Kommunikations-plattform

Myndigheten
för civilt försvar

Kommunikation som kraft – för ett starkt civilt försvar

Vi är Myndigheten för civilt försvar, vårt jobb är att säkerställa att samhället är förberett för kris, höjd beredskap och krig. Vi ska stärka samhällets motståndskraft så att vi tillsammans kan agera om det värsta skulle hända. Genom kommunikation skapar vi förståelse, bygger förtroende och driver förändring. Därför är kommunikation en möjliggörare för att nå våra mål och uppfylla vårt större syfte.

Men kommunikation är inte bara en enskild avdelnings uppdrag – allt kommunicerar och alla kommunicerar. Därför är det avgörande att vi kommunicerar tillsammans, enhetligt och med ett gemensamt syfte. Den här plattformen är vår gemensamma grund. Här hittar du verktyg och vägledning för att kommunicera som Myndigheten för civilt försvar, så att varje enskild medarbetare kan bidra till helheten.

Tillsammans skapar vi kommunikation som inte bara informerar – den engagerar, förenar och skapar framtidstro.

Hälsningar,

Anna Lihr
Kommunikationsdirektör på Myndigheten för civilt försvar

Kommunikationsplattformens syfte

Kommunikationsplattformen samlar och sammanfattar våra viktigaste inriktande dokument för kommunikation. Den visar hur Myndigheten för civilt försvar ska kommunicera och är ett verktyg för dig som medarbetare eller leverantör. Syftet med kommunikationsplattformen är att skapa en konsekvent kommunikation som bidrar till att uppnå effekt och stärka bilden av myndigheten hos våra målgrupper. Det bidrar i sin tur till att vi uppnår myndighetens mål och till att vi får ett högt förtroende.

Du kan alltid fördjupa dig inom kommunikationsplattformens olika delar genom de olika inriktande dokumenten som plattformen bygger på, du hittar dem i vårt dokument- och ärendehanteringssystem Public 360.

Mer information finns också på intranätet.

Innehåll

Så kommunicerar vi – vår kommunikationsstrategi 4

Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar 6

Tillgänglig kommunikation 7

Språk och översättningar 10

Jämlik kommunikation 11

Avsändare 12

Vilka vi kommunicerar med – och varför det spelar roll 14

Välja kommunikationskanaler 15

Hur vi låter och känns – tonalitet 16

Hur vi ser ut – vår visuella identitet 18

Innehåll

Så kommunicerar vi
Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar
Tillgänglig kommunikation
Språk och översättningar
Jämlik kommunikation
Avsändare
Vilka vi kommunicerar med
Välja kommunikationskanaler
Hur vi låter och känns
Hur vi ser ut

Så kommunicerar vi – vår kommunikationsstrategi

Mål

Baserat på myndighetens mål ska vår kommunikation leda till:

- **Hög kännedom och högt förtroende** – Vi uppfattas som en trovärdig, relevant och ledande aktör. Vårt uppdrag är välkänt och myndigheten är synlig och lätt att känna igen som den centrala aktören inom det civila försvaret.
- **Kommunikationen är proaktiv, samordnad och handlingskraftig** – Vi kommunicerar samordnat, inriktar aktörerna inom det civila försvaret och bidrar till en gemensam riktning. Målgrupper möter tydliga, begripliga och samstämmiga budskap.
- **Myndigheten har en robust kommunikationsförmåga i hela hotskalan** – Vår kommunikationsförmåga fungerar även vid allvarliga samhällsstörningar, höjd beredskap och krig. Vi fångar upp behov, risker och informationspåverkan i tid och kan agera innan osäkerhet, ryktesspridning eller desinformation får fäste.
- **Målgrupperna har ökad kunskap, motståndskraft och försvarsvilja** – Människor, verksamheter och andra aktörer vet vad som förväntas av dem och hur de kan bidra till Sveriges civila försvar. Vår kommunikation stärker samhällets beredskap, motståndskraft och försvarsvilja och har en avskräckande effekt.
- **Attraktiv arbetsgivare med en internkommunikation som ger riktning och engagemang** – Vi är en attraktiv arbetsgivare med en internkommunikation som stärker engagemang och genomförandet av myndighetens mål.

Innehåll

Så kommunicerar vi
Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar
Tillgänglig kommunikation
Språk och översättningar
Jämlik kommunikation
Avsändare
Vilka vi kommunicerar med
Välja kommunikationskanaler
Hur vi låter och känns
Hur vi ser ut

Strategi

Vi ska alltid kommunicera med vår vision som ledstjärna

> Tillsammans för ett starkt civilt försvar.

Det innebär att vi:

- kommunicerar som den ledande aktören i det civila försvaret.
- kommunicerar som en myndighet, helhet framför delar.
- tar avstamp i omvärldsläget när vi kommunicerar.
- använder händelser för att kommunicera hela vår verksamhet.
- kommunicerar proaktivt och transparent.
- kommunicerar det vi vill skydda i balans med den hotbild som finns.
- utgår från våra målgrupper när vi kommunicerar.
- säkerställer och samarbetar för att kommunikationen inom hela det civila försvaret ska vara tydlig, begriplig och samordnad. Det gör vi i hela hotskalan, från vardag till krig.

Innehåll

Så kommunicerar vi
Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar
Tillgänglig kommunikation
Språk och översättningar
Jämlik kommunikation
Avsändare
Vilka vi kommunicerar med
Välja kommunikationskanaler
Hur vi låter och känns
Hur vi ser ut

Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar

Det finns flera sätt att förklara för oss själva och andra vilka vi är. Genom att göra det med en berättelse som talar till våra känslor kan vi få vårt komplexa uppdrag att kännas mänskligt, angeläget och tillgängligt. Det ger oss bra förutsättningar att inte bara informera, utan också engagera.

Vår berättelse väver samman vår vision, vårt uppdrag och hur vi vill uppfattas till en beskrivning med liv och känsla. Den kan användas i sin helhet, i delar eller som en andemening i kommunikation som beskriver varför vi finns och vad vi gör.

Vår berättelse – Tillsammans för ett starkt civilt försvar

Vi lever i en farlig tid. Vi ser hur hot efter hot riktas mot Sverige.

Samhällskriser som pandemier och naturkatastrofer skakar vår vardag.

Vi ska som land vara beredda på utmaningen hur den än ser ut. För att vi vet att vi skyddar något värdefullt; nämligen vår frihet, självständighet och demokrati.

Vi på Myndigheten för civilt försvar finns till för att livet ska kunna pågå, även under påfrestande omständigheter. Det är ingen liten sak. Vi arbetar med alltifrån att säkra skyddsrum till att få fler att sätta upp brandvarnare.

