

Plats och tid

Sammanträdesrummet, kyrkogården
Kl. 18.00 – 20.00

Beslutande

Ledamöter

Gudrun Berglund, ordförande
Håkan Johansson
Roland Johansson
Anna Andersson, kyrkoherde
Björn Lundberg
Agneta Eriksson
Ann-Kristin Isaksson
Shtig Vikström

Justeringens tid och plats

11 september 2018 på Malmgården

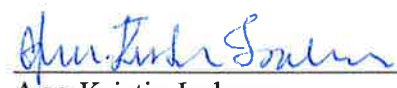
Paragrafer 50-62

Underskrifter

Ordförande


Gudrun Berglund

Justerare


Ann-Kristin Isaksson

Anslagsbevis

Protokollet är justerat. Justering tillkännagiven genom anslag

Datum för anslags uppsättande: 2018-09-04. Datum för anslags nedtagande: 2018-09-25

Förvaringsplats för protokollet:

Kamrerens arbetsrum, Malmgården


Stig Bergström

§ 50

Mötets öppnande

Ordförande hälsar välkommen och förklarar mötet för öppnat

§ 51

Godkännande av dagordning

Kyrkorådet beslutar att med ett tillägg om val till samarbetsråd för Tallhedskyrkan och bänkar vid kyrkogården godkänna upprättad och till ledamöterna utsänd dagordning.

§ 52

Justering

Att jämte ordföranden justera dagens protokoll utses Ann-Kristin Isaksson. Protokolljusteringen äger rum tisdagen den 11 september 2018. Justeringen sker i Malmgården.

§ 53

Föregående protokoll

Protokollet från kyrkorådets sammanträde den 2018-06-12 lästes och med en anmärkning om en felaktig skrivelse i beslutet i § 46 lägga protokollet till handlingarna. Rätt skrivelse ska vara att kyrkorådet beslutar att godkänna kollekt för andra halvåret 2018.

Signatur justerare

Utdragsbestyrkande

§ 54

Ärendelista

Föredragande: Stig Bergström

Ärendebeskrivning

Kyrkorådet behandlar ärenden på kyrkorådets ärendelista. Ärendena framgår av bilaga 1 till detta protokoll.

Beslut

Kyrkorådet beslutar att lägga informationen till handlingarna.

§ 55

Fastigheten Piteå, Hortlax 49:1

Föredragande: Stig Bergström

Ärendebeskrivning

Hortlax 49:1 är den fastighet i Hortlax som har byggnaderna Hortlax kyrka, Malmgården, Skogskapellet och övriga kyrkogårdsbyggnader. Stig Bergström visade tomtgränserna efter den fastighetsreglering som har skett efter inköpet av mark vid kyrkogården.

Beslut

Kyrkorådet beslutar att lägga informationen till handlingarna

Signatur justerare  		Utdragsbestyrkande
---	--	--------------------

§ 56

Kyrkoherdens rapport

Ärendebeskrivning

Kyrkoherden informerade om att

- Hans Lönnberg ersätter Johan Fahlgren som kyrkogårdsarbetare.
- Församlingen ska genomföra en kickoff dag i Luleå.
- Psykosocial enkät ska genomföras med hjälp av Prevent
- Det kommer någon från Pitehälsan i ett försök att förbättra församlingens företagshälsovård.
- Budgetäskanden ska vara inlämnade senast 15 september
- Tallhedskyrkans organisationsgrupp har haft sammanträde där samarbetsavtalet har diskuterats
- Internationella gruppen ska budgetera för en resa till Luleå.
- En policy för försäljning av församlingens inventarier ska upprättas

Beslut

Kyrkorådet beslutar att lägga informationen till handlingarna

§ 57

Samarbetsråd till Tallhedskyrkan

Ärendebeskrivning

Kyrkorådet ska utse tre ledamöter från Hortlax församling till samarbetsrådet i Tallhedskyrkan. I egenskap av kyrkoherde är Anna Anderson självskriven i samarbetsrådet.

Förslag till beslut

Kyrkorådet beslutar att Håkan Johansson och Agnetha Eriksson utses som ordinarie och Gudrun Berglund som ersättare som representanter för Hortlax församling i Tallhedskyrkans samarbetsråd.

Beslut

Kyrkorådet beslutar enligt förslaget.

