

Öppna dörrar!

Program för kommunikation och växelverkan
för Evangelisk-lutherska kyrkan i Finland 2026



Öppna dörrar – Program för kommunikation och växelverkan för Evangelisk-lutherska kyrkan i Finland 2026

Innehållsförteckning

Inledning: Programmet stöder kommunikationsarbetet.....	2
1. Kyrkans kommunikation i ett nötskal.....	3
Kommunikationens uppgift i kyrkan	3
Kyrkans sätt att kommunicera	4
Värdegrunden för kyrkans kommunikation.....	4
Tonen i kyrkans kommunikation	5
2. Mer ingående om kommunikationen	6
1. Öppna dörrar utåt	6
2. Öppna dörrar till kyrka och tillväxt.....	7
3. Öppna dörrar för alla	8
4. Öppna dörrar för gemensamt arbete och partnerskap	10
5. Öppna dörrar för nya möjligheter	11
6. Öppna dörrar för framtiden.....	12
Kommunikationsroller i kyrkan	13
Församlingar och kyrkliga samfälligheter	13
Stiftet	14
Kyrkostyrelsen och Kyrkans kommunikation	14
Andra kommunikationsaktörer inom kyrkan	15
Alla är också kommunikatörer	15

De indragna och kursiverade delarna i texten är exempel och/eller tips och/eller länkar till tilläggsinformation, inte den egentliga programtexten, och kan uppdateras i webbversionen av kommunikationsprogrammet.

Inledning: Programmet stöder kommunikationsarbetet

Evangelisk-lutherska kyrkans program för kommunikation och växelverkan är avsett att stödja och inspirera varje aktör inom kyrkan att kommunicera och interagera. Kommunikationsprogrammet visar den kommunikativa riktningen. Det hjälper oss att se kommunikationen som en möjlighet för kyrkan att vara närvarande i människornas liv och förmedla evangeliet om en kärleksfull Gud.

Utnyttja kommunikationsprogrammet när ni planerar och drar upp riktlinjer för kommunikationen i er organisation. Välj och utveckla det delområde som är väsentligt med tanke på er organisations växelverkan.

Det här kommunikationsprogrammet baserar sig på det som gjordes 2023 och baserar sig därför fortfarande helt och hållet på kyrkans [strategi Öppna dörrar](#). I början av strategiperioden beslöt man att kommunikationsprogrammet uppdateras i slutet av 2023 då kyrkans kommunikationsutredning är klar. Vid uppdateringen har man dragit nytta av [kyrkans kommunikationsutredning](#) och [Mot ett gemensamt visuellt uttryck](#) -projektets arbete och material. Tack till alla som medverkat i arbetet! Till innehållet har fogats aktuella kommentarer om bland annat att använda ett gemensamt visuellt uttryck, artificiell intelligens, kommunikationens mätbarhet, målgruppsanpassning samt ekumenik och religionsdialog.

Eftersom kommunikationen lever i tiden inbjuder vi dig att vidareutveckla den gemensamma kommunikationen och dela med dig av bästa praxis för kommunikation och växelverkan. Skicka exempel och länkar som kan sättas in i webbversionen av kommunikationsprogrammet till kirkonviestinta@evl.fi.

Eeva-Kaisa Heikura

Kommunikationsdirektör
Kyrkans kommunikation, Kyrkostyrelsen

1. Kyrkans kommunikation i ett nötskal

Kommunikationens uppgift i kyrkan

Allt som kyrkan gör – vad vi gör och hur vi gör det – förmedlar ett budskap. En mångsidig kommunikation och växelverkan är därför en central del av kyrkans arbete, inte en avskild aktivitet från annan verksamhet. Kommunikation är en del av varje kyrklig aktörs uppgift (se avsnittet Alla är också kommunikatörer).

Samtidigt har kommunikationen en egen strategisk funktion, som

- förverkligar organisationens strategiska mål och mission genom professionell kommunikation
- synliggör allt det som görs i kyrkan
- når också dem som inte är bekanta med kyrkans verksamhet
- vägleder och stöder organisationens kommunikation så att den blir alltmer interaktiv och samverkande
- stöder andra kyrkliga aktörer i deras kommunikation och stärker det kommunikativa tänket i den egna gemenskapen
- kräver planering, resurser samt moderna verktyg och kunnande.