Vi ser till att myndigheter regioner, kommuner, företag, ideell verksamhet och privatpersoner är redo. Tillsammans bildar vi det civila försvaret som i det lilla och det stora gör Sverige starkare och mer motståndskraftigt. Sida vid sida med det militära försvaret bidrar vi till landets säkerhet.

Om det värsta ändå skulle hända, ska Sverige stå emot. I ett krig försvarar vi oss med uthållighet och förmåga. Och inte minst gemenskap och tillit.

Vi går till jobbet varje dag med en orubblig vilja att lösa vårt uppdrag. Våra medarbetare gör skillnad, från norr till söder, nu och imorgon.

Men vi behöver också dig. För det är tillsammans, och bara tillsammans, vi möter hoten med styrka.

Berättelsen finns också som film, du hittar den på intranätet.

Innehåll

Så kommunicerar vi
Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar
Tillgänglig kommunikation
Kunskap och kompetens om tillgänglighet
Webbplatser, appar och digitala tjänster
Dokument och publikationer
Sociala medier
Språk och översättningar
Jämlik kommunikation
Avsändare
Vilka vi kommunicerar med
Välja kommunikationskanaler
Hur vi låter och känns
Hur vi ser ut

Tillgänglig kommunikation

→ Ur Riktlinje för tillgänglig kommunikation

Tillgänglig kommunikation innebär att vi utformar vår kommunikation på ett sätt som gör att så många som möjligt kan ta del av den – oavsett mottagarens kunskapsnivå och eventuella begränsningar i att läsa, se, höra, förstå eller använda en viss kanal.

Att kommunicera tillgängligt skapar förtroende och är avgörande för vårt uppdrag. Som offentlig verksamhet har vi dessutom lagkrav på att information och kommunikation ska kunna nå så många som möjligt.

För att uppfylla lagkraven om tillgänglighet behöver vi säkerställa att

- språket är **tydligt och begripligt**
- information finns i **alternativa format** när det behövs
- formgivning och layout **underlättar läsning och förståelse**
- våra webbplatser och digitala verktyg **följer gällande internationell standard**.

Även språklagen och förvaltningslagen ställer krav på att vårt språk ska vara vårdat, enkelt och begripligt.

För att ge var och en goda förutsättningar att kommunicera tillgängligt arbetar myndigheten systematiskt inom ett antal olika områden som presenteras i detta avsnitt. Samtidigt har vi alla ett eget ansvar att följa lagkraven och bidra till en tillgänglig kommunikation.

Ditt ansvar – grundläggande ansvar och planering

- Du ska känna till att tillgänglighet är ett lagkrav och att du har en del i ansvaret för att vi uppfyller kraven.
- Du behöver känna till vem du kommunicerar med och vilka behov målgruppen har för att kunna anpassa språk, format och kanal. I avsnittet ”Vilka vi kommunicerar med” hittar du mer information och tips om målgrupper.
- Ta med tillgänglighet och eventuella översättningar i din tidsplanering, särskilt om leverantörer behöver vara involverade vid till exempel tillgänglighetsanpassning, översättningar, undertexter eller formatanpassning.
- Fundera på i vilka format du erbjuder informationen och om det behövs fler format.

Innehåll

Så kommunicerar vi

Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar

Tillgänglig kommunikation

- Kunskap och kompetens om tillgänglighet
- Webbplatser, appar och digitala tjänster

Dokument och publikationer

Sociala medier

Språk och översättningar

Jämlik kommunikation

Avsändare

Vilka vi kommunicerar med

Välja kommunikationskanaler

Hur vi låter och känns

Hur vi ser ut

Kunskap och kompetens om tillgänglighet

Alla som arbetar med kommunikation, digital service eller information behöver känna till att vår myndighet har ett gemensamt ansvar för att följa lagen om tillgänglighet till digital offentlig service (DOS-lagen). Det betyder inte att alla måste vara experter på tillgänglighet – men alla behöver förstå sin del av ansvaret.

Myndigheten, genom vissa ansvariga enheter, ser till att det finns tillräcklig kompetens för att leva upp till lagkraven kopplat till just kommunikation. Vissa specifika roller behöver ha särskild kunskap inom området, till exempel den som utvecklar, publicerar eller upphandlar digitala tjänster.

Webbplatser, appar och digitala tjänster

Myndigheten säkerställer att våra webbplatser, appar och övriga digitala verktyg och tjänster uppfyller kraven i lagen och följer gällande internationella standarder. Det innebär bland annat att

- vi använder färgkontraster som är läsbara,
- att knappar och formulär fungerar för alla (även för personer som använder skärmläsare) och
- att meningsbärande bilder har textbeskrivningar (alt-texter).

Till vår hjälp har vi bland annat ett designsystem som ska användas när webbplatser, appar och digitala tjänster tas fram, utvecklas och förvaltas. Tillgängligheten i våra digitala tjänster utvärderas kontinuerligt och brister följs upp och åtgärdas.

Ditt ansvar – publicera i digitala kanaler

- Du ska säkerställa att filer du laddar upp på våra webbplatser och sociala medier är tillgängliga (till exempel pdf, bild eller rörligt material).
- Dokument som ska publiceras digitalt ska följa tillgänglighets-kraven, även bilagor och tabeller. Använd våra mallar i Word och se till att använda förinställda formatmallar som till exempel rubriksnivåer, brödtext, layout på tabeller och citat.
- Ett dokument som är tillgäng-lighetsanpassat så långt det går i Word behöver mindre hand-påläggning av leverantör för att anpassas i pdf. Ju bättre under-lag, desto kortare tid och lägre kostnad för efterarbetet.
- Bilder som används i dokument, på webb, intranät och i sociala medier ska ha textbeskrivningar (så kallade alt-texter).

Innehåll

Så kommunicerar vi

Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar

Tillgänglig kommunikation

- Kunskap och kompetens om tillgänglighet
- Webbplatser, appar och digitala tjänster
- Dokument och publikationer
- Sociala medier

Språk och översättningar

Jämlik kommunikation

Avsändare

Vilka vi kommunicerar med

Välja kommunikationskanaler

Hur vi låter och känns

Hur vi ser ut

Dokument och publikationer

Vi har tillgänglighetsanpassade dokumentmallar för olika typer av behov, till exempel vägledningar eller rapporter. Om du ska publicera ditt dokument som en pdf krävs viss justering av en extern leverantör, då blir våra dokument helt tillgänglighets-anpassade enligt gällande lagkrav.

Sociala medier

När vi använder plattformar som tillhandahålls av tredje part, som sociala medier, har vi ansvar för att det innehåll vi själva publicerar där är tillgängligt så långt det är möjligt enligt gällande lagkrav.

Om en plattform har tekniska begränsningar som påverkar tillgängligheten arbetar vi för att minimera dessa effekter och erbjuder alternativ när det behövs. Vi har rutiner och mallar för hur och vad vi publicerar i våra sociala medier för att uppnå så hög tillgänglighet som möjligt.