Signatur justerare



Utdragsbestyrkande

§ 58

Ekonomisk rapport

Ärendebeskrivning

Kamrer Stig Bergström presenterade ett genomarbetat halvårsbokslut som visar att efter finansnetto är församlingens resultat 146 tkr

Beslut

Kyrkorådet beslutar att lägga informationen till handlingarna

§ 59

Musikpolicy

Ärendebeskrivning

Kyrkorådet har att besluta om för andra halvåret 2018.

Beslut

Kyrkorådet har att fastställa förslag till musikpolicy för Hortlax församling. Musikpolicy framgår av bilaga 2

Förslag till beslut

Kyrkorådet beslutar att fastställa församlingens musikpolicy

Beslut

Kyrkorådet beslutar att fastställa församlingens musikpolicy med en ändring att istället för CD skriva Inspelad musik

Signatur justerare



Utdragsbestyrkande

§ 60

Kommunikationspolicy

Ärendebeskrivning

Kyrkorådet har att fastställa förslaget till kommunikationspolicy för Hortlax församling.
Kommunikationspolicyn framgår av bilaga 3

Beslut

Kyrkorådet beslutar att fastställa kommunikationspolicy för Hortlax församling.

§ 61

Bänkar vid kyrkogården

Ärendebeskrivning

Det har kommit en begäran att församlingen ska sätta ut bänkar längs Pinjevägen väster om kyrkogården.

Beslut

Kyrkorådet beslutar att uppdra till fastighetsgruppen att utreda och bereda frågan till budget för 2019.

§ 62

Ordföranden förklarar sammanträdet för avslutat

Signatur justerare		Utdragsbestyrkande
		

Beslutsdatum	Paragraf	Ärende	Verkställighetsåtgärd	Klart senast	Åtgärdat	Ansvarig
2016-10-18						
2017-01-31		Gamla gravkapellet	Upprätta ett förslag för användning av gravkapellet	2018-08-30		Fastighetsgruppen
2017-04-25	KR § 258	Årsklockan	Upprätta en årsklocka	2017-04-30		Ledningsgruppen
2018-04-24		Fönster i kyrkan	Ansöka om kyrkoantikvarisk ersättning	2018-10-30		Fastighetsgruppen
2018-09-04	KR § 61	Parkbänkar vid Pinjevägen	Utreda förutsättningar för utplacering av bänkar	2018-10-24		Fastighetsgruppen

GB 110

MUSIKPOLICY

Policy för musik vid kyrkliga handlingar i Hortlax församling

Dop, vigsel och begravning är de vanligaste kyrkliga handlingarna i Svenska kyrkan.

Vi vill sträva efter att:

- Tillsammans med de närmast berörda, planera gudstjänsterna så att de blir livstolkande och där allting blir en integrerad del i helheten.
- Samråda med alla berörda parter.
- Vara lyhörda för speciella önskemål och lära in ny musik om det önskas och som kan framföras på våra instrument.
- Vid önskad musik, kontakta musiker i god tid (minst 14 dagar innan) och samråd med dem.
- All musik som förekommer i gudstjänsten framförs direkt och levande. Med inspelad musik hänvisar vi utöver den levande musiken och dess plats eller till efterföljande dopka-las/bröllopsfest/minnesstund.

Då Hortlax församling inte har Spotify-rättigheter kan inte musik via Spotify spelas i våra lokaler, eftersom våra lokaler är offentliga vid gudstjänster.

Vi välkomnar självfallet gärna sångare och musiker som utöver församlingens ordinarie musiker, på anhörigas uppdrag, bidrar till gudstjänsten.



KOMMUNIKATION

policy och plattform





Svenska kyrkans kärnvärden.

INNEHÅLL

Kommunikationspolicy och plattform.....	4
Vision och kärnvärden	5
Övergripande mål	6
Övergripande strategi	6
Målgrupper	8
Ansvar	8
Juridik och offentlighetsprincipen.....	9
Kommunikationskanaler	10
Särskilda riktlinjer	12

CB AD

KOMMUNIKATIONSPOLICY OCH PLATTFORM

Kommunikationspolicy

Hortlax församlings kommunikationspolicy är ett ramverk för all kommunikation inom samtliga verksamheter. Policyn fastställer församlingens syn på kommunikationens syfte och betydelse, ansvar och roller i kommunikationsarbetet, målgrupper och kanaler. Kommunikationspolicyn kompletteras med en kommunikationsplattform.

