

STRATEGIPLAN DÅP 2021-2023

BORG BISPEDØMME

Dåp er et naturlig valg for medlemmer i Den norske kirke

Vedtatt i Borg bispedømmeråd 15.12.20

1. Bakgrunn

Oppslutningen om dåp i Den norske kirke har i en årrekke vært synkende. Under overskriften «Dåpsløftet» har Kirkerådet i samarbeid med bispedømmerådene hatt fokus på å mobilisere kirkens arbeid med dåp siden 2010 for å møte denne utviklingen. Dåp har vært fokusområde i rapportering og styringssamtaler, det har blitt gjennomført foreldreundersøkelser og forskning. Dåp har vært tema på fagdager og konferanser for kirkelig ansatte og Den norske kirke har brukt mye ressurser på utvikling og gjennomføring av ulike kommunikasjons-kampanjer både nasjonalt, regionalt og lokalt.

Det er behov for mer kunnskap om og gode holdninger til dåp. Kirken ønsker å gi foreldre frimodighet til å velge dåp for barna sine, og en forståelse for hva det er vi døver til. Det er nødvendig at møtet med kirken oppleves godt, dåp må være tilgjengelig når det er etterspurt, og det trengs god informasjon om muligheter og tilgjengelighet for dåp i ulike rammer.

I 2019 opplevde Borg bispedømme, for første gang på mange år, en økning i antall dåpshandlinger, men vi ser at den nedadgående trenden har vært så sterk at det trengs en ytterligere satsing. Derfor arbeides det videre med hvordan vi kan styrke oppslutningen om dåp.

2. Overordnede mål i dåpsarbeidet

Kirkens grunnleggende oppdrag til alle tider og alle steder er gitt fra Kirkens Herre: *«Døp dem til Faderens og Sønnens og Den hellige ånds navn og lær dem å holde alt det jeg har befalt dere.»*. En satsing på dåp er grunnleggende viktig fordi dåp er viktig for hvert menneske som blir døpt og dermed også for kirken. Dersom oppslutningen om dåp fortsetter å synke, vil det føre til at færre og færre får en relasjon til kirken.

Kirkerådet har hatt en satsing på dåp fra 2019 som videreføres i 2021. Borg har i sin strategiplan dåp som ett av fire strategimål og fem strategier for å nå målene.

Hovedmålene i Kirkerådets dåpsatsing, med kobling til strategiplanen i Borg i parentes:

- **Å øke oppslutningen om dåp** (strategimål 2 i Borg)
 - Dåpsatsingen skal vise at Den norske kirke ønsker å være med på å feire nyfødte barn og å invitere udøpte i alle aldre inn i kirkens fellesskap.
 - Gi kirkens medarbeidere og ledelse kunnskap om utviklingstrekk i samfunnet og de utfordringene dette innebærer når det gjelder kirkens arbeid med dåp.
 - Stimulere kirkens medarbeidere til refleksjon og økt bevissthet om dåpens betydning i sitt eget og andre menneskers liv.
- **Mållrettet kommunikasjonsarbeid med god kvalitet** (strategi 2 i Borg)
 - Dåpsatsingen skal gi kunnskap om dåp og inspirasjon til å velge dåp. Ut fra dette skal vi kunne målrette kommunikasjonen og sikre at den når frem til mottaker på en god og tydelig måte.
 - Identifisere og fjerne unødig hindringer for mennesker som ønsker dåp og sikre at mennesker som søker informasjon om dåp finner informasjon og blir møtt på en god måte.

DÅP I BORG Justert strategiplan Dåp i Borg

Samtidig ønsker den også å trygge ansatte og frivillige på hvorfor dåpen er viktig, og gi de et språk for å snakke forståelig om dåp.

- **God dåpspraksis i Den norske kirke** (strategi 1 i Borg- øke kvalitet i kirkelige handlinger)
 - Kirken må arbeide for god kvalitet i dåpsarbeidet ved at dåpsgudstjenestene oppleves inkluderende og gode og videreutvikles med fleksibel tilrettelegging av dåp i ulike rammer.
 - Kirken må sikre god tilgjengelighet til dåp med jevnlig gudstjenestefrekvens i alle bispedømmets kirker. Informasjon om dåp må være lett å finne, og rutinene for påmelding må være gode og tilgjengelige.

3. Kunnskapsgrunnlag og status mål per nå

Resultat strategimål 2 Øke oppslutning om dåp

Om fødsel og fødselstall:

Det ble født 54495 barn i Norge i 2019, 600 færre enn i 2018.