Enligt kyrkolagen är kyrkans uppgift att förkunna Guds ord och förvalta sakramenten samt verka för att utbreda det kristna budskapet och förverkliga kärleken till nästan (Kyrkolagen § 2). Enligt strategin Öppna dörrar är kyrkans grundläggande uppgift, det vill säga mission och syfte att främja Guds rike och förkunna Jesus Kristus som världens frälsare.

Kyrkans kommunikation förverkligar denna uppgift i ett föränderligt samhälle genom sådana budskap, handlingar och dialoger som berör såväl kyrkans medlemmar som andra. Kyrkan har en viktig roll när det gäller att bära samhällsansvar och delta i värdedebatten, och den rollen är det skäl att starkt synliggöra.

Kyrkans styrka är en uppgift, värderingar och ett budskap som betonar kärleken till nästan i Kristi kyrka. Kyrkans kommunikation kommer nära människorna och för in tro, hopp och kärlek i deras liv.

*Kyrkans fyraårsberättelse **Religion till vardag och fest. Evangelisk-lutherska kyrkan i Finland åren 2016–2019** redogör för kyrkans omvärld och förändringarna i den.*

Kyrkans sätt att kommunicera

Kommunikationen i kyrkan

- baserar sig på kyrkans kärnbudskap och är modigt kristen
- är igenkännbar, tydlig och tillgänglig
- erbjuder upplevelser och insikter
- är aktuell och öppen
- är respektfull, stöder dialog och är en motkraft till polarisering
- identifierar olika målgruppers behov
- förnyas kontinuerligt när kanalerna och teknologierna för kommunikation utvecklas.

Värdegrunden för kyrkans kommunikation

Kyrkans gemensamma värden och grundprinciper som styr verksamheten är enligt kyrkans strategi tro, hopp och kärlek (1 Kor 13:13). Kommunikatörernas uppgift är att se till att värderingarna förmedlas i all vår kommunikation och våra sätt att agera. Kyrkan behöver också samtala om sina värderingar, särskilt med unga människor. Det är också vår uppgift att stöda kyrkans olika aktörer i att synliggöra och tillgängliggöra allt det som görs i tro, hopp och av kärlek.

”Tron möjliggör kontakten till Gud och skapar grunden för den kristnas och församlingens liv. Hoppet speglar Jesu löfte om Guds rättvisa, hans omsorg och det eviga livet. Kärleken innebär omsorg om sin nästa, oberoende av tid och plats.”

(Öppna dörrar – Strategi för Evangelisk-lutherska kyrkan i Finland fram till 2026)

Hur kommunicerar kyrkan TRO? Till exempel:

- Vi kommunicerar olika möjligheter att uppleva det heliga och budskap om Guds närvaro.
- Kyrkliga högtider, helgdagar, andakter och böner är centrala i vår kommunikation och kristna symboler syns i vår visuella kommunikation.
- Vi skildrar också tron som en förenande kraft som uppmuntrar människor att arbeta tillsammans för det goda.
- Vi ger utrymme för frågor om tro och möjlighet att utforska hur man kan omsätta sin andlighet i praktiken.

GRANSKANDE FRÅGA

Syns det i vår kommunikation att vi är en troende och trossökande gemenskap?

Hur syns HOPP i kyrkans kommunikation? Till exempel:

- Vi bekräftar hoppet i denna tid och hoppet om evigt liv.
- Vi berättar om dopets gåva och välsignelsens beskydd.
- Vi lyfter fram den mångfald av hjälp och stöd som församlingar och kyrkan erbjuder, och församlingsmedlemmarnas andel i den.
- Vi hjälper till med att beskriva tjänster och serviceprocesser så att de blir tydliga och hjälpen lätt att hitta.
- Tillsammans och som gemenskaper är vi starka aktörer och stöttepelare i krissituationer, och i kriser stöder vi också genom att kommunicera.

GRANSKANDE FRÅGA

Ökar vår kommunikation människors hopp?

