

REDAKTÖR: YASHMIN SINGH
yashmin.singh@kyrkanstidning.se
tel: 010-199 34 86 FAX: 010-199 92 20

JOBBET & DU

KOMMUNIKATION. Så mycket som 80 procent av de anställda i kyrkan använder församlingstidningen för att kommunicera med sina medlemmar. Det visar en färsk undersökning.

Församlingsbladet viktigaste kanalen till medlemmarna

Församlingsbladet är hjärtat i kommunikationen mellan församling och medlem. Det framgår tydligt av en undersökning beställd av Berling Mediakoncernen (där Kyrkans Tidning ingår) och som besvarades av totalt 436 kyrkoherdar, informatorer och kanslichefer i församlingarna. Hela 80 procent av dessa använder församlingstidningen för att kommunicera med sina medlemmar.

Det är helt klart en samstämd bild som ges, alla yrkeskategorier, inkluderat kyrkoherdar, kanslichefer och informatörer, tycker det är mycket viktigt att ha ett församlingsblad.

Vid en rundringning om vad församlingarna vill förmedla är det också uppenbart att de lägger mycket kraft på att produ-

Populäraste sättet att kommunicera med medlemmarna



cera och känner stolthet över sitt församlingsblad. Rösterna speglar också undersökningen, de flesta tycker att det är viktigt att ha en tidning som speglar det lokala församlinglivet.

MEN FÖRUTSÄTTNINGARNA ser väldigt olika ut i landet. En större samfällighet kan ha en professionell anställd journa-

list eller informatör som sköter församlingsbladet. I ett mindre pastorat kan det däremot vara en präst eller vaktmästare som har detta på sitt bord, vid sidan av alla sina andra arbetsuppgifter.

I Strömsunds pastorat, norr om Östersund, är det kyrkvaktaren som har till uppgift att sköta församlingsbladet *Kyrkfönstret*. Det gör han vid sidan av sina vaktmästarsysslor, berättar Inga-Maj Persson, ansvarig utgivare och ordförande i kyrkonämnden.

Hon tycker att det är viktigt att ha en tidning som når alla medlemmar.

– Det är lätt att tro att alla människor använder internet eller har en dagstidning men så är det inte, säger Inga-Maj Persson.

SEX FÖRSAMLINGAR ingår i pastoratet och hade tidigare var sin tidning. Men för att ge bättre service till medlemmarna gör man nu en enda tidning. På så sätt kan medlemmarna även se vad som pågår i kyrkorna i grannförsamlingarna, vilket uppskattas. Dessutom spar pastoratet pengar eftersom predikoturerna, som tidigare annonsera-

des i lokalpress, nu i stället förmedlas via församlingsbladet.

På kyrkvaktaren Stefan Magnusson ligger det att samordna och skapa en helhet av bild och text. Det kan vara lite knepigt, ibland, med så många inblandade, säger Stefan Magnusson. När han behöver stämma av något under produktionens gång till exempel. Men att få fram materialet och redigeringen tycker han fungerar "riktigt hyfsat".

I LIKHET MED majoriteten av församlingarna som svarade på Berling Medias undersökning tycker Strömsunds pastorat att det är viktigast att berätta om den egna verksamheten och att förmedla det kristna budskapet. I senaste numret förklarade till exempel en av prästerna inbörden med Den helige Johannes döparens dag. – Vi ska berätta och förklara.



Kyrkfönstret, Strömsunds pastorat



Stefan Magnusson, Svante Enander, Ann-Christin Lindström Larsson.

Eftersom befolkningen minskar har vi sparkrav och när det påverkar verksamheten ska vi skriva om det. Det som är svårast är att sälla ut det mest relevanta och intressanta bland materialet, tycker hon.

I Spekeröds och Ucklums församling, som ligger mellan Uddevalla och Göteborg, berättar Svante Enander, vikarierande kyrkoherde, om församlingsbladet *Kyrkoblad*.

– Eftersom vi är ett litet arbetslag på drygt tio personer går det ganska smidigt att göra, tycker han. Beslutsvägarna och avståndet i landsortsförsamlingen med cirka 3000 personer är korta.

Församlingsbladet sköts till stora delar av en kvinna, ideellt engagerad i kyrkans verksam-

Tipsa oss!
Hör av dig med frågor, tips eller förslag på vad du tycker att vi ska skriva om.