Ditt ansvar – innehåll och digitala tjänster

Innehåll

- Du ska säkerställa att språket är korrekt, tydligt, begripligt och anpassat efter kanal och målgrupp.
- På intranätet finns information för att lära dig mer och bidra till att din information når ut till så många som möjligt.

Digitala tjänster och rörligt material

- Arbetar du med utveckling av webbplatser, appar eller digitala tjänster ska du säkerställa att de följer vårt designsystem.
- Filmer du tar fram eller beställer ska ha:
- undertexter där även ljud av betydelse beskrivs.
- en berättarröst för all grafik eller text i filmen som är viktig, till exempel bud-skap, textplattor eller logotypen.

Mer tips finns på intranätet, sök på ”Tillgänglighet”.

Innehåll

Så kommunicerar vi
Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar
Tillgänglig kommunikation
Språk och översättningar
Jämlik kommunikation
Avsändare
Vilka vi kommunicerar med
Välja kommunikationskanaler
Hur vi låter och känns
Hur vi ser ut

Språk och översättningar

→ Ur Rutin – urval och prioritering för översättningar

Svenska är vårt huvudspråk och ska användas i all kommunikation, enligt språklagen. Språket ska vara vårdat, enkelt och begripligt – oavsett språk, format och kanal.

På mcf.se och krisinformation.se ska vi tillhandahålla relevant basinformation om myndigheten, till exempel om vår verksamhet, kontaktvägar och service, på följande språk:

- svenska
- lättläst svenska eller lätt svenska
- engelska.
- de nationella minoritetsspråken – finska, jiddisch, meänkieli, romska arli, nordsamiska och sydsamiska
- svenskt teckenspråk

Vi ska även, så långt det är möjligt, översätta utvalt innehåll till flera språk. Det görs utifrån ämnet och behov hos målgruppen samt när det anses relevant och rimligt. Det handlar främst om information som är av stort intresse för allmänheten, till exempel informationsinsatser med allmänheten som målgrupp, utvald information med råd till privatpersoner på våra webbplatser, i foldrar eller informationsblad. För att underlätta urvalet finns ett basurval som redovisas i faktarutan till höger, men val av språk ska alltid utgå från det specifika uppdragets syfte, målgrupp och sammanhang.

Vid kriser och händelser är det händelsen som styr behovet av översättningar. Men även här finns ett urval presenterat med tillhörande arbetssätt. Ta del av rutinen för urval av språk i sin helhet i Public 360.

Översättning basurval – prioritetsordning

1. lättläst svenska eller lätt svenska
2. engelska
3. arabiska
4. persiska/Farsi
5. polska
6. ukrainska
7. somaliska
8. teckenspråk

Ditt ansvar – översättningar

- Om kommunikationen riktar sig till allmänheten är det särskilt viktigt att fundera på om informationen behöver översättas.
- Det är alltid det specifika uppdragets syfte, målgrupp och sammanhang som avgör om du behöver översätta och till vilka språk. Du kan använda de olika urvalen av språk som en vägledning, men du ska alltid göra en egen bedömning. Vi har leverantörer som kan vid behov göra språkanalyser som ger väl grundade språkurval.
- Översättningar ska beställas av översättningsleverantör och alltid kvalitetssäkras med second opinion.

Innehåll

Så kommunicerar vi
Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar
Tillgänglig kommunikation
Språk och översättningar
Jämlik kommunikation
Avsändare
Vilka vi kommunicerar med
Välja kommunikationskanaler
Hur vi låter och känns
Hur vi ser ut

Jämlik kommunikation

→ Ur Instruktion för jämlik kommunikation

Myndigheten för civilt försvar ska vara en myndighet för hela samhället och alla dess invånare. Jämlik kommunikation innebär att alla – oavsett kön, könsidentitet, etnicitet, religion, funktionsnedsättning, sexuell läggning eller ålder – ska kunna ta del av och känna sig inkluderade i myndighetens information och budskap.

Ditt ansvar – jämlik kommunikation

- Vi inkluderar en bredd av olika invånare i vår kommunikation med utgångspunkt i de sju diskrimineringsgrunderna
  - kön
  - könsidentitet
  - etnicitet
  - religion
  - funktionsnedsättning
  - sexuell läggning
  - ålder.
- I text och bild talar vi till, talar om och porträtterar människor på ett värdigt, representativt och jämlikt sätt.
- Vi undviker stereotypa gestaltningar som riskerar att ”låsa” människor i olika fack och roller.
- Vi lyfter fram goda exempel och förebilder som uppmuntrar till att bryta begränsande normer.
- Vi utgår från att kommunikation alltid tolkas olika beroende på mottagarnas erfarenheter och referensramar.
- Ta del av instruktion för jämlik kommunikation i sin helhet för fler tips.

Innehåll

Så kommunicerar vi
Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar
Tillgänglig kommunikation
Språk och översättningar
Jämlik kommunikation
Avsändare
Myndighetens kommunikativa avsändare
Utbud, verktyg, tjänster och sociala mediekanaler
Vilka vi kommunicerar med
Välja kommunikationskanaler
Hur vi låter och känns
Hur vi ser ut

Avsändare

→ Ur Riktlinje avsändararkitektur

Oavsett vilken del av verksamheten som kommunicerar är det Myndigheten för civilt försvar som är ytterst ansvarig och som garanterar kvaliteten och säkerheten i allt vi gör. Men vi har flera kommunikativa avsändare för vår kommunikation, merparten sker genom avsändaren Myndigheten för civilt försvar.

Myndighetens kommunikativa avsändare

- **Myndigheten för civilt försvar**: Myndighetens huvudsakliga röst som representerar verksamhetens arbete i stort – våra uppdrag, förordningar, riktlinjer, insatser, tillsynsarbete samt råd och stöd till prioriterade målgrupper. Merparten av myndighetens arbete och initiativ kommuniceras genom denna avsändare.
- **Krisinformation.se**: En gemensam röst för myndigheter och andra ansvariga vid kriser eller allvarliga händelser. Kanalen samordnar och förmedlar myndighetsinformation till allmänheten.
- **Tjugofyra7**: En redaktionell, oberoende röst för det arbete som sker inom myndighetens ansvarsområden, med syfte att stimulera till debatt, skapa engagemang och utbyte mellan aktörer inom civilt försvar och samhällsskydd.

Avsändarna har egna grafiska profiler.