Hur syns KÄRLEK i kyrkans kommunikation? Till exempel:

- Vi berättar om Kristi nåd och Guds kärlek i alla skeden av livet.
- Vi står alltid på människornas sida i vår kommunikation och erkänner varje människas lika värde.
- Vi står upp för skapelsens nöd och dem som befinner sig i utsatta situationer.
- Vi bygger, vi förstör inte. Våra kanaler har nolltolerans mot hatprat.

GRANSKANDE FRÅGA

Är vårt budskap medmänskligt?

Tonen i kyrkans kommunikation

Dessa adjektiv och verb styr tonen i kyrkans kommunikation, beroende på situation och målgrupp.

Adjektiv

Helig

– Beröring med Guds verklighet, vara i kontakt med något större.

Nådig

– Lättar på bördor och befriar från krav.

Modig

– För fram kristen tro i världen, att våga följa Jesu exempel.

Relevant

– Om samtiden och evigheten för dagens människa.

Verben

Vi stärker tron och stöder hoppet.

Vi går sida vid sida.

Vi bygger gemenskap och möjliggör samtal.

2. Mer ingående om kommunikationen

1. Öppna dörrar utåt

Kyrkan är närvarande i människornas vardag och fest. Vårt budskap ger kraft i vardagen, förmedlar tröst i kriser och öppnar kyrkoårets helger och kristna familjehögtider för dagens människor.

Vi kommunicerar öppet. Vi berättar öppet och på ett förståeligt sätt både på riks- och församlingsnivå om kyrkans förvaltning, beslut, framtidsutsikter och planer. Öppen information ökar människornas möjligheter att påverka. Beslutande organs föredragningslistor, beslut och kontaktuppgifter ska alltså finnas på nätet!

Vi lyssnar och diskuterar. Kyrkans offentliga debatt är en fungerande dialog som lyssnar och respekterar. Vi går med i diskussioner utgående från kyrkans värdegrund och tro, och lyfter själva fram viktiga värden och teman. Vi finns på de kommunikationsarenor där människor diskuterar. Vi kan reagera snabbt till exempel i sociala medier. Vi går också ut på gator och torg med samarbetsparter, till platser med liv och rörelse.

Vi drar modigt nytta av olika kommunikationsmetoder. Vi för ett nära samarbete med redaktionella medier. Vi sköter våra egna kanaler väl. Vi tar också i bruk olika metoder för marknadsförande kommunikation: målgruppsinriktad kommunikation, digital marknadsföring, influencers, kampanjer, jippon, pop-up, innehållsmarknadsföring, sökmotoroptimering osv.

Det finns många sätt och kanaler. Därför är det viktigt att analysera vilka målgrupper vi vill nå och vilka kanaler och innehåll som är mest effektiva för att nå dem. Lika viktigt är det att analysera och förstå vilken typ av kommunikation med en viss målgrupp som fungerar bäst i varje kanal.

Det måste alltid råda harmoni mellan marknadsföringen och verkligheten – vi uppfyller det värdelöfte som ges i informationen.

Malms församling fick ett hedersomnämmande i tävlingen ProComs Oma media för mediehelheten Älä pelkää som behandlade döden och alla helgons dag. I helheten ingick församlingens tidning Älä pelkää och innehållet i anslutning till det i sociala medier, serien Kuolleiden podcast i fem delar samt evenemanget Lasten pyhäinpäivä på Malms begravningsplats.

Malms församling fick ett hedersomnämmande för sin kommunikation i tävlingen Oma Media - Kirkko ja kaupunki

Vi sköter våra egna kanaler professionellt. Uppdaterade webbsidor ger grundläggande information om verksamheten, besluten och aktuella frågor samt erbjuder möjlighet att stilla sig inför det andliga innehåll som finns på nätet. Genom berättelser väcker vi intresse för och motiverar till exempel till kyrkliga förrättningar. I vår egen innehållsstrategi ansluter vi oss till kyrkans gemensamma kommunikationsprogram Öppna dörrar och sköter sociala medier på ett målinriktat sätt och enligt de målgrupper vi har valt. I kyrkor och andra lokaler som ägs av församlingarna ordnas tillsammans med församlingsmedlemmarna högklassiga möten och evenemang, och genom videor och strömningar kan människor utanför kyrkans väggar ta del av dem.