Kyrkbänken, Tensta, Lena och Ärentuna församlingar, Vattholma pastorat

Brobygge, Bro och Brastad församlingar.

Spekeröds och Ucklums Kyrkoblad

het, som bara tar ut ett blygsamt arvode.

– Kyrkorådets ordförande skriver numera några rader, om vilka som börjar och slutar på tjänster, det har vi fått positiv respons på.

Också att rapportera om vad som hänt i de olika verksamheterna, tycker Svante Enander är viktigt. För att visa till exempel ungdomar att de är betydelsefulla för kyrkan.

Av den anledningen berättar

också Ann-Christin Lindström Larsson, redaktör för församlingstidningen *Kyrkbänken*, om händelser som ägt rum i Tensta, Lena och Ärentuna församlingar (Vattholma pastorat) i Uppsala stift. Men tonvikten ligger på att blicka framåt, poängterar hon.

Ann-Christin Lindström Larsson är pensionerad journalist

och kyrkorådsordförande, redigerar texter och gör layouten helt ideellt. Hon tycker att mycket i pastoratets arbetsmodell fungerar bra. De anställda är frimodiga och levererar texter trots att de inte är proffs på området.

– Församlingsbladet riktar sig inte i första hand till de som redan "kan kyrkan" utan de som finns lite i periferin och är nyfikna.

Kyrkbänken uppmärksammar alltid det som är aktuellt, just nu är det kyrkovalet. Ann-Christin Lindström Larsson tycker också att det är viktigt att innehållet inte blir för snävt och tar vid sidan om det församlingsnära upp ämnen som berör hela kyrkan. Det finns till exempel artiklar om kyrkans internationella arbete och studentprästerna, personporträtt är också ett stadtigt inslag.

YASHMIN SINGH
010-199 34 86
yashmin.singh@kyrkanstidning.se

Viktigaste innehållet i ett församlingsblad



Viktigt Kundundersökningen beställdes av Berling Media och besvarades av 436 anställda i församlingarna, varav 236 kyrkoherdar, 57 informatörer och 143 kanslichefer. Kommunikationsbyrå Blue Carrot genomförde den och var klar i januari 2013. Frågorna berörde bland annat församlingarnas medlemskommunikation.

oviktigt

verksamhet

kenhet, om hur de sällan startar en text med att beskriva en verksamhet. Ska man prata om sjukhuskyrkan så kan det istället vara en god idé att börja berätta om frågor som väcks vid livets slut.

YASHMIN SINGH

Hjärta, sex, död och lokala kyrk-kändisar och forskare som Cristina Grenholm och Sören Dalevi är vad tidningen Kyrknytt valt att satsa på snarare än kyrklig verksamhet.



Karlstad satsar på livsfrågor i stället för verksamhet

Karlstads församlingsblad Kyrknytt tillhör minoriteten som inte sätter församlingsverksamheten i första rummet.

Det är Karlstads kyrkliga samfällighet som står bakom tidningen. Cecilia Hardestam, journalist och redaktör för *Kyrknytt*, framhåller att tidningen, som går ut till alla hushåll, är ett sätt att "ge tillbaka" till alla dem som väljer att vara medlemmar i Svenska

kyrkan. Detta trots att de sällan besöker kyrkan eller deltar i församlingarnas verksamheter. – Det är en liten hälsning från oss, för att bekräfta medlemskapet och för att visa att Svenska kyrkan är en öppen gemenskap där man



Cecilia Hardestam.

inte behöver tro på ett visst sätt.

TIDNINGENS TONVIKT ligger på livsfrågor, i senaste numret var temat sex, olika religioners syn på sex togs upp bland annat. – Sex är ju en viktig del av livet som alla har ett förhållande till.

Cecilia Hardestam tycker att kyrkan fortfarande får kämpa med människors fördomar och synen att man är lite konstig och tråkig om man är aktiv i kyrkan. Därför blir ämnesvalet, tilltalet

och framtoningen i tidningen extra viktig, säger hon. Förhoppningen är att en del fördomar ska komma på skam. – Det gäller att arbeta med språket, om man sedan barnsben har varit aktiv i Svenska kyrkan, gått vidare till kyrkans unga och så vidare så har man ett inifrånsperspektiv. Jag har ingen sådan bakgrund vilket kan vara en fördel.