Kommunikationsplattform

En kommunikationsplattform beskriver hur en organisations kommunikation ska utformas såväl internt som externt. Plattformen innehåller riktlinjer och utgör grunden för att all kommunikation drar åt samma håll. Det är ett stöd för organisationen och skapar igenkänning och tydlighet.

Hortlax församlings kommunikationspolicy och plattform har sin grund i Svenska kyrkans kommunikationsplattform, grafiska profil och kommunikationskoncept.

Grafisk profil

Svenska kyrkans grafiska profil är basen för all visuell kommunikation/information där Hortlax församling är avsändare. Grafisk profil är en helhet som består av logotyp, färger, typografi, bild, form, pappersval och språk. Exempel på visuell kommunikation/information är informationsmaterial, e-postmeddelanden, brev, visitkort, webbsida, powerpoint-presentationer, skyltar, gudstjänstagendor, annonser, pennor och kepsar. Alla medarbetare har ett ansvar att följa den grafiska profilen i sitt dagliga arbete.

Teckensnitt (Typografi)

Svenska kyrkan har en identitetstypografi som heter Foundry Sterling som rubriktypsnitt och Sabon i brödtext. Det är främst de som arbetar med trycksaker som behöver tillgång till typsnittet Foundry Sterling. När typsnitten saknas användes Times New Roman och Arial.

Rubrik - Foundry Sterling

Brödtext - Sabon

Kursiv - Sabon

Rubrik - Arial

Brödtext - Times New Roman

Kursiv - Times New Roman

Logotyp

Svenska kyrkans logotyp är varumärkesskyddad. Det innebär bland annat att bildmärket (skölden) inte får användas separat eller tillsammans med annan text på annat sätt än vad som anges i Svenska kyrkans grafiska manual. Det innebär också att inga färg-, form- eller storleksförändringar får göras av logotypen. Det finns riktlinjer för hur den ska/får användas, som till exempel placering på sidan och storlek.

Svenska kyrkan 
HORTLAX FÖRSAMLING

Svenska kyrkan 
HORTLAX FÖRSAMLING

Färger

Logotypens grundfärger är svart, rött och gult. De är Svenska kyrkan identitetsfärger. Logotypens färger är en signal som gör Svenska kyrkan lätt att känna igen. Utöver identitetsfärgerna finns det en färgpalett med sex andra färger i flera olika nyanser som går att använda.



PMS: 186C
PMS: 186U
CMYK: 0/100/100/5
RGB: 205/0/30

PMS: 123C
PMS: 115U
CMYK: 0/20/100/0
RGB: 255/210/0

CMYK: 0/0/0/100
RGB: 0/0/0

Vad innebär kommunikation?

Kommunikation är en process som sker när ett budskap förmedlas. Ett utbyte av tankar, åsikter eller information. Det innefattar både sändare, budskap, kanal, eventuella störningar, mottagare och tolkning.

Varför kommunicera?

Kommunikation och synlighet är en viktig förutsättning för en framgångsrik verksamhet. En genomtänkt kommunikation:

- hjälper oss att skapa goda relationer.
- skapar dialog och förtroende.
- ökar motivation och engagemang.

VISION OCH KÄRNVÄRDEN

Kommunikationsvision

En kyrka som människor har en positiv relation till och känner glädje över att tillhöra.

Kärnvärden

Närvaro

... Svenska kyrkan vill vara nära glädjen och nära sorgen, nära livets Gud. Svenska kyrkan finns i hela Sverige med sina församlingar och sina kyrkor, och är en del av den världsvida kyrkan.

Öppenhet

... Svenska kyrkan vill vara en öppen folkkyrka som välkomnar var och en som söker sig till den. Troende, sökare eller tvivlare, medlem eller icke medlem - Svenska kyrkan vill vara öppen för alla.

Hopp

... Svenska kyrkan vill inspirera till framtidstro i både ljusa och mörka stunder. Varje människa är skapad till Guds avbild och har rätt till ett värdigt liv.

ÖVERGRIPANDE MÅL

Målet är att skapa kännedom, samhörighet och engagemang.

ÖVERGRIPANDE STRATEGI

All kommunikation ska vara enkel, tydlig och bjuda in till dialog med media, allmänheten och församlingsbor.