Innehåll

Så kommunicerar vi

Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar

Tillgänglig kommunikation

Språk och översättningar

Jämlik kommunikation

Avsändare

Myndighetens kommunikativa avsändare

Utbud, verktyg, tjänster och sociala mediekanaler

Vilka vi kommunicerar med

Välja kommunikationskanaler

Hur vi låter och känns

Hur vi ser ut

Utbud, verktyg, tjänster och sociala mediekanaler

Avsändarnas utbud, verktyg och tjänster samt sociala mediekanaler är inte egna avsändare, de är en förlängning av respektive avsändare oavsett verksamhetsområde. Det betyder att de följer respektive avsändares grafiska profil och myndighetens designsystem. De ska också följa myndighetens namnlogik, det innebär att namn ska:

- **signalera nyttan, innehåll eller funktion** framför att använda konstruerade egennamn.
- **utgå från ett helhetsperspektiv** på myndigheten och ska ses som en del i en större helhet.
- **ha konsekvent användning av stora och små bokstäver**: Inledande versal begynnelsebokstav, följt av gemen begynnelsebokstav i nästa ordled. Vid användning av initialförkortning används versaler. Till exempel: Farliga ämnen och WIS.

Kommunikationsplattformen behandlar fortsättningsvis endast avsändaren Myndigheten för civilt försvar.

Ditt ansvar – avsändare

- Ska du ta fram nya verktyg, tjänster eller liknande ska du följa myndighetens namnlogik och ta kontakt med kommunikationsavdelningen inför beslut.

Innehåll

Så kommunicerar vi
Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar
Tillgänglig kommunikation
Språk och översättningar
Jämlik kommunikation
Avsändare
Vilka vi kommunicerar med
Myndighetens övergripande målgrupper
Välja kommunikationskanaler
Hur vi låter och känns
Hur vi ser ut

Vilka vi kommunicerar med – och varför det spelar roll

Myndigheten för civilt försvar behöver nå många olika målgrupper för att bidra till att vi når verksamhetens mål. Det blir mycket enklare att välja rätt språk, rätt budskap och rätt kanal när vi vet vem eller vilka vi kommunicerar med.

Myndighetens övergripande målgrupper

- **Aktörer**: Offentliga och privata organisationer, nationella såväl som internationella, som verkar inom området civilt försvar och krisberedskap. Hit hör till exempel kommuner, regioner, länsstyrelser, statliga myndigheter, näringsliv och frivilligorganisationer.
- **Allmänhet**: Privatpersoner som behöver information för att kunna utveckla och stärka sin förmåga att agera vid olyckor, kriser och krig och på så sätt bidra till ett starkt civilt försvar.
- **Media**: Journalister och redaktioner som förmedlar information vidare till våra målgrupper.
- **Våra uppdragsgivare**: Regering, riksdag och andra uppdragsgivare som behöver insyn i myndighetens arbete.
- **Medarbetare**: Chefer och medarbetare på Myndigheten för civilt försvar som behöver information för att genomföra sitt arbete och bidra till myndighetens mål.

Ditt ansvar – målgrupper

Utgå ifrån våra övergripande målgrupper men definiera dem mer detaljerat inom ramen för din kommunikationsplanering. Då kan du anpassa budskap, språk och kanal till mottagarnas behov.

Börja med tre snabba frågor:

1. Vem behöver ta del av informationen? En specifik aktör? En intern målgrupp? Allmänheten? En specifik del av allmänheten? Personer med en viss förkunskap?

2. Vad behöver de veta – just nu? Det viktigaste först, enligt klarspråksprincipen.

3. Hur gör jag det lättast för dem att ta till sig informationen? Val av språk, kanal och format (film, bildstöd, rapport).

När du har svarat på de här frågorna har du skapat bra förutsättningar för att börja skapa målgruppsanpassad kommunikation.

Vid större projekt, kampanjer eller mer komplexa ämnen kan du behöva fördjupa arbetet genom till exempel en målgruppsanalys. För att ta fram det kan du ta hjälp av kommunikationsavdelningen eller leverantör.

Innehåll

Så kommunicerar vi
Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar
Tillgänglig kommunikation
Språk och översättningar
Jämlik kommunikation
Avsändare
Vilka vi kommunicerar med
Välja kommunikationskanaler
Prioriteringsordning för kommunikationskanaler
Hur vi låter och känns
Hur vi ser ut

Välja kommunikationskanaler

→ Ur Kanalstrategin

Myndigheten för civilt försvar strävar efter en effektiv, sammanhållen och förtroendeingivande närvaro i kommunikationskanaler. För att uppnå det ska kanalerna väljas och prioriteras utifrån myndighetens gemensamma kanalstrategi.

Prioriteringsordning för kommunikationskanaler

1. **Egna kanaler**: De kanaler som Myndigheten för civilt försvar har kontroll över, helt eller delvis – det vill säga digitala kanaler, trycksaker, event och sociala medier. Exempel: vårt intranät, vår webbplats (mcf.se), 90 sekunder, Fortbildningstjänsten, RIB och WIS.
2. **Förtjänade kanaler**: När Myndigheten för civilt försvar inte betalar för utrymmet med pengar – utan genom att väcka intresse. Exempel: rekommendationer, recensioner och synlighet i sökmotorer.
3. **Köpta kanaler**: När Myndigheten för civilt försvar inte äger själva kanalen men betalar för att få använda den. Exempel: tidningsannonser, banners, stortavlor, direktreklam, reklam i tv och radio, sökordsannonsering och annonsering i sociala mediekanaler.

Den här prioriteringen förtydligas ytterligare i det årligt återkommande dokumentet ”Plan för prioriterade kanaler”. Där definieras vilka kanaler myndigheten ska prioritera under året och varför, vilket kan ge dig ytterligare vägledning i ditt val av kanaler. Diskutera kanalvalet med kommunikationsavdelningen. Funderar du på om köpta kanaler är rätt för det du ska kommunicera ska kommunikationsavdelningen alltid vara konsulterad och delta i beslutet.

→ Läs mer i dokumentet Plan för prioriterade kanaler.

Ditt ansvar – kanaler

- Utgå från prioriteringen i kanalstrategin i din kommunikationsplanering.
- Välj kanaler utifrån målgrupp och ämne för att nå ut på bästa sätt.
- Diskutera vid behov val av kanaler med kommunikationsavdelningen, det ska du alltid göra om du tror köpta kanaler kan vara rätt för din kommunikation.

Innehåll

Så kommunicerar vi
Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar
Tillgänglig kommunikation
Språk och översättningar
Jämlik kommunikation
Avsändare
Vilka vi kommunicerar med
Välja kommunikationskanaler
Hur vi låter och känns
Så här ska vi alltid uttrycka oss
Så här ska vi alltid upplevas
Hur vi ser ut

Hur vi låter och känns – tonalitet

Vår tonalitet talar om hur vi uttrycker oss, med målet att skapa kommunikation som låter och känns likadan. Då skapar vi igenkänning som i sin tur ökar kännedomen om och förtroendet för oss hos våra målgrupper.