Det er 1,53 barn per kvinne, laveste målt noen gang. Årsak: utsettelse av barn nr. 1

2019: Gjennomsnittsalder for førstegangsfødende er 29,8 år, for menn 32 år. For kvinner er dette en økning siste 5 år med nesten ett år.

Fødselstall i Norge og Borg i 2010 og 2019:

	Fødte totalt	
	2010	2019
Hele landet	61442	54495
Borg Bispedømme	7472	7093

Antall fødte sett i sammenheng med andel fødte av 1. og 2. generasjon innvandrere:

	1. & 2. gen. innvandrere 0 år				"Norskdel" av total	
	2010		2019		Fødte	
	Antall	Andel av fødte	Antall	Andel av fødte	2010	2019
Hele landet	8266	13,5	12116	22,2	53 176	42 379
Borg	1 187	15,9	1 851	26,1	6 285	5 242

Andel fødte av antall fødte totalt og av antall fødte uten innvandrerbakgrunn:

	Døpte /dåpshandlinger					
	2010			2019		
	Antall	Andel av total	Andel av "norskdel"	Antall	Andel av total	Andel av "norskdel"
Hele landet	41100	66,9	77,3	28011	51,4	66,1

Borg	4812	64,4	76,6	3378	47,6	64,4
------	------	------	------	------	------	------

Ut fra disse tallene ser vi at selv om vi tar bort andel fødte med innvandrerbakgrunn i *fødselstallene*, er tallene synkende fra 2010 til 2019.

Med utgangspunkt i statistikk for bispedømmet kan vi se følgende:

- Det er en økning i antall dåpshandlinger på 2,5 % (2018-2019). I et femårsperspektiv (fra 2014), er nedgangen i antall dåpshandlinger på 20 %.
- 5,4 % av dåpshandlingene er i tilknytning til konfirmasjon (selv om konf.handlinger går ned - 3,3 %)
- Det er en reell oppgang i dåp i Nedre Romerike, Øvre Romerike, Nordre Follo og Vestre Borgevysse
- Vestre Borgevysse og Nordre Follo har størst økning av døpte i tilknytning til konfirmasjon
- Vi ser at økt oppslutning/tilbud om babysang og styrket fokus på dåp i hovedgudstjenesten kan være to faktorer for økt dåpsoppslutning.

Medlemsundersøkelse sommer 2020:

Det ble gjennomført medlemsundersøkelse sommeren 2020. Totalt 77 % av medlemmene svarer at de ville døpt barnet dersom de fikk barnet nå. I aldersgruppen 15-29 år er det 75% for samme svar, mens for aldersgruppen 30-39 år er det 64 % som svarer det samme.

På påstanden «Jeg opplever at kirken er relevant for meg» svarer 33 % at de er enige i dette. For aldersgruppen 15-29 år er denne 21 % (kommende foreldre) og for gruppen 30-39 år er denne 26 %. Det vil si at det vil være viktig å arbeide med relevans og relasjon, slik at dåp vil bli et naturlig valg for medlemmene.

Generell kunnskapstatus på området

Fra ulike rapporter og undersøkelser om dåp de siste årene vet vi følgende:

Hvorfor velges dåp	Hvorfor velges ikke dåp
Tradisjonen står sterkt mange steder	Har ikke tilknytning til Dnk
Det er familiær forventning om dåp	Dåp oppleves ikke som relevant
Ønske om tilhørighet	Tradisjonen for dåp står svakere
tro	Et ønske om at barnet skal velge selv

Kilder:

- 2014 IPSOS MMI - på oppdrag fra Kirkerådet: Fokusgruppeundersøkelse om foreldres vurderinger rundt valg av dåp.
- KIFO rapport 2015:2 «Når det rokkes ved tradisjoner og tilhørighet» (Oslo bispedømme)

Status for strategiene

1. Øke kvalitet i kirkelige handlinger- God dåpspraksis i Den norske kirke

Status nå: Ansatte legger godt til å rette for å sikre kvaliteten i dåpsgudstjenestene. Dåpspåmelding kan være utfordrende for de som ikke vet hvilket sokn de hører til eller der det ikke finnes tilgjengelig påmelding til dåp på nett. 12 menigheter har ikke påmelding på nett tilgjengelig.

2. Målrettet kommunikasjonsarbeid med god kvalitet

I questback-undersøkelsen, var det klare tilbakemeldinger om at den største utfordringen til menighetene er kommunikasjon. Både det å få kontakt med målgruppen, men også å snakke et språk som målgruppa forstår om hvorfor dåp er relevant, melder mange er utfordrende.