Församlingstidningen är fortfarande många församlingsmedlemmars enda kontakt med församlingen och det andliga livet. Radio- och tv-produktionen kompletterar mediepaletten.

I december 2023 var Jouluradio den tredje mest hörda radiostationen i Finland och nummer ett bland unga människor. Jouluradio är de lutherska församlingarnas gåva till deras lyssnare eftersom den möjliggörs av församlingar runtom i Finland.

Jouluradio.fi – Välkommen till julmusikens hem!

2. Öppna dörrar till kyrka och tillväxt

Vi kommunicerar med människor i olika åldrar och livssituationer. Vi påminner om dopets betydelse och om att församlingen är en trygg plats att växa på. Vi kallar människor till andlig tillväxt under hela livet. Vi beaktar att människornas andliga behov är olika och varierar på individnivå under olika skeden i livet.

Det är viktigt att tänka på vem man kommunicerar med, och att kommunicera kyrkans budskap och arbete på ett för målgruppen lämpligt och tilltalande sätt. Den kulturella förändring som sker med generationsskiften inbjuder kyrkan att förnya sina sätt att arbeta och kommunicera. Genom

att lyssna, mötas och arbeta tillsammans är vi med och formar den kristna tron så att den kan ge mening åt nya generationers liv.

I kommunikationen är det bra att ansluta sig till bland annat den övergripande planen Stigen. Det är en verksamhetsmodell som styr hela församlingen att handla så att barn, unga och vuxna kan leva som kristna i kontakt med församlingen och på ett sätt som är deras eget.

[Verksamhetsmodellen Stigen – evl.fi](#)

[Millennialernas stigar – evl.fi](#)

Vi möter och kallar människor personligen. I stället för institutionens röst ger vi plats för människans ansikte och röst. Vi stärker medlemskapet i kyrkan och medlemsupplevelsen med hjälp av kommunikation.

Vi bjuder in till evenemang med beskrivande och visuell kommunikation. Vi berättar om evenemang och möten så att också den som sällan deltar blir inspirerad och uppmuntras att komma med. Församlingsmedlemmarna är viktiga för vad vi gör och hur vi kommunicerar. Deras berättelser gör kommunikationen äkta och levande, vilket på ett naturligt sätt inbjuder människor att delta. Vi uppmuntrar och stöder församlingsmedlemmar att dela med sig av sina egna erfarenheter och att vara aktiva budbärare.

Vi möjliggör kyrkans interaktiva verksamhet digitalt. Digitaliseringen skapar möjligheter så väl för att uttrycka andlighet som för till exempel diakoniarbete. Vi förverkligar andakter på nätet, strömmade gudstjänster, kyrkkaffen och andra former av andlighet och gemenskap som inte är bunden till någon plats. Genom kommunikation skapar vi gemenskaper i olika kanaler och stöder befintliga gemenskaper som redan träffas för att också bilda kommunikationsgemenskaper. Vi gör produktioner tillsammans med samarbetspartner. Vi söker nya interaktiva digitala kanaler och tar också modigt i bruk dem i vår kommunikation.

3. Öppna dörrar för alla

Kyrkan har många röster. Kyrkan har ett kärnbudskap, men många sätt att uttrycka det.

Så älskade Gud världen att han gav den sin ende son, för att de som tror på honom inte skall gå under utan ha evigt liv. (Joh 3:16)

Med tanke på att utbreda budskapet är det bra om budskapet sprids med olika slags betoning och stil. Det är viktigt att de som tänker på olika sätt i kyrkan också kan lyssna på dem som är av annan åsikt och kan föra en konstruktiv och respektfull dialog. I samma kyrka ryms personer som tänker på olika sätt och som förenas av tron på Gud den treenige.

Respektfull debatt - evl.fi

Spelreglerna för en konstruktiv diskussion - Dialogpaus

Genom kommunikationen stöder vi en mångsidig kristen identitet. Vi vet att det finns många sätt att vara församlingsmedlem och kristen. Målet är att utvidga begreppet kristen identitet så att människor inte behöver tvivla på om de är tillräckligt kristna för att höra till gruppen.