Tonaliteten är indelad i två delar:

- En grundläggande del som handlar om hur vi **alltid ska uttrycka oss** och som är grundläggande för all vår kommunikation.
- En stämningsskapande del som hjälper oss att skapa en viss känsla eller stämning för att **alltid upplevas** på ett visst sätt.

Så här ska vi alltid uttrycka oss

- **Målgruppsanpassat**: Vi är lyhörda och utgår alltid från våra målgruppers förutsättningar och behov. Vi anpassar vårt språk utifrån målgruppens intresse, förkunskaper och situationen. Talar vi exempelvis med en bred målgrupp är vårt språk enkelt. Talar vi däremot med en professionell målgrupp kan vi använda förkortningar och expertbegrepp.
- **Tydligt**: Vi eftersträvar alltid att syftet och innehållet i vår kommunikation ska stå klart för mottagaren. Vem vi än talar med är vårt språk distinkt och rakt.
- **Uppmanande**: Vi arbetar samarbetsinriktat och tillsammans med våra målgrupper vilket betyder att vi behöver få dem att agera. Genom att peka på ett sätt att agera för målgruppen visar vi på vår ambition att vara lösningsorienterade.
- **Sakligt**: Vi uttrycker oss objektivt på en faktabaserad grund med en omvärldsanalys i botten. Vi berättar så konkret och rättframt som möjligt.

Innehåll

Så kommunicerar vi
Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar
Tillgänglig kommunikation
Språk och översättningar
Jämlik kommunikation
Avsändare
Vilka vi kommunicerar med
Välja kommunikationskanaler
Hur vi låter och känns
Så här ska vi alltid uttrycka oss
Så här ska vi alltid upplevas
Hur vi ser ut

Så här ska vi alltid upplevas

- **Vägledande**: Vi är en myndighet som leder utvecklingen och är förutseende. Vi förklarar nuläget för våra målgrupper, vi beskriver vägen framåt och pekar ut riktningen.
- **Engagerade**: Vi är outtröttliga i att driva våra frågor och visar i ord och handling ett engagemang som målgruppen känner. Vår kommunikation utstrålar energi och styrka.
- **Handlingskraftig**: Vi visar beslutsamhet och är inte rädda för att säga som det är. Vi uppmanar våra målgrupper till medvetet beslutsfattande, mod och ansvarstagande.

Ditt ansvar – tonalitet

- Ha koll på vår tonalitet och läs igenom den en extra gång innan du ska ta fram kommunikation.
- Fundera över ordval i texter och tal eller föreläsningar du ska hålla för att säkerställa att tonaliteten följs.

Innehåll

Så kommunicerar vi

Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar

Tillgänglig kommunikation

Språk och översättningar

Jämlik kommunikation

Avsändare

Vilka vi kommunicerar med

Välja kommunikationskanaler

Hur vi låter och känns

Hur vi ser ut

- Logotyp
- Samprofilering
- Färger
- Typsnitt
- Mönster
- Illustrationer
- Infografik
- Bilder
- Designsystem
- Profilmaterial

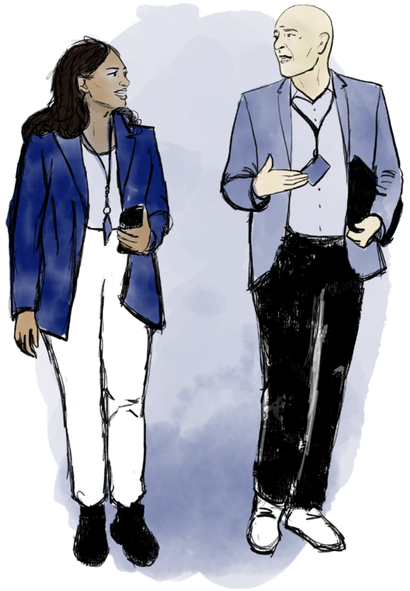
Hur vi ser ut – vår visuella identitet

→ Ur Grafisk manual

Vår grafiska identitet talar om hur vi ser ut med syfte att:

- Kommunicera enhetligt oavsett fråga för att skapa igenkänning och tydlighet i vår kommunikation, internt och externt.
- Bidra till att vi uppfattas som **en** myndighet, helhet före delar.
- Guida och hjälpa oss att göra rätt när vi ska ta fram eller beställa material – allt från ett internt dokument, till bilder och nationella kampanjer.

Fullständiga riktlinjer finns i den grafiska manualen.











Innehåll

Så kommunicerar vi

Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar

Tillgänglig kommunikation

Språk och översättningar

Jämlik kommunikation

Avsändare

Vilka vi kommunicerar med

Välja kommunikationskanaler

Hur vi låter och känns

Hur vi ser ut

- Logotyp
- Samprofilering
- Färger
- Typsnitt
- Mönster
- Illustrationer
- Infografik
- Bilder
- Designsystem
- Profilmaterial



Blå primär logotyp



Vit primär logotyp

Logotypen – visar att vi är avsändaren

Logotypen är vår främsta identitetsbärare och visar att det är vi som är avsändare. Den består av vårt heraldiska vapen och myndighetens namn.

Vi har också en sekundär logotyp, den används endast i ceremoniella sammanhang, som till exempel på gåvor som mynt och sköld eller på våra fasadskyltar.

Ditt ansvar – logotyp

- Använd våra mallar så kommer logotypen alltid vara rätt, vi har mallar för Word, Powerpoint och för andra typer av grafiskt material.
- Skapa inte egna versioner av logotypen, ändra inte logotypens form genom att till exempel beskära den, ändra proportionerna eller dela på texten och vapnet.

Innehåll

Så kommunicerar vi

Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar

Tillgänglig kommunikation

Språk och översättningar

Jämlik kommunikation

Avsändare

Vilka vi kommunicerar med

Välja kommunikationskanaler

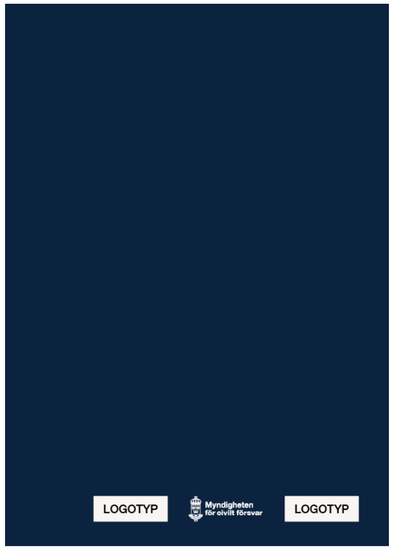
Hur vi låter och känns

Hur vi ser ut

- Logotyp
- Samprofilering
- Färger
- Typsnitt
- Mönster
- Illustrationer
- Infografik
- Bilder
- Designsystem
- Profilmaterial



Huvudavsändare. Myndigheten för civilt försvar är huvudavsändare och placeras först av alla logotyper.