Kommunikationens grunder

Här följer åtta grundregler att utgå ifrån i det löpande arbetet:

1. *Utgå ifrån mottagarens behov*

Alltid anpassa språk och innehåll i budskapet utifrån mottagarens behov, förkunskaper, värderingar och andra förutsättningar.

2. *Skriv enkelt*

Skriv enkelt men professionellt. Använd bara korta meningar, undvik fackspråkstermer och förkortningar. På så sätt blir informationen lättare att förstå.

3. *Från information till dialog*

Skriv alltid ut tydlig avsändare och uppge kontaktperson med telefonnummer och e-postadress där sådan finns.

4. *Informera snabbt och korrekt*

Information är en färskvara som snabbt ska spridas till alla berörda. Däremot ska det alltid ske en faktakontroll innan information går ut. Alla ska kunna lita på att informationen från Hortlax församling är korrekt.

5. *Var öppen, tydlig och tillgänglig*

Det ska vara lätt att komma i kontakt med församlingens anställda och förtroendevalda. Det ska finnas en hög tillgänglighet på telefon och e-post. Det ska uppmuntras till synpunkter av både positiv och negativ karaktär, och inbjudas till dialog. Information ska aktivt delas när det kan antas att andra medarbetare har användning för det.

6. *Informera inåt innan man informerar utåt*

Det är viktigt att man internt känner till de planer och beslut som finns för församlingen innan de når församlingsbor och massmedia. Därför ska man främst informera internt innan man informerar externt. Särskilt viktigt är detta när det handlar om förändringar i organisationen. Personalmöten varje torsdag är det interna navet, där minnesanteckningar alltid förs för att all personal ska kunna ta del av det som togs upp.

7. *Visa på en tydlig identitet*

Svenska kyrkans grafiska profil ska alltid följas. En tydlig identitet ger en bättre bild av organisationen

- vilka vi är, vad vi gör och vad vi vill med verksamheten, både externt och internt. Det ska vara tydligt vem som är avsändare av information från församlingen. Hortlax församlings logotyp ska användas i alla församlingens publikationer och presentationer. Svenska kyrkans logotyp kan användas vid till exempel samarrangemang med andra församlingar eller stiftet. Församlingens logotyp används alltid som avsändare och symbolen då som identitetsförstärkare.

8. Samordnad information ger större tyngd

Genom att samordna budskap, kommunikationskanaler och aktiviteter kan intern och extern kommunikation få större tyngd och genomslagskraft, och man kan spara resurser.

Kommunikationsplan

Vid större händelser/projekt bör en kommunikationsplan utarbetas. Här är kommunikatören ett stöd. Kommunikationen ska vara välplanerad och ske utifrån följande modell:

Vad: Budskap
Varför: Vad ska uppnås? Syfte?
Vem: Målgrupp och avsändare
Hur: Kanaler
När: Tidsplan, tidpunkt
Uppföljning: Hur gick det? Vad kan vi lära? Hur går vi vidare?

Kriskommunikation

Information och kommunikation är extra angeläget vid allvarliga händelser och kriser. Vid kriser är det vanligt att människor vänder sig till Svenska kyrkan. Därför är det viktigt att det finns en beredskap. Hortlax församling har ett välfungerande samarbete med andra aktörer och är en del i kommunens krisgrupp POSOM. Erfarenhet visar att det vid större kriser blir ett ökat behov av:

- själavård och diakoni.
- gudstjänster och riter samt kyrkans synliga närvaro i samhället.
- informationsbehov internt och externt för att skapa trygghet samt minimera frågor och osäkerhet.

Kyrkoherden, eller den person som kyrkoherden utser, sköter all information och kontakt med massmedia och allmänhet. Läs mer i församlingens krisplan.



MÅLGRUPPER

Intern kommunikation: anställda, volontärer och förtroendevalda.
Extern kommunikation: församlingsbor, allmänhet, media.

Församlingens anställda, volontärer och förtroendevalda är de viktigaste bärarna av församlingens identitet.

Intern kommunikation

Syftet med den interna kommunikationen är att ge anställda, volontärer och förtroendevalda uppdaterad information om vad som pågår i församlingen. En väl fungerande intern kommunikation bidrar till en god arbetsmiljö. En fortlöpande, öppen och tydlig kommunikation är grunden för att kunna känna sig delaktig i verksamheten. Därmed blir man också en god ambassadör i mötet med församlingsbor och omvärld.