” Om man ska tro Thomas [av Aguiño], definieras en kristen inte utifrån sina egenskaper, åsikter, beteende eller sätt att tala. Det väsentliga är den kristnas förhållande till Kristus, det att hen tillhör Kristus.” (Årkebiskop Tapio Luoma i öppningstalet vid kyrkomötet i augusti 2021)

Genom kommunikationen försöker vi nå i synnerhet dem som inte aktivt deltar i kyrkans verksamhet, men också dem som inte längre eller inte ännu inte är medlemmar i kyrkan. Vi satsar särskilt på en dialog med millenniegenerationen och generationer yngre än den.

När det gäller millenniegenerationen och generation Z behöver uppmärksamhet fästas vid kommunikationssätten. Institutionell kommunikation tilltalar inte de unga vuxnas generationer. De vill ha personliga budskap till exempel från sina jämlingar eller influencers i sociala medier. Deltagarnas egen kommunikation har en stark ställning när det gäller att skapa föreställningar. Man måste fråga sig hur kyrkan och församlingarna genom sin egen synvinkel kan svara på fenomenen i medierna. Kyrkans anställda måste vara närvarande på ett naturligt och interaktivt sätt. Kommunikationen ska vara proaktiv. För kyrkan är det viktigt att delta i samhällsdebatten och att tala och agera för sina värden, genom såväl kyrkans anställda som församlingsmedlemmarna. (Kyrkomötets framtidsutskotts betänkande 1/2021)

Vi kommunicerar genom att lyssna på mottagarna och medkommunikatörerna och engagera dem. Vi drar nytta av tjänstedesign och användarorienterad planering. Vi ger utrymme för församlingsmedlemmarnas röst i kommunikationen.

I försöket med tjänstedesign diskuterades vad församlingen kunde erbjuda kvinnor under trettio som efter konfirmationen har fjärrmat sig från församlingen och för närvarande är ganska trötta på kyrkan. Genom olika övningar definierades Roosas 28 år och ett ekoretreatkoncept utvecklades. Till det får man ”komma som man är” och vara ”en individ i gemenskapen”. Kommunikationskonceptet för ekoretreaten testades på unga kvinnor i Roosas ålder: ” Var skulle du lägga märke till ett sådant här budskap? Vad skulle få dig att bli intresserad av den här saken? Vilka

frågor/teman/stilar skulle få dig att bli inspirerad? Vad skulle få dig att prioritera det här? Hur ser församlingen ut för dig? Hur kunde bilden ändras? Vilka saker är viktiga?” Svaren styrde inte bara utvecklingen av konceptet utan skapade också förståelse för vad en person som Roosa önskar sig av kyrkan.

Vi kommunicerar tillgängligt. Målet är att kyrkans budskap är tillgängligt för alla människor. Vi ser till att våra digitala kanaler är tillgängliganpassade och att språket är tydligt i all kommunikation.

Vi kommunicerar på flera språk. Förutom finska och svenska utvecklar vi också kommunikation och växelverkan på till exempel samiska och teckenspråk. Vi tar hänsyn till den föränderliga språkmiljön och använder vid behov andra språk i vår kommunikation. Vi söker aktivt lösningar för flerspråkig kommunikation.

Webbsidor planeras och utformas så att de är lättnavigerade och kompatibla med olika hjälpmedel. Tillgängligheten kan kännas utmanande, men utbildning och kunskap finns att tillgå. [Webbplatsernas tillgänglighet - evl.fi](#)

4. Öppna dörrar för gemensamt arbete och partnerskap

Vi gör och utvecklar mer tillsammans. Vi arbetar med gemensamt innehåll och delar innehåll för gemensamt bruk på olika gemensamma plattformar, till exempel i olika Teams-grupper, i materialbanken och Klockarenguiden. Vi nätverkar och ordnar gemensamma fortbildningar och workshops. Före vi gör något funderar vi alltid på vem vi kan bjuda in att vara med. Vi skapar möjligheter för kyrkans medlemmar att använda sina färdigheter och bidra till kommunikationen. Vi vägleder och coachar dem som är intresserade av kommunikation.