Gemensam avsändare. Logotypen är placerad baserat på myndigheten roll och ansvar i sammanhanget.

När vi tar fram material tillsammans med andra

När vi tar fram material tillsammans med andra aktörer, så kallad samprofilering, ska vår logotyp användas på ett sätt som tydligt markerar myndighetens roll och ansvar.

Vår logotyp ska vid samprofilering alltid:

- vara väl synlig
- placeras på ett sådant sätt att vår roll i det aktuella fallet är tydlig
- storleksmässigt förhålla sig till övriga avsändare och deras roll i det aktuella fallet
- följa grafisk manual och mallar.

Innehåll

Så kommunicerar vi

Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar

Tillgänglig kommunikation

Språk och översättningar

Jämlik kommunikation

Avsändare

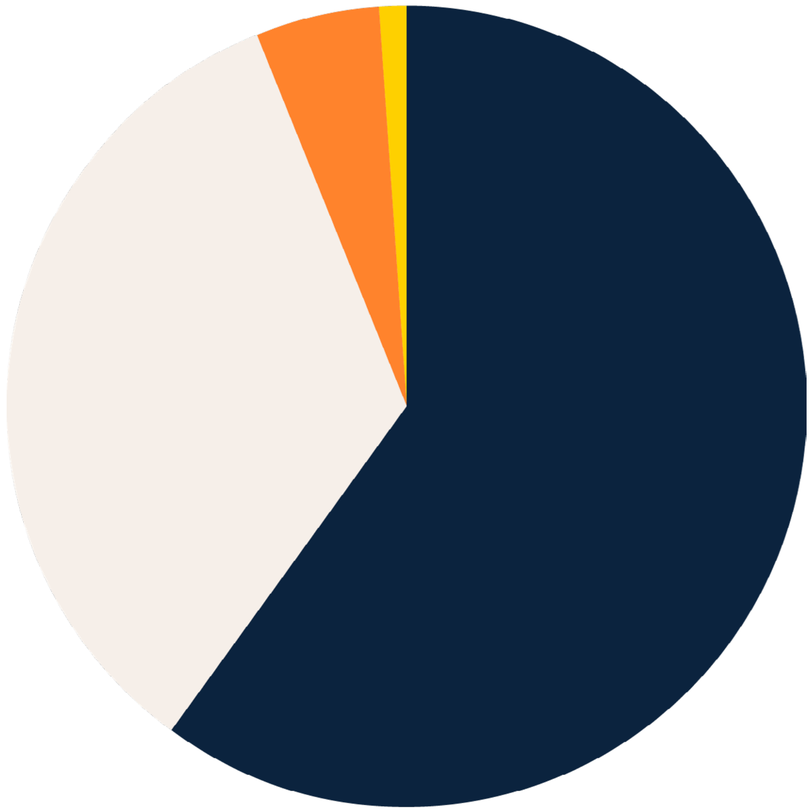
Vilka vi kommunicerar med

Välja kommunikationskanaler

Hur vi låter och känns

Hur vi ser ut

- Logotyp
- Samprofilering
- Färger
- Typsnitt
- Mönster
- Illustrationer
- Infografik
- Bilder
- Designsystem
- Profilmaterial



Färgerna i diagrammet. Marinblått används mest, mörkbeige lättar upp, ljusorange framhäver detaljer och gult används sparsamt för uppmärksamhet.

Färgpaletten – igenkänning och enhetlighet

För att ge ett enhetligt uttryck har vi en färgpalett, där de olika färger används på olika sätt.

Primär färg: Marinblå, vår huvudfärg som signalerar trygghet och seriositet.

Sekundär färg: Mörkbeige, kompletterar blått.

För detaljer: Ljusorange, är en viktig del av vår identitet då den tillsammans med blått skapar igenkänning. Används för att lyfta fram viktiga detaljer i vår kommunikation.

För att lyfta något viktigt: Gul, vår signalfärg som vi använder sparsamt.

Ditt ansvar – färger

- Använd våra mallar i till exempel Word och Powerpoint, där är rätt färger inställda.
- Använd alltid de färger som ingår i den grafiska profilen – undvik andra färger.

Innehåll

Så kommunicerar vi

Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar

Tillgänglig kommunikation

Språk och översättningar

Jämlik kommunikation

Avsändare

Vilka vi kommunicerar med

Välja kommunikationskanaler

Hur vi låter och känns

Hur vi ser ut

- Logotyp
- Samprofilering
- Färger
- Typsnitt
- Mönster
- Illustrationer
- Infografik
- Bilder
- Designsystem
- Profilmaterial

Helvetica Neue LT Pro. Används i rubriker, ingresser, kortare texter och kortare brödtexter.

Tillsammans för ett starkt civilt försvar

Adobe Garamond Pro. Används i längre brödtexter.

Tillsammans för ett starkt civilt försvar

Arial. Används i till exempel rubriker, ingresser, kortare texter och kortare brödtexter där vårt identitetstypsnitt inte finns.

Tillsammans för ett starkt civilt försvar

Garamond. Används i längre brödtexter där vårt identitetstypsnitt inte finns.

Tillsammans för ett starkt civilt försvar

Typsnitt – för enhetlighet och ökad läsbarhet

Våra utvalda typsnitt bidrar till ett enhetligt uttryck och tydlig läsbarhet.

I rubriker, ingresser, kortare texter och kortare brödtexter:

- Helvetiva Neue LT Pro, vårt identitetstypsnitt.
- Arial använder vi i Office och i sammanhang där vårt identitetstypsnitt inte finns.

I längre brödtexter:

- Adobe Garamond Pro, vårt identitetstypsnitt.
- Garamond använder vi i Office och i sammanhang där vårt identitetstypsnitt inte finns.

Ditt ansvar – typsnitt

- Använd alltid våra mallar, så blir det automatiskt rätt typsnitt.
- Byt inte typsnitten när du använder mallarna.

Innehåll

Så kommunicerar vi

Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar

Tillgänglig kommunikation

Språk och översättningar

Jämlik kommunikation

Avsändare

Vilka vi kommunicerar med

Välja kommunikationskanaler

Hur vi låter och känns

Hur vi ser ut

- Logotyp
- Samprofilering
- Färger
- Typsnitt
- Mönster
- Illustrationer
- Infografik
- Bilder
- Designsystem
- Profilmaterial



Utsnitt. Mönstret används i utsnitt med tre trianglar. Trianglarnas hörn ligger utanför bild.



Tillämpning. Framsida i en rapport. Triangeln i mitten ersätts av en bild.



Mönster – visuellt kännetecken

Triangelmönstret är ett visuellt kännetecken som stärker igenkänningen för vår myndighet. Den kan användas på olika sätt som ger variation samtidigt som den bidrar till att skapa ett konsekvent uttryck. Vårt mönster är inspirerat av det internationella kännetecknet för civilförsvar och består av sammansatta trianglar.