Kanaler för den interna kommunikationen:

E-post och telefoni är församlingens främsta informationskällor. E-postutskick till samtliga medarbetare används vid behov. E-post används när kommunikation sker inom arbetslag, arbetsgrupp, mellan enskilda personer samt vid personlig information.

Extern kommunikation

Församlingens externa kommunikation riktar sig till allmänhet och massmedier. Syftet med den externa kommunikationen är att bygga förtroende, öka omvärldens kunskap och medvetenhet om församling och verksamheten. Församlingen ska också sträva efter att ses som en resurs och en betydelsefull samarbetspartner i olika samhällsverksamheter. Planerad och integrerad kommunikation för att både medarbetare, förtroendevalda och församlingsbor ska känna sig delaktiga och ha kunskap om det församlingen är, gör och står för.

Kanaler för den externa kommunikationen:

Extern hemsida, Facebook, Instagram, annonsering, pressinformation, trycksaker och telefoni.

ANSVAR

Församlingens grundläggande uppgift är att fira gudstjänst, bedriva undervisning samt utöva diakoni och mission. Församlingen ska förkunna evangelium i ord och handling. Det innebär att församlingen ansvarar för att berätta om Svenska kyrkans uppdrag och för att bjuda in till sin verksamhet samt synliggöra Svenska kyrkan i samhället.

Ansvarsfördelning

- Kyrkoherden ansvarar för helhetssynen och har det övergripande ansvaret för församlingens kommunikation.
- Kommunikatören är nyckelperson i kommunikationsarbetet samt en resurs för ledning och medarbetare.
- Varje anställd har ett eget ansvar att hålla sig informerad och att själv söka den information som behövs för det dagliga arbetet. Intranätet är Svenska kyrkans nav för intern information. Här lägger nationell nivå och Luleå stift ut aktuell information som kan vara viktig och nödvändig att känna till.

Gp AW



Kyrkoherden har det övergripande ansvaret för såväl intern som extern kommunikation. Kommunikatören, med sitt kontaktnät och sin yrkeskunskap, bör ha en regelbunden dialog med kyrkoherden. Kommunikatören har också det operativa ansvaret för kommunikationen. Församlingens medarbetare och förtroendevalda har alla en roll som informationslämnare.

Att tänka på:

I kontakter med samhället och församlingsbor fungerar man som representant för församlingen.

Inför beslut som rör information och kommunikation, eller beslut som är av en sådan karaktär att en mer omfattande och genomtänkt kommunikationsstrategi kan komma att bli nödvändig, bör kommunikatören i ett tidigt skede involveras i arbetet. Detta för att effektivisera, planera och se över ekonomin på ett tidigt stadium.

Talespersoner

För att kunna ge bästa möjliga information till media är det viktigt att de får tag i rätt person. Det är alltid kyrkoherden, eller den person som kyrkoherden utser, som uttalar sig i första hand. Därefter är rätt person den som ansvarar för en verksamhet eller är specialist i en fråga. Som anställd, volontär och förtroendevald är du inte tvungen att uttala dig för nyhetsmedia. Kontakta du av en journalist har du rätt till rimlig betänketid och samråd innan du svarar på frågor. Du har också rätt att läsa dina citat innan publicering. Kommunikatören kan vara behjälplig med bland annat förberedelse inför mediakontakter.

JURIDIK OCH OFFENTLIGHETSPRINCIPEN

Offentlighetsprincipen ger media och medborgare rätt till insyn i verksamheten. Undantagen regleras i sekretesslagen. Offentlighetsprincipen gäller alla, utan rätt att ställa krav på identitet och syfte hos den som efterfrågar uppgifter. Svenska kyrkan följer offentlighetsprincipen.

Upphovsrättslagen, som behandlar upphovsrätt till bilder och texter, liksom personuppgiftslagen, som har till uppgift att skydda personuppgifter så att den personliga integriteten inte kränks, ska följas. Detta ska vara kontrollerat innan publicering och ansvaret ligger hos den för publiceringen ansvarige anställda. Upphovsrätten gäller även om man fotograferar andras bilder/foton/konstverk med mera.

Om bilder och inlägg som publiceras i församlingens kommunikationskanaler bryter mot ovanstående eller har ett kränkande innehåll har kommunikatören rätt att plocka bort dessa.