Vi ansluter oss till kyrkans gemensamma visuella uttryck och visuella bibliotek (designsystem). Ett enhetligt och gemensamt visuellt uttryck hjälper människor att se vår kyrka som en helhet och att förknippa även främmande namn med Finlands största andliga gemenskap. Med ett gemensamt visuellt uttryck får församlingarna mer uppmärksamhet eftersom de inte konkurrerar visuellt med varandra. Det enhetliga utseendet gör det också möjligt för församlingsmedlemmarna att känna igen sin församling. Betydelsen av det lokala minskar inte eftersom det framhävs med hjälp av vissa element i det gemensamma utseendet. Kyrkans kommunikation ansvarar för det visuella biblioteket (Design system).

[Länkar till materialet för det gemensamma utseendet/designsystem, publiceras under hösten 2024]

Vi drar nytta av samarbetets styrka. Vi bildar nätverk såväl inom kyrkan som med externa samarbetsparter. Vi går dit där andra aktörer i regionen finns. Vi söker aktivt och innovativt nya mediepartner och andra samarbetspartner.

I vår kommunikation praktiserar vi vardaglig ekumenik och religionsdialog. Vi söker också förståelse med kristna som tänker annorlunda och människor av annan tro genom att också kommunicera om ekumeniska möten och möten mellan representanter för olika religioner.

[Ekumenik i vardagen och internationellt \(evl\)](#)

[Religionsdialog \(evl\)](#)

[Ekumeniska rådet i Finland \(ekumenia.fi\)](#)

[RESA-forum – religionernas samarbetsorganisation \(uskot.fi\)](#)

5. Öppna dörrar för nya möjligheter

Vi ombesörjer de grundläggande aspekterna i kommunikationen. Vi ser till att

- våra kommunikationsverktyg är i skick och vi har kompetens att använda dem
- de årliga planerna och de särskilda planerna, till exempel planen för kriskommunikation, är uppdaterade och välbekanta
- de gemensamma anvisningarna och planerna är lättillgängliga
- anställda får den utbildning och det stöd de behöver för att kunna kommunicera

Vi utvecklar effektiviteten och tillgängligheten för vår kommunikation genom att sätta upp mål för resultat och genomslag. Vi definierar mätare, mätverktyg och samlar in respons. Vi följer upp mätare, analyserar resultat och justerar vår kommunikation utgående från resultaten.

- Medieuppföljning och analys [länk]
- Kanalanalys, mätning av digitala medier [länk]
- Image- och anseendeundersökningar, till exempel Luottamus ja maine [länk]
- imageenkät [länk]

Vi använder AI på ett djärvt och ansvarsfullt sätt. AI-verktyg kan snabba upp många tidskrävande skrivuppgifter. AI kan användas för att skapa videor, bilder, översättningar, analysera, sammanfatta, optimera, föreslå rubriker, förklara, formatera texter - och mycket mer som vi ännu inte känner till. Vi använder inte AI-produkter utan att kontrollera fakta, stil och språk. Vi vet hur viktigt det är med säkerhet när man använder AI.

Verktyg (uppdateras, kontrollera vilka verktyg som används på din arbetsplats)

- ChatGPT [länk]
- Microsoft Copilot [länk]
- ChatBase [länk]
- Microsoft Designer [länk]
- Eleven Labs [länk]
- HeyGen [länk]

Finansministeriets etiska riktlinjer för användning av artificiell intelligens

Vi vågar förnya oss. Vi vågar avstå från gamla metoder och kanaler när det är tid för det. Vi prövar modigt nya sätt, kanaler och stilar, vi söker större interaktivitet och nya dimensioner av digitaliseringen. Vi stöder pop-up-kulturen, prövar modigt, även om vi inte alltid lyckas.

Ibland kräver pop up-verksamheten inga stora satsningar. Bakom länken finns ett exempel på snöskottning som nådde rubrikerna. [Itäväylä \(itavayla.fi\)](#)

6. Öppna dörrar för framtiden

Vi undersöker och utvecklar uppfattningen om kyrkan och kyrkans image. Kyrkans image, människors uppfattning av kyrkan korrelerar enligt undersökningar direkt med bland annat huruvida man är medlem eller inte, lyssna till kyrkans åsikt, sätta tummen upp för kyrkan eller börja arbeta i kyrkan. Människor har alltid en bild, oberoende av om vi påverkar den eller inte.

Vi kan också medvetet påverka bilden. När en stor del av människorna möter kyrkan via många olika medier blir varje kommunikationshandling betydelsefull.

Kyrkans image byggs också upp med en enhetlig och lättillgänglig visuell profil (se pt Öppna för gemensamt arbete och partnerskap).

Kyrkans image och gemensamma profil stöds och skapas också tillsammans med kyrkans olika aktörer i kyrkans arbetsgrupp för nya styrkor. Kyrkans kommunikation leder diskussionen och arbetet.

Arbetsgruppen för nya styrkor har sedan 2013 fungerat som ett nätverk där man har arbetat för att förtydliga kyrkans gemensamma image. Nätverket har varit öppet för kyrkans egna enheter och de organisationer som ingått samarbetsavtal med kyrkan samt för kyrkans officiella missionsorganisationer.

Vi talar med stolthet gott om kyrkan och modigt och med glädje om dess budskap.

Kyrkans aktörers egen ton i talet har stor betydelse för imagen.

Vi utvecklar aktivt arbetsplatsernas interna kommunikation och chefskommunikation. En arbetsgemenskap som kommunicerar öppet och diskuterar naturligt mår väl. Då är det lätt och ärligt att tala gott om kyrkan.

Var och en har också ansvar för att dela information i arbetsgemenskapen, söka sig till den gemensamma informationen i överenskomna kanaler och sörja för ett gott kommunikationsklimat. I chefsuppgifterna framhävs detta ansvar.

Kommunikationsroller i kyrkan

Aktörerna inom kyrkans kommunikation har bildat nätverk på många sätt och nätverkandet bör vidareutvecklas. Dialog, gott samarbete och gemensam utveckling är förutsättningar för en verkningsfull kommunikation.

Här beskrivs allmänt kommunikationsrollerna för olika aktörer. Det kan finnas också stora skillnader mellan olika enheter i fråga om arrangemangen och ansvaret för kommunikationen.

Församlingar och kyrkliga samfälligheter

De enskilda församlingarna har en nyckelroll i kyrkans kommunikation.

Kyrkoherden leder församlingens kommunikation. Kyrkoherden ansvarar för planeringen, utvecklingen och resursfördelningen i fråga om kommunikationen och är ofta också det främsta ansiktet i medierna.

Förtroendevalda har en viktig roll när det gäller den strategiska styrningen och linjedragningen av kommunikationen samt att värna om öppenheten i kommunikationen och säkerställa kommunikationsresurserna. De förtroendevalda formar också genom sin egen kommunikation bilden av församlingen och kyrkan.

I synnerhet i samfälligheter och stora församlingar sörjer kommunikationsexperterna för kommunikationsmetoderna, verktygen och anvisningarna och stöder andra att kommunicera.

Kommunikation är en del av varje medarbetares uppgift, eftersom var och en är den bästa experten gällande sitt eget arbete och sin målgrupp. (Se punkten Alla är också kommunikatörer)

Församlingsmedlemmen är också viktig i genomförandet och utvecklandet av kommunikationen. I många församlingar deltar församlingsmedlemmarna i innehållsproduktionen till exempel i sociala medier. Kommunikation på personlig nivå är lätt att ta till sig och kan kraftigt forma organisationens identitet och bilden av den.

Stiftet

Biskopen svarar för kommunikationen i stiftet och är en stark röst för kyrkan också i den riksomfattande offentliga debatten.

Stiftet har en kommunikationsansvarig, kommunikationsansvariga inom olika delområden av kommunikationen och/eller ett kommunikationsteam. Kommunikatörerna i stiftet stöder biskopen i kommunikationen och sköter domkapitlets gemensamma kommunikation. Stiftet håller kontakt med medierna i området och samarbetar med medierna och kommunikatörerna i området. Stiftet ordnar också utbildning för kommunikatörerna inom sitt område.

Kommunikationen hör också till alla stiftets sakkunniga, och var och en är i egenskap av sakkunnig kommunikatör i sina egna nätverk.

Kyrkostyrelsen och Kyrkans kommunikation

Vid Kyrkostyrelsen är varje sakkunnig kommunikatör inom sitt eget område. Kyrkans kommunikation koordinerar och leder Kyrkostyrelsens kommunikation.