– Vi anlitar duktiga skribenter, formgivare och låter lokalt för-

ankrade kyrkkändisar såsom Cristina Grenholm och Sören Dalevi berätta så att människor blir nyfikna på religion och kyrkan. Dalevi har i *Kyrknytt* bland annat gett en guide till kristen tro och visat på kristen symbolik i filmer. Grenholm har intervjuats om kyrkans förhållande till kvinnor och varför Bibelns språk är så manligt.

CECILIA HARDESTAM berättar mer om sättet att väcka läsarens nyfi-

Identitet och igenkänning är viktigt för en tidning som vill bli läst. Det säger Lotta Petersson, produktionschef och layoutansvarig på Kyrkans Tidning.

8 steg till god form:

EN TYDLIG GRUNDMALL, som sätter ramarna för tidningens utseende, hjälper er att göra en tidning som läsarna känner igen. Det gör också arbetet med innehållet enklare när man vet exakt hur många texter som behövs och hur långa de ska vara.

TA HJÄLP av en professionell formgivare för att skapa en grundmall om ni inte själva har kompetensen i huset.

FÖRSTASIDAN. Lägg mycket krut på ett inbjudande omslag. En lockande omslagsbild av hög kvalitet och överraskande rubriker ökar chansen att läsarna blir nyfikna och bläddrar vidare.

STRUKTUR. Tänk igenom strukturen, vilka olika delar ska tidningen innehålla och i vilken ordning ska de komma? Bra att inleda med korta och slagkraftiga texter, kanske en välkomströnika och notiser som skapar tempo i början. Variera följande sidor med längre texter (lokala reportage som speglar verksamheten, tanketexter och porträtt) för att skapa dynamik. Avsluta med kalendarium eller annat kortmaterial.

INGÅNGAR. Tänk på att texter behöver flera ingångar för att locka in läsaren: en bra rubrik, ingress, bildtext och ett stort citat eller kanske en faktaruta hjälper läsaren vidare in i texten.

LÄSBARHET. Tänk på läsbarheten, ha inte för långa rader utan dela upp texten i flera spalter. Text med jämna marginaler som blir "gluggig" ser ful ut och kan vara svårsläst.

JOBDET&DU

Därför är medlemskontakt så viktig

8 steg till god form, fortsättning

7. BILDER. Satsa på EN stor, bra bild och komplettera med några mindre. Det finns inget mer avskräckande än ett lapptäcke med halvdåliga bilder. Använd helst bilder från den egna verksamheten, genrbilder blir ofta opersonliga. Tänk på att många små ansikten på en liten bild sällan säger så mycket.

8. FUNKTION. Form och funktion hänger ihop. Sträva efter renhet! För många olika grafiska element som inte fyller någon funktion blir bara rörigt.

LOTTA PETERSSON produktionschef och formansvarig på Berling Press som bland annat ger ut Kyrkans Tidning, Amos och Sändaren 010-199 3485 lotta.petersson@berlingpress.se

3 FRÅGOR TILL GUNNAR SJÖBERG, Svenska kyrkans kommunikationschef:

Varför är medlemskommunikation viktig?

– För att kyrkan har ett uppdrag att hjälpa människor att dela liv och växa i tro. Medlemskommunikationen syftar till att stärka och fördjupa re-



lationen. I dag uttrycker många en andlig längtan men kopplar inte alltid den till kyrkans gemenskap.

Vad fungerar? Vad fungerar inte?

– Utmaningen med all kommunikation är att bygga re-

lation. Då handlar det om att finnas där medlemmen finns. I dag är inte minst sociala medier en arena där församlingar skulle kunna bli mer aktiva. En del församlingsblad kan uppfattas som anslagstavlor och fyller absolut sin funktion som information. Men om uppgiften är att skapa relation så är kommunikation det viktiga och då måste vi använda flera kanaler och framförallt vara öppna för möten med

människor i deras situation.

Församlingsbladets roll?

– Det kan ha olika roller – ren information från församlingen, reportage som avspeglar näringslivet med hög igenkänning, fördjupning av trosfrågor som kan leda vidare. Det viktiga är att församlingens ledning gör en analys och reflektion över vad man vill med sin tidning.

