

KOMMUNIKATIONSPOLICY

Introduktion

Clowner utan Gränserns kommunikation tar avstamp i organisationens samlade värdegrund och ska vara med och bidra till förändring. Vi ska öka kunskapen om och engagemanget för människor i utsatta situationer runt om i världen, lyfta rösterna från de människor vi möter i verksamheten och sprida information om vikten av lek och glädje för att barns rättigheter och goda psykosociala hälsa ska säkerställas. Vi berättar om vad Clowner utan Gränser gör och effekterna av vårt arbete. Opinionsbildning i frågor rörande mänskliga rättigheter, och då särskilt FN:s konvention om barns rättigheter, är centrala delar i vårt arbete. En viktig del i vår kommunikation är insamlingsaktiviteter, kampanjer och givarkommunikation. All kommunikation ska bidra till målen i Clowner utan Gränserns övergripande strategi och vision.

Clowner utan Gränserns kommunikation genomsyras av följande ledord. Vi ska vara:

- Modiga
- Moderna
- Lekfulla
- Engageradande

Innebörden av dessa ord ska alltid finnas representerade i det Clowner utan Gränser kommunicerar, oavsett om det rör sig om text eller bild. I vissa fall kanske några värdeord är mer dominerande än andra, men det är viktigt att inget motsätter sig de värdeord som inte uppenbarligen uttrycks.

Tonalitet och språkbruk

Att använda ett enhetligt språkbruk och tonalitet gör Clowner utan Gränserns kommunikation tydlig. Det leder till att våra målgrupper, men också samarbetspartners, känner igen oss. Det skapar trovärdighet och tillit och stärker Clowner utan Gränserns varumärke och därmed våra möjligheter att arbeta framöver. Clowner utan Gränser ska vara en tydlig avsändare i vår kommunikation.

Ord är makt och Clowner utan Gränser är noga med att använda ett norm- och maktkritiskt samt inkluderande språkbruk. Vi utmålar inte människor som offer utan ska vara stärkande. Vi arbetar med människor på flykt och *inte* med "flyktingar". En människa är inte synonym med den situation hon befinner sig i.

Foto och dokumentation av barn

Hur Clowner utan Gränser dokumenterar vår verksamhet och barnen vi arbetar med, samt hur dessa bilder används, är en komplex del i vårt kommunikations- och barnskyddsarbete. En egen riktlinje för foto och dokumentation finns därför som en bilaga till denna kommunikationspolicy.

Övergripande har detta arbete två ben. Den ena är juridisk och handlar om hur Clowner utan Gränser ska följa GDPR-lagstiftningen och dataskyddsförordningen i vår hantering av personuppgifter. Här är hur vi hanterar samtycken en central del. Det andra benet är etisk snarare än juridisk och handlar om hur Clowner utan Gränser ska porträttera barn på ett stärkande sätt där rättighetsperspektivet och barnkonventionen respekteras.

Clowner utan Gränser delar ibland med oss av vårt bildmaterial till finansiärer, samarbetspartners och media när det handlar om att berätta om vår verksamhet. För kommersiella aktörer krävs ett

särskilt samtycke. Det ska alltid framgå att bilden kommer från Clowner utan Gränser och vem som tagit den.

Massmedierelationer

Den bild som radio, tv och tidningar ger av Clowner utan Gränser är av stor betydelse för hur allmänheten uppfattar oss. Därför är det viktigt att anställda och medlemmar ~~och volontärer~~ är goda ambassadörer för Clowner utan Gränser. Det är viktigt att du skiljer på dina privata åsikter och de åsikter som förs fram för Clowner utan Gränser. Exempelvis är Clowner utan Gränser religiöst och partipolitiskt obundna. Du får inte uttala dig i media som representant för Clowner utan Gränser i frågor som ligger utanför ditt ansvarsområde, detta för att säkerställa att rätt information förmedlas och för att inte äventyra enskilda individers eller organisationens säkerhet eller relationer. I frågor som rör Clowner utan Gränserns verksamhet måste du kontakta organisationens kommunikationsansvariga som bedömer vem som ska uttala sig. Clowner utan Gränserns generalsekreterare är officiell talesperson för organisationen och avgör ytterst vem som ska framträda i aktuella frågor, men kan delegera det till kommunikationsansvarig. Ingen är skyldig att yttra sig offentligt. Planerade medieaktiviteter ska alltid samordnas av kommunikationsansvarig på Clowner utan Gränserns kansli.

Sociala medier

En stor del av Clowner utan Gränserns kommunikation är digital och sker i sociala medier. Clowner utan Gränserns kanaler ska vara trygga rum för oss och våra följare. För att säkerställa detta tar vi bort kommentarer som vi anser stötande eller kränkande samt polisanmäler hot och hets hot grupper som omfattas av diskrimineringsgrunderna.

Medlemmar och anställda får gärna dela med sig av sitt arbete för Clowner utan Gränser i sina privata kanaler men i samband med ett uppdrag gäller samma riktlinjer där som för Clowner utan Gränserns officiella kanaler. Exempelvis ska representanter ej fota barn från verksamheten och publicera på sina konton.

Tryckt material

Clowner utan Gränser har som målsättning att vara en så digital organisation som möjligt på grund av hållbarhetsskäl. Ibland behöver dock material tryckas, då ska det alltid göras enligt Clowner utan Gränserns grafiska profil och genom att använda miljöcertifierade företag och produkter.

Internkommunikation

Internkommunikationens syfte är att underlätta för anställda och medlemmar att göra ett bra uppdrag, vara välinformerade, skapa engagemang och ett gott arbetsklimat som kännetecknas av delaktighet och dialog. Det ska vara tydligt för alla anställda och medlemmar vem som ansvarar för vad och hur en får tag på ytterligare information.

Kriskommunikation

En kris är en händelse som antingen påverkar en individ eller grupp som Clowner utan Gränser arbetar med eller en händelse som kan skada förtroendet för Clowner utan Gränser. Vid kris tar ansvariga, styrelsen eller generalsekreteraren beslut om vad som ska kommuniceras – på kort såväl som på lång sikt – och av vem. Alla andra i organisationen är skyldiga att följa de beslut som fattats.

Ansvarig

Det är Clowner utan Gränserns styrelse som ansvarar för att fastställa och uppdatera de policyer som organisationen behöver. Styrelsen ger i uppdrag till generalsekreteraren att säkerställa verkställandet av dessa policyer i det dagliga arbetet inom organisationen genom att ta fram riktlinjer och rutiner. Policyn revideras minst vartannat år, och antas av styrelsen.

Relaterade dokument

- Riktlinje för foto- och dokumentation
- Riktlinjer för språk, tonalitet och vokabulär