Kyrkans kommunikation, som är en specialenhet vid Kyrkostyrelsen, ansvarar för kyrkans riksomfattande kommunikation och främjar kyrkans samhälleliga inflytande och synlighet. Som en del av den riksomfattande kommunikationen sköter Kyrkans kommunikation kommunikationen vid biskopsmötet, kyrkostyrelsens plenum och kyrkomötet.

Specialenheten Kyrkans kommunikation stöder församlingarna och andra aktörer i kyrkan i deras kommunikation bland annat genom att producera gemensamt kommunikationsinnehåll, kyrkans gemensamma webbsidor, kyrkans gemensamma intranät för de anställda samt församlingarnas plattform Klockaren. Kyrkans kommunikation producerar dessutom i samarbete med Yle finskspråkiga andaktsprogram i radio och tv.

Kyrkans central för det svenska arbetet KCSA ansvarar för kyrkans riksomfattande kommunikation på svenska, bland annat beslutskommunikation och innehållet i sociala medier, i nära samarbete med Kyrkans kommunikation samt producerar i samarbete med Svenska Yle andaktsprogram i radio och tv.

Kyrkans kommunikation ansvarar bland annat för pastoralkurserna inom kommunikation och växelverkan och för kyrkans kommunikationsdagar.

Andra kommunikationsaktörer inom kyrkan

Kyrkliga organisationer och väckelserörelser har en väsentlig roll i kyrkans kommunikation både nationellt och i fråga om sina egna särskilda intressegrupper.

Kyrkans missionsorganisationer och Kyrkans utlandshjälp utför betydande arbete i kommunikationen om kyrkans internationella arbete. Kyrkans missionsorganisationer har också i grundavtalet förbundet sig till kyrkans riktlinjer och samarbete i kommunikationen.

En viktig del av hela kyrkans kommunikation är också aktörer som kommunicerar på kommersiella grunder.

Alla är också kommunikatörer

Varje aktör i kyrkan är också en kommunikatör. Alltså också du, om du är anställd i kyrkan, förtroendevald, frivillig eller församlingsmedlem. Ansvar och möjligheterna i fråga om kommunikation är gemensamma.

Interaktionskompetensen förutsätter att medarbetaren flexibelt och enligt situation använder sig av dialog, kommunikation och handledning." Detta sägs i den gemensamma kärnkompetensbeskrivningen för kyrkliga yrken i avsnittet Interaktionskompetens. Läs mer [Kärnkompetens för anställda i kyrkan - evl.fi](#)

Varje möte är ett budskap. Vid varje möte är det möjligt att påverka föreställningen om tron och kyrkan. Även i sociala medier och den offentliga debatten behövs en konstruktiv röst av olika aktörer inom kyrkan. Kyrkans anställda och också medlemmar företräder alltid kyrkan och sin egen församling också i sociala medier och andra offentliga uppträdanden.

Var medveten om ditt ansvar som kommunikatör. "Var lojal mot din arbetsgivare och dina kolleger också i sociala medier. Uppskatta det arbete som arbetskamraterna gör. Behandla inte arbetsgemenskapens interna angelägenheter offentligt", påminner Kyrkans kommunikations anvisning för sociala medier. Läs också biskoparnas anvisning om sociala medier: [Kyrkans medarbetare i sociala medier](#)

För en fungerande kommunikation behövs också samordning, utveckling, planering, uppföljning, utvärdering och verktyg. Därför behövs det i kyrkan också yrkesutbildade personer inom kommunikation, som funderar på kommunikationen och utvecklar kyrkans kommunikationskompetens. Det bästa samarbetsresultatet uppnås när kommunikationsexperten är med i arbetsgrupperna redan från början och den kommunikationsansvariga deltar i enhetens ledningsgrupp.

En fungerande kommunikation behöver tillräckliga resurser, goda verktyg och möjlighet att hålla sig uppdaterad.

Kommunicera modigt! Var dig själv och lita på att du kan. Följ gemensamma riktlinjer, uttryck och överenskomna verksamhetsätt. Om det känns som om du behöver uppmuntran, be om hjälp. Du får stöd och uppmuntran av kommunikatörerna i församlingen, stiftet och Kyrkans kommunikation.