YASHMIN SINGH

Samtal om varför kyrkan inte når sina medlemmar

Den 2 september hålls seminariet Tankesmedja om Svenska kyrkans medlemskommunikation, i Stockholm. Det arrangeras av Berling media, som bland annat ger ut Kyrkans Tidning. Gunnar Sjöberg, Svenska kyrkans kommunikationschef, och Jonas Eek, präst och utgivningschef på förlaget Verbum, samtalar under rubriken "Svenska kyrkan och medlemmarna missar varandra". Kyrkoherdar och informatörer från hela landet deltar.



Forskare och kommunikatörer ger sina bästa tips till Svenska kyrkan.

"Förklara varför kyrkan finns!"

Kommunikatörernas tips till kyrkan



Emma Nilsson, kommunikationschef på fackförbundet Kommunal, ger rådet att fundera över vilka grupper kyrkan har och vad man ska säga till var och en av dem. Och hur.

– Kyrkan är inte nischad som företag och många andra organisationer, så arbetet med att nå medlemmarna liknar nog mest myndigheternas arbete för att kommunicera med allmänheten. Man kan inte nå alla på ett och samma sätt i dag, det behövs olika strategier för att nå olika delar av medlemmarna.

Magnus Söderlund forskar om konsumentbeteende och marknadskommunikation på Handels högskolan i Stockholm:

– Event marketing, när man skapar evenemang för att kunna möta kunder, kan vara effektivt. Visby domkyrkoförsamling är ett exempel. För att möta ungdomar har man ett tält i staden på kvällarna, där erbjuds de vatten att dricka och de som vill kan komma in och prata. Mycket tyder på att möten med människor, ansikte mot ansikte, är effektivast. Värdet av möten är antagligen underskattat.

Anna Hemlin, chef medlemskap och privat insamling på Naturskyddsföreningen:

– Mitt råd är att kommunicera om ämnen som går rätt in i hjärtat och de ämnena hittar man bäst lokalt, säger Anna Hemlin.

– Vi har de tyngsta kanalerna på riksnivån men den mest effektiva kommunikationen sker lokalt, gärna öga mot öga. Vi försöker förklara det vi gör på ett sätt som alla kan förstå, inte bara de mest insatta. Vi vill också gärna ha en dialog med medlemmar och andra, i sociala medier då det blir ganska personligt och förhållandevis kostnadseffektivt.

KRISTOFFER MORÉN

010-199 34 00

kristoffer.moren@kyrkanstidning.se

MISSA INTE NÄSTA NUMMER!

I nästa nummer skriver vi mer om **medlemskommunikation**, såväl det som sker i tryckta tidningar som i sociala medier.

Reaktioner på det vi skriver är som alltid mycket välkomna, liksom tips om vad som händer i just din församling!

"Jag går i kyrkan när jag är på landet, och vill tillhöra den församlingen."

FiSK vill göra det möjligt att byta församling.

Rösta på partipolitiskt obundna FiSK i kyrkovalet den 15 september. Läs mer på www.fiskarna.net!



**2013
0915
Kyrkoval**

Angeli Sjöström Hederberg är konsult och arbetar med organisationers förhållande till sina medlemmar:

– Många medlemmar har inte klart för sig varför kyrkan finns, så när en församling ska kommunicera måste den först reflektera över hur man ska kommunicera det mest grundläggande – varför man finns och hur man ska göra så medlemmarna känner sig välkomna

– Kyrkan är sina medlemmar, de måste få vara med och forma det som händer i kyrkan, kyrkan måste släppa på kontrollen samtidigt som den måste bevara sina grundvärderingar. De organisationer som inte gör så överlever inte.

Emma Nilsson, kommunikationschef på fackförbundet Kommunal:

– Om jag jobbade i kyrkan skulle jag fundera över vilka typer av medlemmar som finns och hur man kommunicerar bäst med de olika grupperna. Det går inte att använda en enda kanal för att nå alla, så använd olika. Men begränsa antalet budskap.

– Kommunal har satsat på värvning, men viktigast är nog att vi har varit mer närvarande på arbetsplatserna i vardagen och visat att vi inte är abstrakta och byråkratiserade utan att vi arbetar med väldigt konkreta saker, scheman, arbetstider och bemanning, och att facket är medlemmarna.

Toivo Sjören på marknadsundersökningsföretaget TNS-Sifo: