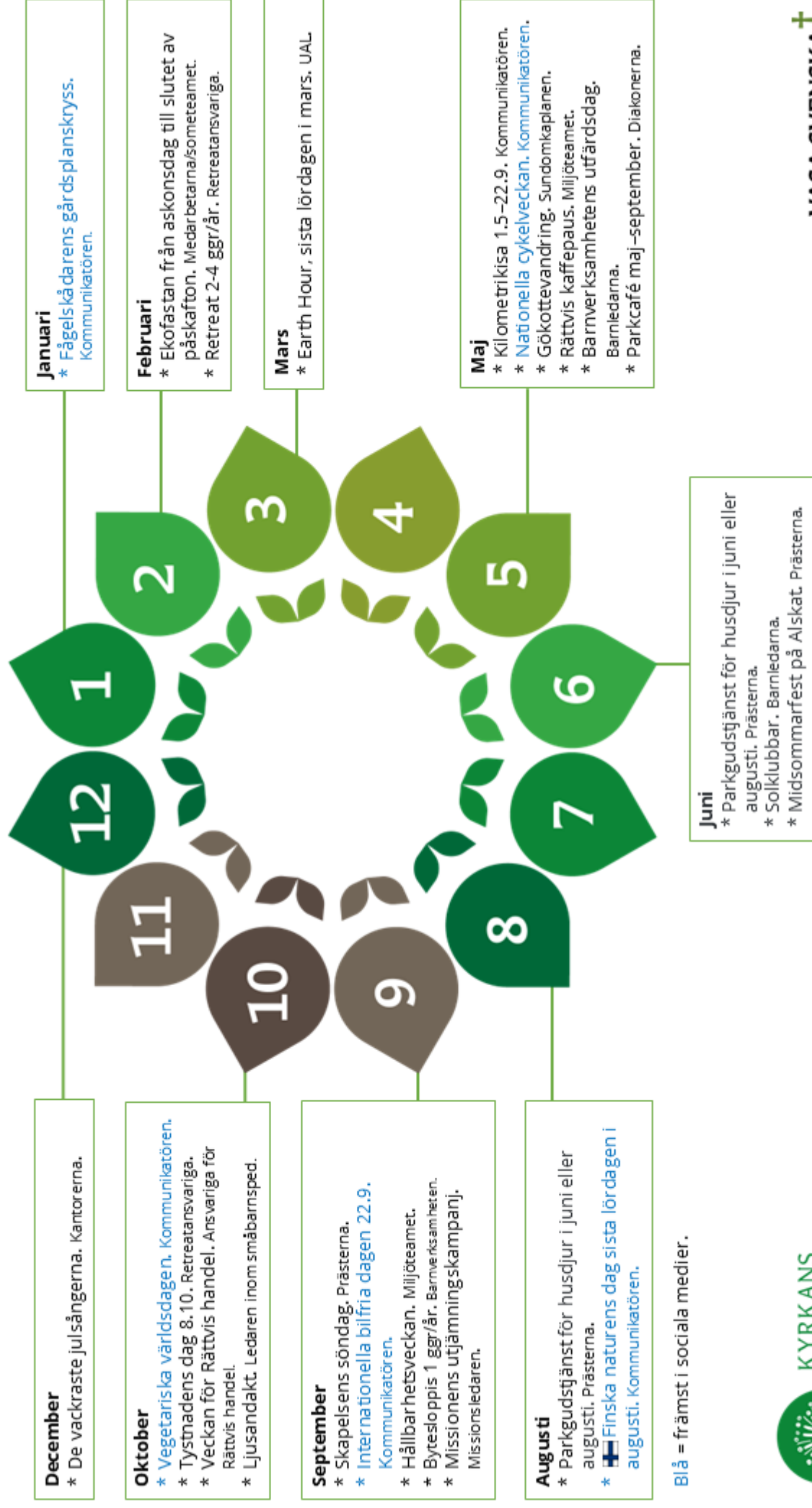
9. Kom ihåg tillgänglighetsdirektivet

Digitala tjänster ska vara tillgängliga för alla, där för använder vi alt-texter på bilderna och textar videor. Se regionförvaltningsverkets webbsida om tillgänglighetskraven: [tillganglighetskrav.fi](https://www.regionforvaltningsverket.fi/tillganglighetskrav).

10. Skriv källhänvisning

Om du laddar upp andras material kom ihåg att ange källan.

Årsklocka för församlingens miljöfostran



Blå = främst i sociala medier.



KYRKANS
MILJÖDIPLOM

VASA SVENSKA
FÖRSAMLING