KOMMUNIKATIONSKANALER

Hortlax församling använder flera kanaler för sin kommunikation. Val av kanal ska ske utifrån vilka som anses vara bäst lämpade med hänsyn till målgrupp och sammanhang, eftersom olika målgrupper har olika förutsättningar och behov.

Kommunikationskanalerna kan delas in i:

- Egna: de församlingen själva kan kontrollera, styra innehåll och utveckling av.
- Köpta: de församlingen betalar för att synas i.
- Media: media i olika form.

Egna

Intranät

Intranätet fungerar främst som kommunikationskanal mellan församling och nationell nivå, samt stift. Det är den anställdes ansvar att hålla sig uppdaterad med de nyheter som publiceras på intranätet.

Extern hemsida på internet

Hemsidan är en av församlingens främsta externa kommunikationskanaler och riktar sig till allmänhet och massmedier. Publicering sköts av kommunikatören. Hemsidan ska hållas aktuell med uppdatering varje vecka. Adress: www.svenskakyrkan.se/hortlax

Sociala medier

Andra viktiga externa kommunikationskanaler är sociala medier. Hortlax församling använder Facebook och Instagram. Särskilda riktlinjer för kanalerna ska tas fram och bör ligga som grund för församlingens förhållningssätt. Det finns dock några grundriktlinjer som gäller övergripande:

- svara snabbt på kommentarer och frågor. Svara alltid med "/ditt namn".
- bevaka och radera olämpliga kommentarer/inlägg (kränkande, rasistiska, förolämpande etc.)
- håll gärna en personlig, dock inte privat, ton.
- skriv om sådant som engagerar människor och som är representativt för församlingen.
- länka gärna vidare till församlingens hemsida.
- uppdatera minst en gång per vecka, dock inte för ofta.
- variera inläggen mellan verksamhet, evenemang och personliga reflektioner.
- länka aldrig till icke tillförlitliga källor.

Adresser

Facebook: www.facebook.com/hortlaxforsamling

Instagram: [svenskakyrkan_hortlax](https://www.instagram.com/svenskakyrkan_hortlax)

E-post

E-posten är framför allt en kanal för personliga kontakter. E-post kan också användas som kommunikationskanal för media. Viktigt att ha i åtanke att offentlighetsprincipen gäller för församlingens e-post. Alla ska använda en enhetligt formgiven e-postsignatur. Fråga kommunikatören för signaturmall.

Telefoni

Telefoni är en väsentlig del av församlingens tillgänglighet och service. Vid besök, tjänsteärende eller sammanträde ska telefonen hänvisas. Varje medarbetare ansvarar själv för att växelpersonalen vet var han/hon befinner sig.

Att tänka på:

- Adresserna ovan är församlingens officiella adresser, vilket innebär att det inte ska skapas andra sidor i församlingens namn. Vad gäller facebook kan det ibland finnas särskilda skäl att starta grupper. Dock ska det finnas ett tydligt syfte. Grupperna skapas av kommunikátören.
- I alla församlingens kanaler gäller upphovsrättslagen och personuppgiftslagen (se sida 9).
- Om en anställd överlåter någon kanal till en "icke anställd person", som tillexempel Instagram, är det den anställda personen som är ansvarig för att församlingens riktlinjer och regler följs.

Trycksaker

Kommunikátören ansvarar för utformning av trycksaker och i förkommande fall tryckeriupphandling. Foldrar, affischer, handaffischer etc ska produceras av kommunikátören eller av kommunikátören särskilt utsedda personer.

Agendor

Agendor såsom gudstjänstagendor, som används inom församlingen ska följa vår grafiska profil.

Verksamhetsfolder

Hortlax församling gör varje år en verksamhetsfolder där all verksamhet presenteras. Målet är att den ska delas ut till alla hushåll i Hortlax församling inför höstterminen.

Kyrkkvarten

Kyrkkvarten är Hortlax församlings församlingstidning som delas ut fem gånger per år. Varje nummer har ett specifikt tema. I Kyrkkvarten kommuniceras olika teman, andakter, aktuella frågor, verksamhet, tankar med mera. Kyrkkvarten är en av församlingens viktigaste kommunikationskanaler, eftersom den når ut till alla hushåll i Hortlax församlings geografiska område. Tidningen har genom sin spridning och sitt innehåll möjlighet att skapa relation till både medlemmar och icke-medlemmar. Svenska kyrkan på nationell nivå genomförde för några år sedan en undersökning om församlingstidningar som visade att församlings-tidningen skapar förtroende.