Ditt ansvar – mönster

- Använd alltid våra mallar, där finns vårt mönster på det sätt det ska användas.
- Trianglarnas brytningar ska inte hamna under text.

Tillämpning. Avslutningsbild i en presentation.



Innehåll

Så kommunicerar vi

Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar

Tillgänglig kommunikation

Språk och översättningar

Jämlik kommunikation

Avsändare

Vilka vi kommunicerar med

Välja kommunikationskanaler

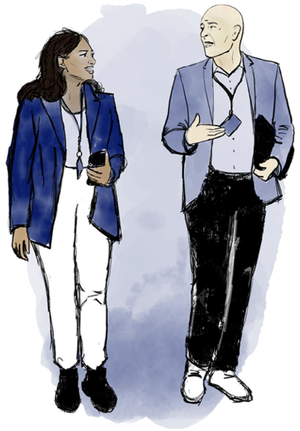
Hur vi låter och känns

Hur vi ser ut

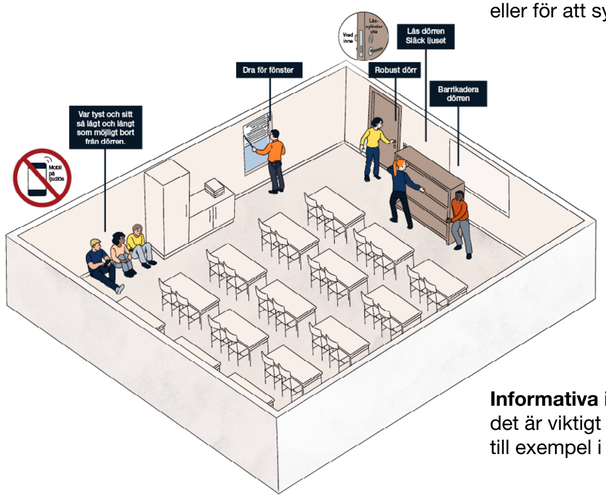
- Logotyp
- Samprofilering
- Färger
- Typsnitt
- Mönster
- Illustrationer
- Infografik
- Bilder
- Designsystem
- Profilmaterial



Enkla illustrationer används för illustrationer i mindre format och som symboler, till exempel på en webbsida eller en presentation.



Dekorativa illustrationer används till på exempel omslag, för att lätta upp en lång text eller för att symbolisera abstrakt innehåll.



Informativa illustrationer används när det är viktigt att visa detaljer realistiskt, till exempel i utbildningsmaterial.

Illustrationsmanér – förklarar och förtydligar

Illustrationer hjälper oss att förklara, förtydliga och göra innehållet mer levande. De kan visa händelseförlopp, ge instruktioner, pryda ett omslag eller bara lätta upp.

Illustrationsmanéret består av olika nivåer,

- enkla illustrationer
- dekorativa illustrationer
- informativa illustrationer

Ditt ansvar – illustrationer

- När du behöver illustrationer ska du beställa dem av leverantör utifrån riktlinjerna i den grafiska manualen.
- Fundera på vilken nivå som bäst bidrar till att förklara och förtydliga ditt budskap.

Innehåll

Så kommunicerar vi

Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar

Tillgänglig kommunikation

Språk och översättningar

Jämlik kommunikation

Avsändare

Vilka vi kommunicerar med

Välja kommunikationskanaler

Hur vi låter och känns

Hur vi ser ut

- Logotyp
- Samprofilering
- Färger
- Typsnitt
- Mönster
- Illustrationer
- Infografik
- Bilder
- Designsystem
- Profilmaterial

Figur. Exempel figur som visar en process

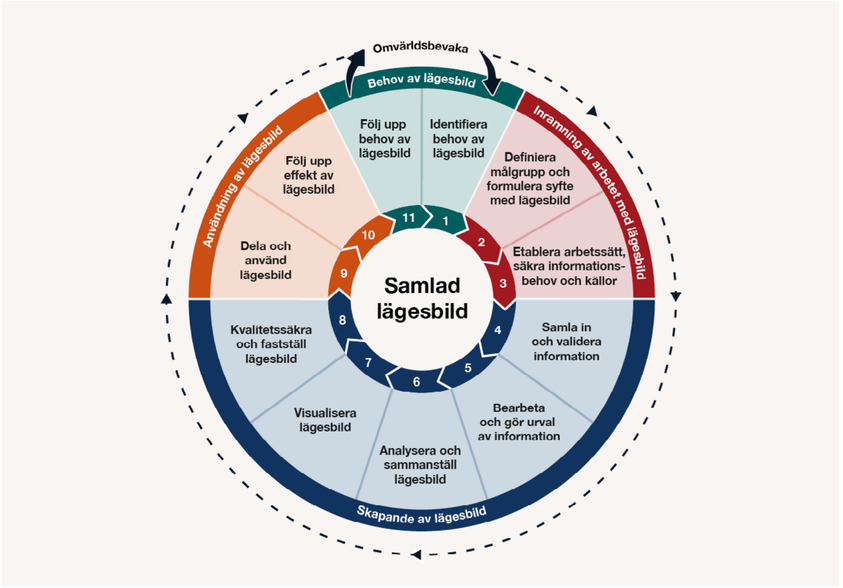
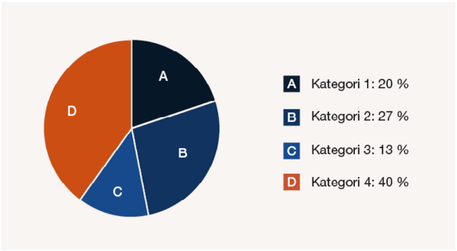


Diagram. Exempel cirkeldiagram



Ikon. Exempel ikon i olika utföranden



Infografik – visualiserar för bättre förståelse

Infografik används för att visualisera till exempel data, processer och samband.

Infografik kan vara

- diagram
- figurer
- ikoner
- faktarutor

Ditt ansvar – infografik

- I våra mallar finns infografik som följer vår grafiska profil som du kan använda dig av i dina dokument.

Innehåll

Så kommunicerar vi
Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar
Tillgänglig kommunikation
Språk och översättningar
Jämlik kommunikation
Avsändare
Vilka vi kommunicerar med
Välja kommunikationskanaler
Hur vi låter och känns
Hur vi ser ut
- Logotyp
- Samprofilering
- Färger
- Typsnitt
- Mönster
- Illustrationer
- Infografik
- Bilder
- Designsystem
- Profilmaterial



Bildmanér – enhetliga bilder som förtydligar

Vårt bildmanér bygger på att tre kriterier tas i beaktning vid bildproduktion och bildval. Kriterierna bygger på myndighetens tonalitet. De tre kriterierna är:

Tydlig

Bilderna har en tydlig koppling till det vi vill kommunicera och budskapet vi vill förmedla. Tydligheten har stor betydelse för förståelsen av budskapet.

