



SVENSKA KYRKANS UNGA I SKARA STIFTS KOMMUNIKATIONSPOLICY

Antagen av distriktsstyrelsen 2020-03-15

Han sade till dem: "Gå ut överallt i världen och förkunna evangeliet för hela skapelsen." Mark 16:15

Svenska Kyrkans Unga i Skara stifts kommunikationsarbete utgår från organisationens idé: "Svenska Kyrkans Unga är en öppen gemenskap av unga människor som vill upptäcka och dela kristen tro." I arbetet att följa idén behövs riktlinjer för hur arbetet med kommunikation ska bedrivas.

SYFTE

Denna policy ska ge en helhetsbild av hur Svenska Kyrkans Unga i Skara stift (SKU Skara stift) bör kommunicera. Kommunikationen delas upp i två grupper, intern och extern.

MÅLGRUPP

Svenska Kyrkans Unga i Skara stifts kommunikationspolicy gäller för de som genom sin anställning eller förtroendeuppdrag kommunicerar å Svenska Kyrkans Unga i Skara stifts vägnar. Policyn är bindande för dessa företrädare i SKU Skara stift vid kommunikation på sociala medier, andra kommunikationsplattformar eller när en annars uttalar sig i egenskap av företrädare för SKU Skara stift.

MÅLSÄTTNING

Det främsta syftet med den interna kommunikationen är att få alla medlemmar att känna att Svenska Kyrkans Unga och Svenska Kyrkans Unga i Skara stift är deras organisation. Där den enskilde medlemmen ska känna delaktighet och stolthet för sitt medlemskap och se sig själv som en del av en enad rikstäckande organisation som värderar allas medlemskap som lika viktigt.

Den externa kommunikationens syfte är att öka kännedomen om Svenska Kyrkans Unga och Svenska Kyrkans Unga i Skara stift, att utveckla relationer med andra organisationer och samarbetsorganisationer samt att arbeta kontinuerligt med rekryteringsarbete.

RIKTLINJER

INTERN KOMMUNIKATION

Genom den interna kommunikationen ska Svenska Kyrkans Unga i Skara stift:

- Informera om organisationens grunder och värderingar på ett tydligt sätt.
- Förmedla varje individs unika värde för organisationen.
- Sträva efter en "vi-känsla" i hela organisationen för att öka samhörigheten i hela organisationen.
- Följa den grafiska profilen och på så sätt vara en tydlig avsändare.
- Ha god inblick i de aktuella kommunikationsplattformar som används av våra medlemmar.
- Sträva efter att förankra distriktets verksamhet och att ha transparens gentemot förbund, lokalavdelningar och medlemmar.
- Förespråka dialog samt vara mottaglig för feedback i arbetet för att förbättra all verksamhet.

- Arbeta i riktning för organisationens idé.

Den interna kommunikationen riktar sig till:

- Medlemmar, vuxenmedlemmar, stödmedlemmar
- Förtroendevalda i organisationen Svenska Kyrkans Unga (förbund, distrikt, lokalavdelningar)
- Ideellt engagerade i organisationen
- Ansvariga för barn- och ungdomsverksamheten och anställda/ideella i Svenska kyrkan

EXTERN KOMMUNIKATION

Genom den externa kommunikationen ska Svenska Kyrkans Unga i Skara stift:

- Sträva efter att vara en öppen och tillgänglig organisation.
- Sträva efter att spegla vad det innebär att vara ung och kristen idag.
- Arbeta aktivt för att hur vi vill förmedla organisationen överensstämmer med hur vi uppfattas av omvärlden.
- Delta i offentliga, relevanta arenor och sammanhang.
- Följa den grafiska profilen och på så sätt vara en tydlig avsändare.
- Analysera vilka aktuella kommunikationsplattformar som är mest relevanta för vår externa målgrupp, beroende på sammanhang och mål.
- Ha tydliga riktlinjer och ansvarsfördelning för hur organisationen agerar med/gentemot massmedier.
- Ha koll på organisationens omgivning och göra omvärldsanalyser inför olika aktiviteter.

Den externa kommunikationen riktar sig till:

- Svenska kyrkan¹
- Deltagare i Svenska kyrkans barn och ungdomsverksamhet som inte är medlemmar i Svenska Kyrkans Unga
- Potentiella medlemmar
- Samarbetsorganisationer
- Media
- Makthavare som arbetar med Svenska Kyrkans Unga i Skara stifts intressefrågor

ANVÄNDNING AV SOCIALA MEDIER

Användningen av sociala medier har ökat och kommer fortsätta att öka med den nya teknik som utvecklas. Att vara med på sociala medier ger stora möjligheter för både verksamheter och privatpersoner, t ex för marknadsföring och information, skapa kontakter eller kommunicera med andra. Men man ska vara medveten om att det också innebär risker eftersom det som publiceras har snabb och stor spridning. Därför är det viktigt att tänka på hur man agerar och i vilken roll man kommunicerar.

Med "sociala medier" menas i denna policy interaktiva tjänster på internet där användarna själva kan publicera innehåll, inklusive kommentarer på andras innehåll. Några vanliga exempel på sociala medier är Facebook, Instagram och Snapchat.

¹ Svenska Kyrkans Unga i Skara stift samarbetar i många fall med Svenska kyrkan, både internt till exempel i församlingsverksamhet och samarbetsprojekt, samt externt till exempel om vi ska marknadsföra egna event till ett av deras stift/församling.

Förhållningssätt i sociala medier

Den/de som ansvarar för SKU Skara stifts sociala medier ska alltid följa de aktuella lagar, policyer och riktlinjer som gäller för organisationen, även vid aktivitet på nätet.

