

## **STRATEGI 2023-25 FOLKEKIRKEN.DK**

### **Baggrund**

Folkekirken.dk er den kommunikationsenhed i folkekirken, som varetager folkekirkens fælles officielle kommunikationskanaler, kommunikerer til den brede befolkning og løfter tværgående kommunikationsopgaver. Det sker i tæt samarbejde med folkekirkens stifter og koordineret med kommunikationsarbejdet i andre folkekirkelige institutioner og i sognene.

Strategien for 2023-25 skal sætte retning og mål for folkekirken.dks arbejde med ekstern kommunikation og udvikling af folkekirkens kommunikationsarbejde i bred forstand.

Tiden er præget af kriser, som også påvirker folkekirken. Corona-krisen tydeliggjorde, at folkekirken ikke kan løfte sin kerneopgave over for befolkningen uden velfungerende, koordineret intern og ekstern kommunikation. Undersøgelser har efterfølgende vist, at befolkningen forventer, at folkekirken er synligt til stede i krisetider.

På samfundsniveau viser erfaringer fra Corona-krisen, at befolkningen i krisetid søger etablerede medier og institutioner, som den har en grundlæggende tillid til. De kriser, som nu rammer samfundet, har blandt andet økonomisk karakter. Centrale samfundsinstitutioner og etablerede medier skærer ned, hvilket kan føre til en forandret medievirkelighed, ændrede medievaner og en generel usikkerhed i befolkningen. Folkekirken.dk skal følge udviklingen nært, iagttage forandringer og reagere på dem.

### **Kommunikationssituation**

Folkekirken er de senere år blevet mere synlig i offentligheden og får i medierne regelmæssigt både positiv og kritisk opmærksomhed. Undersøgelser viser, at den brede befolkning forventer af folkekirken, at den er synligt til stede under kriser, at den til enhver tid varetager kristen kulturarv, formidler traditioner og udfører socialt arbejde.

Organisatorisk udvikler folkekirkens kommunikation sig internt gennem etablering af Folkekirkens Intranet, som åbner foråret 23; eksternt gennem Teams samarbejdet med deltagelse af stifter, folkekirken.dk og FUV. Folkekirken.dk prioriterer deltagelse i Team Presse og Team Kampagne og samarbejder desuden med Intranettet om at gøre kommunikationsredskaber tilgængelige for interne målgrupper. Det øgede samarbejde om kommunikation i folkekirken gør det både muligt og nødvendigt at tydeliggøre folkekirken.dks rolle og opgaver.

Omkring en femtedel af Danmarks befolkning (1 mio.+) besøger en eller flere gange årligt hjemmesiden folkekirken.dk, og endnu flere møder folkekirken.dks kommunikation på sociale medier og i landsdækkende medier. Det understreger det potentiale for, at folkekirken.dk når endnu længere ud i eksterne målgrupper, som nærværende strategi sætter mål for at realisere.

### **Kommunikationsmål**

**Flere i den brede befolkning skal opleve tilhørsforholdet til folkekirken som meningsfuldt i deres eget liv og folkekirken som en væsentlig aktør i samfundet.**

**Målet nås gennem kommunikation der**

- **oplyser**
- **engagerer**
- **giver mening**

Vi *oplyser* om folkekirkens organisation, arbejde og grundlag. Det gør vi gennem nyhedsdækning, baggrundsstof og pressearbejde. På den måde skaber vi troværdighed, åbenhed og gennemsigtighed, nedbryder fordomme og bidrager til kvalitet i mediernes dækning af folkekirken.

Vi *engagerer* og styrker oplevelsen af at tilhøre et væsentligt fællesskab ved at kommunikere folkekirkens samfundsengagement og stemmer i aktuelle dagsordener. Kirken som ressource i den enkeltes liv og i samfundslivet skal tegnes tydeligt også for dem, der ikke i hverdagen bliver mindet om værdien af deres tilhørsforhold til folkekirken.

Vi *giver mening* ved at give målgrupperne folkekirkeligt kernestof formidlet i en form og et sprog, som giver værdi for dem. Modtagerne skal opleve kommunikationen som både meningsfuld og relevant i deres eget liv og i tiden.

**Folkekirken.dk skærper fokus på sin primære opgave, ekstern kommunikation. Det sker gennem opprioritering af pressearbejde og eksterne målgrupper samt de kanaler, de bedst kan nås på.**

### **Målgrupper**

Folkekirken.dk skal kommunikere folkekirkens relevans for den brede befolkning og særligt have fokus på målgrupper, der ikke oplever et nært tilhørsforhold til folkekirken. Kommunikationen tager altid udgangspunkt i målgrupperne, deres interesser og holdninger til folkekirken og deres medievaner. For at nå differentierede målgrupper med folkekirkelig kommunikation, der opleves relevant for dem, prioriteres derfor strategisk arbejde med folkekirkens egne kanaler og eksterne medier.

### **Afsenderposition**

Folkekirken er både trossamfund og civilsamfundsaktør:

- Som *evangelisk-luthersk* et oversættelses- og fortolkningsfællesskab, der altid er kirke i sin tid og åbner kirkens fællesskaber betingelsesløst for enhver, der søger dem.
- Som *folkekirke* den primære formidler af kristendom og forvalter af kristen kultur i Danmark, der rummer teologiske forskelle og både mennesker, der oplever nært og mere distanceret tilhørsforhold til kirken.
- Som *civilsamfundsaktør* en kirke, der tager ansvar og løfter opgaver lokalt og i det danske samfund som helhed.

Det betyder, at vi kommunikerer

- Folkekirkekristendom, kulturarv og tradition formidlet i en form og et sprog, der opleves nutidigt, værdifuldt og relevant for den enkelte.
- Folkekirkelige stemmer, der bringer et kristent perspektiv ind i aktuelle dagsordener.
- En organisation der praktiserer det, den forkynder: Omsorg for medmennesket, ansvarlig forvaltning af skaberværket, åbne fællesskaber.

## **Organisatoriske mål**

Som fællesfundsinstitution har folkekirken.dk en faglig opgave, kommunikation, at varetage for folkekirken som helhed. Da folkekirken er en decentral organisation, løfter vi opgaven i samarbejde med andre enheder. Vi interagerer, udvikler og understøtter kommunikation på alle niveauer og bidrager også ad den vej til at synliggøre folkekirken i samfundet.

- Vi samarbejder nært med stifter og folkekirkens fælles institutioner gennem teams og i bilaterale samarbejder.
- Vi inddrager sogne, provstier, stifter og andre relevante folkekirkelige aktører i prioriterede kommunikationsindsatser og brede kampagner.
- Vi stiller kommunikationsproduktioner til rådighed for stifter og sogne på Intranettet.
- Vi deler faglige indsigter og inspiration fx gennem webinarer og kurser.

For at skabe bedst mulige vilkår for det, vil folkekirken.dk styrke sin organisatoriske forankring.

- Redaktionen udvikler samarbejdet med andre aktører i folkekirken gennem tilrettelagt dialog og deltagelse i tværgående projekter.
- Redaktion og bestyrelse mødes to gange årligt til strategi- og arbejdsseminar.
- Redaktør og formandskab afholder møde hver måned.
- Bestyrelsen repræsenterer folkekirken.dk i øvrige folkekirkelige sammenhænge og medvirker til at skabe gode samarbejder om kommunikation på tværs i folkekirken.