Med utgangspunkt i questback gjennomført i bispedømmet vet vi følgende: (62 menigheter svart våren 2020)

- 38 % henter materiell fra www.ressursbanken.no
- 87 % bruker egetprodusert materiale i arbeidet med å kommunisere om dåp
- Det brukes mest «grønne» arenaer til å kommunisere om dåp
- 19 % bruker målrettet annonsering i sosiale medier
- De største utfordringene menighetene har i fht oppslutning av dåp gjelder
 - kommunikasjon: kontakt med målgruppen, snakke et språk som målgruppa forstår, hvorfor dåp er relevant, at dåp er enkelt å gjennomføre, samhandling i stab om viktigheten av å markedsføre dåp,
- I alle prostier var det planer om å gjennomføre drop-in dåp i løpet av 2020 (questback besvart før 12.03.20).
- Behov som meldes inn handler i all hovedsak om ressurser i forhold til de utfordringene menigheten løfter frem

Medlemsundersøkelsen (gjennomført sommer 2020) viser at

- 77 % av medlemmene ville døpt dersom de fikk barn nå.
- For aldersgruppen 15 år – 29 år er dette tallet 75 %. For aldersgruppen 30 år – 39 år er dette tallet 64 %

I menighetene blir det arbeidet kontinuerlig med utgangspunkt i strategiene, men fordi vi ser viktigheten av dåp, er det derfor ønskelig å styrke dette arbeidet, og støtte menighetene i deres utfordringer.

4. Forslag visjon, delmål og tiltak dåp Borg 2021-2023

Visjon

Hovedmålet er å øke oppslutningen om dåp. Med utgangspunkt i dette er visjonen for dåpsattsingen:

Dåp er et naturlig valg for medlemmer i Den norske kirke

Delmål

Det har vært gjort mange tiltak og laget mange planer for dåpsarbeidet. Vi vil nå videre i dette arbeidet og foreslår fire delmål.

1. Vi ønsker en kirke som har god relasjon til unge voksne

Om dåp skal være et naturlig valg, betyr det at dåpen må være et kjent alternativ og det må være relevant for de som er i målgruppen. Dersom det ikke har vært noe kontakt mellom kirke og nybakte foreldre siden konfirmasjon, er det ikke sikkert at foreldrene tenker at dåp er et naturlig valg.

Det har i flere år vært fokus på aldersgruppa 18-30 i Den norske kirke. Mange i denne aldersgruppa er i en endringsfase, mange flytter for å gå på skole et annet sted, det er mange valg i forbindelse med utdanning, og det er også i denne perioden at man etter hvert får barn. På grunn av endring av bosted, kan dette gjøre at tilhørigheten til lokalkirken svekkes. Vi ser også av medlemsundersøkelsen at kirkens relasjon og relevans er svak for denne aldersgruppa. Vi må derfor se på hva denne aldersgruppen trenger, for å møte behovet, og dermed skape en relasjon. Noen menigheter tilbyr brudevals, andre samlivskurs for nygifte.

Tiltak:

- **Borg bispedømmeråd utvikler forslag til innhold i et unge-voksne tilbud som tar utgangspunkt i målgruppens behov og som bidrar til å utvikle en relasjon til kirken. Utviklingen skjer i samarbeid med lokalkirkene.**

2. Dåp skal være enkelt og trygt å gjennomføre

Fra det øyeblikket noen begynner å vurdere dåp, med søk på nett etter informasjon og påmelding, til dåpen er gjennomført i kirken, skal dette være en enkel og trygg prosess. Ikke alle vet hvilken kirke de tilhører eller hvor de skal døpe, noen er usikre på hvordan dette skjer, eller hvordan man melder til dåp. Dersom dåpsforeldrene støter på utfordringer eller blir usikre underveis, kan det føre til at de ikke bryr seg om å døpe barnet likevel. Derfor må det sikres at hele forløpet skal oppleves enkelt og trygt. Tjenstedesign har som mål å utvikle brukerrettede og helhetlige tjenester, der brukeren står i sentrum. I dette delmålet er det akkurat det som ønskes oppnådd – at dåp skal være enkelt og trygt å gjennomføre. Tjenstedesignet skal være tilpasset dåpsforeldrene eller den som ønsker å bli døpt.