När du kommunicerar på sociala medier, tänk på följande:

Var tydlig och transparent

Oavsett om du kommunicerar inom ramen för din uppdrag eller som privatperson är det viktigt att vara tydlig så att omgivningen vet i vilken roll du agerar. Du kan aldrig vara för tydlig. Även när du kommunicerar i egenskap av privatperson kan det vara lätt att bli sammankopplad med ditt uppdrag och att omgivningen därför kan tro att SKU Skara stift står bakom din åsikt.

Ta ansvar och visa gott omdöme

Du ska kunna stå för det du skriver oavsett vilken situation som uppstår, så ta ansvar för ditt agerande och avstå hellre från att kommentera än att riskera att agera på ett olämpligt sätt.

Visa respekt

Kommentera aldrig något nedsättande. Kommentarer baserade på en persons religiösa övertygelse, kön eller könsidentitet, sexuella läggning eller hudfärg är inte acceptabla.

Behåll lugnet

En av målsättningarna med sociala medier är att skapa dialog, men människor har olika åsikter och diskussioner kan uppstå. Om du blir konfronterad av en person med en annan åsikt, behåll lugnet. Känner du dig provocerad, avstå från att kommentera och/eller be någon om stöd.

Följ villkoren för forumet

Alla sociala medier har villkor som man måste godkänna för att få använda tjänsten. Om du inte kan följa de regler som gäller för ett forum, avstå från att delta i det.

Skydda konfidentiella uppgifter

När du kommunicerar på sociala medier som är knutna till SKU Skara stift måste du tänka på att följa dataskyddsförordningens regler om hantering av personuppgifter. SKU Skara stift har en personuppgiftspolicy som fastställer närmare principer för hur personuppgifter ska hanteras inom organisationen.

Respektera upphovsrätten

Använd aldrig andras material utan tillåtelse, ange källan när du använder annans material och följ i övrigt de upphovsrättsliga regler som gäller.

JURIDISKA RAMAR

Följande avsnitt innehåller en kort sammanfattning av tre olika lagar som utgör juridiska ramar för vårt kommunikationsarbete. Arbetet omfattas även av andra lagar, men de lagar som nämns här har särskild relevans för arbetet med kommunikation.

DATASKYDDSFÖRORDNINGEN

När du kommunicerar på sociala medier som är knutna till Svenska kyrkans Unga i Skara stift måste du tänka på att följa dataskyddsförordningens regler om hantering av personuppgifter. Svenska kyrkans Unga i Skara stift har en personuppgiftspolicy som fastställer närmare principer för hur personuppgifter ska hanteras inom organisationen.

- o Som huvudregel får vi inte publicera någons personuppgifter (inklusive bild och film) utan att ha individens samtycke. För barn under 16 år krävs båda vårdnadshavarnas samtycke.
- o Det är som huvudregel förbjudet att behandla känsliga personuppgifter, t.ex. om religiös övertygelse eller hälsa. Det innebär att fotografier/filmer från t.ex. gudstjänster bara får publiceras om den som syns på materialet samtycker. Om man vill filma/livesända en gudstjänst kan man mycket tydligt ange att gudstjänsten kommer att filmas/livesändas, och tillhandahålla platser i kyrkorummet som garanterat är utanför bild. Under nattvarden eller liknande moment filmas inte församlingen alls, utan kameran filmar istället till exempel ett levande ljus.
- o Andra regler kan gälla för andra verksamheter än gudstjänster. Gör det därför till en vana att be alla inblandade personer om godkännande innan bilder eller filmer publiceras.

UPPHOVSRÄTTSLAGEN (1960:729)

Använd aldrig andras material utan tillåtelse, ange källan när du använder annans material och följ i övrigt de upphovsrättsliga regler som gäller. För bibeltexter, psalmer och konstverk i våra kyrkor gäller vad som anges nedan.”

- Bibeltexterna (Bibel 2000) är upphovsrättsskyddade, och rättigheterna ägs av Svenska Bibelsällskapet som kan ge tillstånd att använda texterna.
- Psalmerna i psalmboken är upphovsrättsskyddade, och varje tonsättare, arrangör och textförfattare äger sina respektive verk. Verbum Förlag samordnar upphovsrätten för psalmerna, och kan ge tillstånd för en delmängd av psalmerna, dock inte alla.
- I våra kyrkor finns konstverk på väggarna, i fönstren och i taken. Dessa är upphovsrättsskyddade och rättigheterna ägs av konstnären, om inget annat är avtalat. Det kan därför vara problematiskt att publicera konstverken på bild eller i film.
- När upphovsrättsmannen har varit död i över 70 år är ett verk fritt att använda, men upphovsrättsmannen måste ändå alltid uppges. För verk med flera upphovsmän gäller att samtliga skall ha varit döda i över 70 år.
- Publicering av filmer från gudstjänster eller uppträdanden kan krocka med upphovsrätten.

LAGEN OM ELEKTRONISKA ANSLAGSTAVLOR (1998:112)

Den som driver en elektronisk anslagstavla (t.ex. en facebookside eller en blogg där läsare kan kommentera) ansvarar för innehållet, även det som andra personer har skrivit. Därför är vi enligt lagen om elektroniska anslagstavlor (1998:112) skyldiga att ta bort inlägg/kommentarer om de innehåller:

- uppvigling
- hets mot folkgrupp
- barnpornografibrott
- olaga våldsskildring
- uppenbart brott mot upphovsrättslagen.
- olaga hot

- olaga integritetsintrång