Verkligt

Vi använder så ofta vi kan bilder från verkliga situationer, händelser och verksamhet. Bilderna är trovärdiga och enkla att relatera till. I det fall vi iscensätter bilder är målsättningen att de ska upplevas som bilder från verkliga miljöer och situationer. Att ha verkliga bilder har stor betydelse för förståelsen av budskapet men också för hur budskapet uppfattas, alltså vilka känslor det väcker hos mottagaren.

Aktivt

Bilderna visar på handlingskraft, styrka och engagemang. Bilderna ger en känsla av rörelse, energi, interaktion och aktivitet. Det här kriteriet har stor betydelse för hur budskapet uppfattas, alltså vilka känslor det väcker hos mottagaren.

Innehåll

Så kommunicerar vi

Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar

Tillgänglig kommunikation

Språk och översättningar

Jämlik kommunikation

Avsändare

Vilka vi kommunicerar med

Välja kommunikationskanaler

Hur vi låter och känns

Hur vi ser ut

- Logotyp
- Samprofilering
- Färger
- Typsnitt
- Mönster
- Illustrationer
- Infografik
- Bilder
- Designsystem
- Profilmaterial



Vad vi gör i frågan. Flygplan som vattenbombar



Vad andra gör. Räddningstjänst eller organisation som släcker bränder



Effekten i samhället. En släckt skogsbrand

Bildval

När du ska välja en bild ska du använda dig av kategorierna nedan. Det säkerställer att det finns ett tydligt syfte med bilderna vi publicerar. Alla våra bilder ska så långt det är möjligt tillhöra någon av kategorierna.

Vad vi gör i frågan

Vi visar vår egen verksamhet, till exempel materiell, övningar eller personal i arbete.

Vad andra aktörer som vi leder och inriktar gör i frågan

Vi visar det arbete som görs inom det civila försvaret, till exempel räddningstjänstens hantering i samband med en händelse, aktiviteter hos kommuner i samband med beredskapsveckan, övningar, eller gemensamma möten.

Effekten i samhället

Vi visar på effekten vårt arbete har i samhället, det kan vara att:

- Visa ett fungerande samhälle, till exempel transporter som rullar, människor som går på gatan eller ett skyddsrum.
- Visa på en förutsättning för att kunna ha ett fungerande samhälle under kris eller krig, till exempel översvämningsbarriärer, personer som köar för att hämta vatten eller grannar som hjälps åt vid en kris.

Innehåll

Så kommunicerar vi

Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar

Tillgänglig kommunikation

Språk och översättningar

Jämlik kommunikation

Avsändare

Vilka vi kommunicerar med

Välja kommunikationskanaler

Hur vi låter och känns

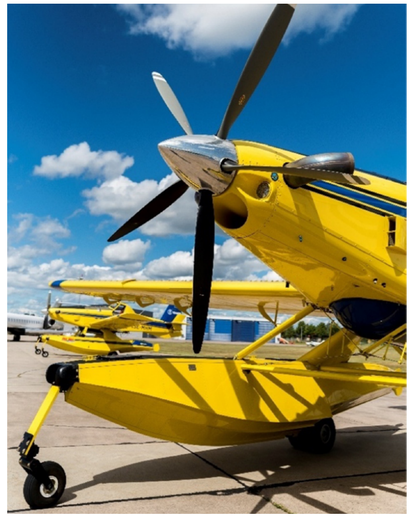
Hur vi ser ut

- Logotyp
- Samprofilering
- Färger
- Typsnitt
- Mönster
- Illustrationer
- Infografik
- Bilder
- Designsystem
- Profilmaterial













Våra bilder

- Använder naturligt ljus alternativt upplevs som naturligt ljussatta.
- Har balanserade och neutrala färger.
- Följer miljöns färger och förutsättningar, till exempel att årstiderna och platsernas olika ljus och färg tar plats i bilderna.
- Är kontrastrika på ett naturligt sätt som inte sticker ut.

Hur våra bilder inte ser ut – vi använder inte:

- kraftigt retuscherade bilder
- bilder med onaturliga färgfilter
- bilder som upplevs konstlat arrangerade
- bilder som upplevs överkliga och genererade av AI.

Ditt ansvar – bilder

- Använd dig av vår bildbank när du är i behov av bilder, du når den på intranätet.
- När du publicerar en bild ska du uppge fotograf i anslutning till bilden. Det gör du på följande sätt: ”Bild: Myndigheten för civilt försvar, Namn på fotograf.”

Innehåll

Så kommunicerar vi

Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar

Tillgänglig kommunikation

Språk och översättningar

Jämlik kommunikation

Avsändare

Vilka vi kommunicerar med

Välja kommunikationskanaler

Hur vi låter och känns

Hur vi ser ut

- Logotyp
- Samprofilering
- Färger
- Typsnitt
- Mönster
- Illustrationer
- Infografik
- Bilder
- Designsystem
- Profilmaterial



Designsystem – tillgängligt och användarvänligt

Designsystemet är grunden för enhetliga, tillgängliga och användarvänliga lösningar i våra digitala kanaler. Det består av riktlinjer och komponenter som tillsammans fungerar som en verktygslåda för design och utveckling.

Ditt ansvar – designsystem

- Du som arbetar med utveckling av webbplatser, appar eller digitala tjänster ska känna till designsystemet väl och säkerställa att samtliga digitala lösningar följer designsystemet.

Innehåll

Så kommunicerar vi

Berättelsen om Myndigheten för civilt försvar

Tillgänglig kommunikation

Språk och översättningar

Jämlik kommunikation

Avsändare

Vilka vi kommunicerar med

Välja kommunikationskanaler

Hur vi låter och känns

Hur vi ser ut

- Logotyp
- Samprofilering
- Färger
- Typsnitt
- Mönster
- Illustrationer
- Infografik
- Bilder
- Designsystem
- Profilmaterial



Rollup exempel med endast rubrik, rubrik och bild och rubrik och text



Penna (fram- och baksida)



Tablettask (fram- och baksida)

Profilmaterial till mässor, konferenser och event

Vi har ett standardutbud med profil- och present-produkter där allt är skapat utifrån vår visuella identitet. I utbudet finns allt från kläder och presentartiklar till rollups och monterbord. Läs mer på intranätet.

Ditt ansvar – profilmaterial

- Använd dig av standardutbudet så lång det går.
- Har du behov av mäss- och konferensmaterial med budskap om en specifik fråga beställer du det av en leverantör.
- Planera och beställ ditt material i god tid.

Myndigheten
för civilt försvar