Tiltak:

- **For å sikre at dåp er enkelt å gjennomføre, vil Borg bispedømmeråd gjennomføre en brukerreise og utvikle denne basert på kunnskap om tjenstedesign i det digitale samfunnet. Det er ønskelig å bruke et profesjonelt selskap til å se på hvordan dette er nå. Ut fra dette kan de finne punktene for forbedring i dette, slik at ingen som vurderer dåp, skal bli hindret av utfordringer underveis.**

3. Målgruppen skal ha mottatt forståelig informasjon om hvorfor dåp er viktig

Det kan være en utfordring å snakke forståelig om dåpen. Det er skrevet mye om dåp, men å forklare på en forståelig og kortfattet måte om hvorfor dåpen er viktig, syns mange er utfordrende (jf. questbackundersøkelse i menighetene i Borg 2020). Dersom ansatte og frivillige ikke har et godt språk for hvorfor dåpen er viktig, klarer vi heller ikke å kommunisere dette videre til målgruppa. Dette vil også kunne gjelde for dåpssamtalen, som enten forgår som en samling med flere dåpsforeldre, eller i samtale med hvert enkelt foreldrepar. Vi må erkjenne at dåpssamlingen er mer opplærende og gir mindre rom for samtaler om det eksistensielle, og det må vurderes hva som gir mest rom for god kommunikasjon.

Tiltak:

- **Borg bispedømmeråd lager et e-læringskurs som obligatorisk opplæring for alle nyansatte i bispedømmet. Dette kan også tilbys til frivillige. E-læringskurset inneholder konkrete anbefalinger om hvordan man snakker om dåp til ulike målgrupper avhengig av tro og tilhørighet. Det skal som ledd i dette arbeidet også utvikles ressurser som ansatte og frivillige kan benytte seg av i dåpskommunikasjon med ulike målgrupper.**

4. Dåp utenfor hovedgudstjenesten

Etter forrige gudstjenestereform (1977) har det vært mest vanlig at dåpen har blitt gjennomført i hovedgudstjenesten. Likevel har mange steder hatt praksis og erfaring med egne dåpsgudstjenester i Den norske kirke, med gode erfaringer. Etter at covid—19 satte begrensninger for hvor mange som kan være til stede i kirkerommet, har egne dåpsgudstjenester økt betraktelig. Det har foreløpig ikke vært gjennomført noen undersøkelser om hvordan dette har fungert, men både prester og prostere melder om at tilbakemeldingene fra dåpsfølgene som har vært med på dåpsgudstjenester har vært overveldende positive.

Det er blitt gjennomført drop-in dåp i alle prostier. Dette ønskes videreført, og det arbeides med en bispedømme-koordinert kampanje for drop-in dåp i 2021 og en nasjonal kampanje i 2022. Dette gir rom for å senke terskelen til dåp både for de som ser på dåp som en økonomisk utfordring og for de som syns det er utfordrende med en hel gudstjeneste, og på denne måten kan vi tilrettelegge for dåp for enda flere.

Utfordringen med dåp utenfor hovedgudstjenesten, vil være tilknytningen til det generelle gudstjenestelivet i menigheten. Menighetene må derfor tenke gjennom hvordan man kan knytte de gjennomførte dåpshandlingene til hovedgudstjenesten. Samtidig er mulighetsrommet som skapes når det legges til rette for dåp utenom hovedgudstjenesten stort. Dette skaper et stort handlingsrom til hvordan man knytter dåpen til menigheten for øvrig. Det vil kunne gi mulighet for dåp i tilknytning til trosopplæringstiltak, som babysang, familiemiddag etc.

Et viktig anliggende vil også være hvordan man viderefører sammenhengen mellom dåp og nattverd som sakrament når flere dåp blir lagt utenfor hovedgudstjenesten.

Tiltak:

- **Borg bispedømme bidrar og legger til rette for at prestier og menigheter i bispedømmet deltar i en koordinert drop-in dåp-kampanje, som i 2021 vil være for bispedømmet, i 2022 er den nasjonal.**
- **Det arbeides frem konkrete ressurser for å skape bro mellom hovedgudstjenesten og dåpsgudstjenesten**

I tillegg til disse konkrete tiltakene vil det også basert på de fem strategiene i Borg strategiplan utvikles tiltak innenfor ordinær drift for å støtte det arbeidet som pågår.

Økonomiske og administrative konsekvenser

Det settes ned en styringsgruppe på tvers av ansattegrupper og nivåer for å sikre at arbeidet gir gjenklang i lokalkirken og det praktiske arbeidet.

Gjennomføringen av satsingen er kostnadsberegnet til kr. 600.000, -.