Verksamhetsplan och budget samt verksamhetsuppföljning

Kommunikátören ansvarar för utformning av layout. Dokumentet finns tillgängliga för alla intresserade på församlingens hemsida och intranät.

Köpta

Annonser och digitala annonser använder församlingen i olika sammanhang såsom konserter, platsannonser, inbjudningar med mera. Kommunikátören ansvarar för utformning och beställning av annonser. Alla annonser ska följa den grafiska profilen.

Media

Allmänhetens bild av Svenska kyrkan präglas mycket av den bild massmedia ger. Därför är det viktigt att församlingen har goda relationer med media. Kontakterna med media ska präglas av öppenhet, saktighet och tillgänglighet, både i med- och motgång. Genom att ta initiativ och vara aktiv i kontakterna med media, minskar risken för missförstånd och felaktigheter. Kommunikátören skriver och skickar pressmeddelanden och pressinbjudningar när det är aktuellt, och bör därför hållas väl informerad om vad som sker i församlingen. Kyrkoherden eller den person som kyrkoherden utser är församlingens talesperson mot media. Kommunikátören finns som stöd och bör rådfrågas när det gäller tillexempel insändare i lokaltidningar.

SÄRSKILDA RIKTLINJER

Annonsering

Kommunikatören ansvarar för utformning och beställning av annonser. Kommunikatören ansvarar för äskande av annonsbudget för församlingens annonsering.

Predikoturer

Underlag till kommande predikoturer inhämtas från bokningsprogrammet Medarbetaren 14 dagar före publicering. Ett utkast skickas via e-post till en utsedd grupp, med både anställda och EFS-medlemmar, för korrekturläsning samt godkännande innan de skickas in för tryck. De utsedda ansvarar alltså för att kontrollera att predikoturerna stämmer.

Bilder

Fotografier och illustrationer är en viktig del av församlingens kommunikation. Fotografierna publiceras med respekt för den enskilda människan, ska hålla god kvalitet och vara trovärdiga. På grund av personuppgiftslagen bör försiktighet generellt iaktas vid användningen av bilder på människor. I Hortlax församling ska det alltid vid publicering av bilder på barn och ungdomar under 18 år inhämtas ett skriftligt godkännande från förälder.

Anslagstavlor

Affischering på församlingens anslagstavlor är i första hand avsedda för den egna verksamheten eller vid sammanhang där församlingen är medarrangör. Vid gästspel/externa sammanhang (se nedan) kan anslags-tavlorna användas i mån av plats. Kyrkoherden beslutar i samråd med kommunikatören om detta.

Affischering ska i första hand ske på anslagstavlan i entrén i Malmgården, vid anslagstavlan utanför Malmgården, utanför Furulundsgården samt vid Hortlax kyrka. Affischering ska helst också finnas på ICA Lundmans samt ICA Supermarket i Bergsviken. Affischering sker måndagar, och de ansvariga är:

Kommunikatören:	Anslagstavlan i entrén i Malmgården
Expedition:	Anslagstavlan utanför Malmgården
Församlingsvärdinna:	ICA-butikerna
Församlingsvärd:	Furulundsgården

Externa aktörer/gästspel

Ibland gästas församlingen av externa aktörer som hyr lokal eller kyrka. Församlingen är i regel inte delaktig i arrangemanget vid dessa tillfällen, men som en informationsservice till församlingsborna kan det ändå vara aktuellt att annonsera dessa. Information om arrangemangen får finnas på anslagstavlor och hemsida, förutsatt att underlag tillhandahålls.

Sponsring och marknadsföring

Kyrkoherden ansvarar i dialog med kommunikatören för all marknadsföring och eventuell sponsring. All marknadsföring ska ha ett tydligt kommunikationssyfte som överensstämmer med mål, prioriterade områden och församlingsinstruktionen. Angående sponsring ska det finnas ett klart kommunikationssyfte och församlingens avsikt är att främst stötta arrangemang inom den egna församlingsgränsen.



VISION:

Vi vill vara en kyrka som människor har en positiv relation till och känner glädje över att tillhöra.

Hortlax församling
Hortlaxvägen 30
944 32 Piteå
Tel: 0911-78 780
E-post: hortlax.forsamling@svenskakyrkan.se

Svenska kyrkan 
HORTLAX FÖRSAMLING

G3 AW