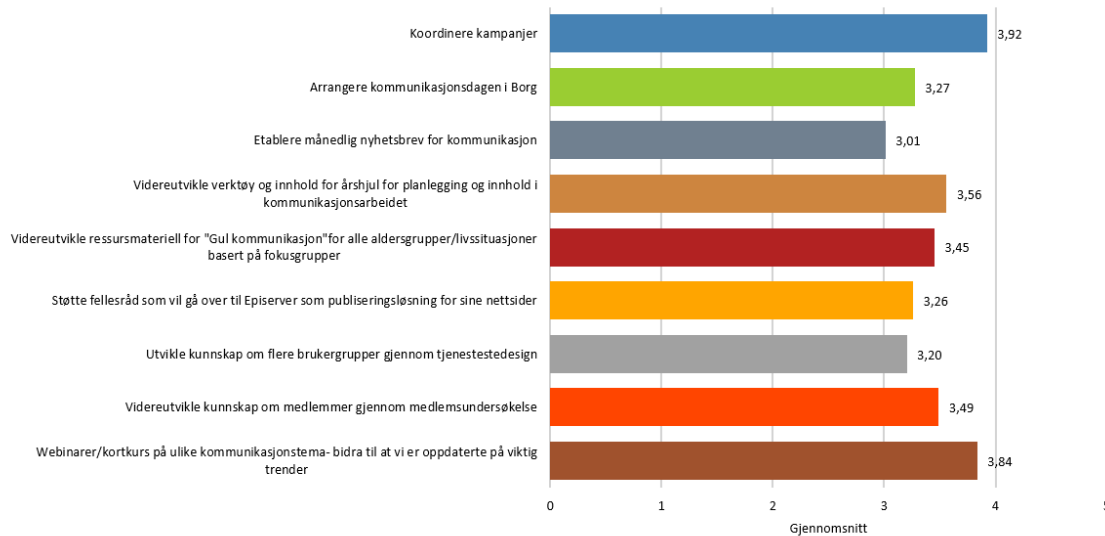


## Vedlegg 1 Resultater fra evaluering av Kommunikasjonsløftet

Spørsmål besvart av alle 92 respondenter. Hvordan vil du anbefale å videreføre arbeidet etter Kommunikasjonsløftet?



Powered by [www.questback.com](http://www.questback.com) 11.12.2023 20:51

Se vedlegg 2 for alle 16 kommentarer fra kirkeverger og proster på hvordan videreføre kommunikasjonsarbeidet.

### Fra medlemsundersøkelsen opp i mot strategisk mål, synlighet og relevans

#### **Eksterne undersøkelser som bør gjøres framover:**

*Det er behov for å dokumentere utvikling på kommunikasjon i forhold til ulike medlemsgrupper.*

*Det er behov for å undersøke mer om behov og livssituasjon til den gule medlemsgruppen, bla ved fokusgrupper urban/ruralt i gruppene 28, 32,48 og 55.*

*Det er behov for kunnskap om digitale strømmede gudstjenester fører til at færre kommer til fysisk gudstjeneste*

#### **Interne undersøkelser:**

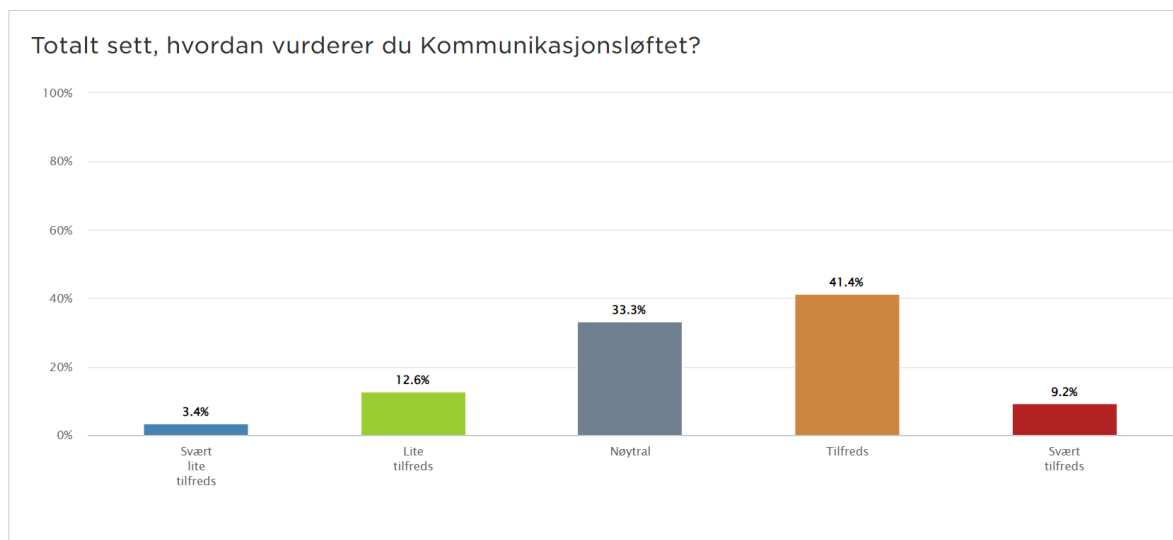
*Ingen meldte behov*

## Vedlegg 1

Evaluering medarbeidere 92 respondenter, gjennomført november-desember 2023.12.11. /6 % er ansatt i fellestråd, 36 % i prestetjenesten. 36 % har kommunikasjon som del av sine arbeidsoppgaver i sin stillingsbeskrivelse eller arbeidsavtale. 53 % har ikke det, 9 % vet ikke.

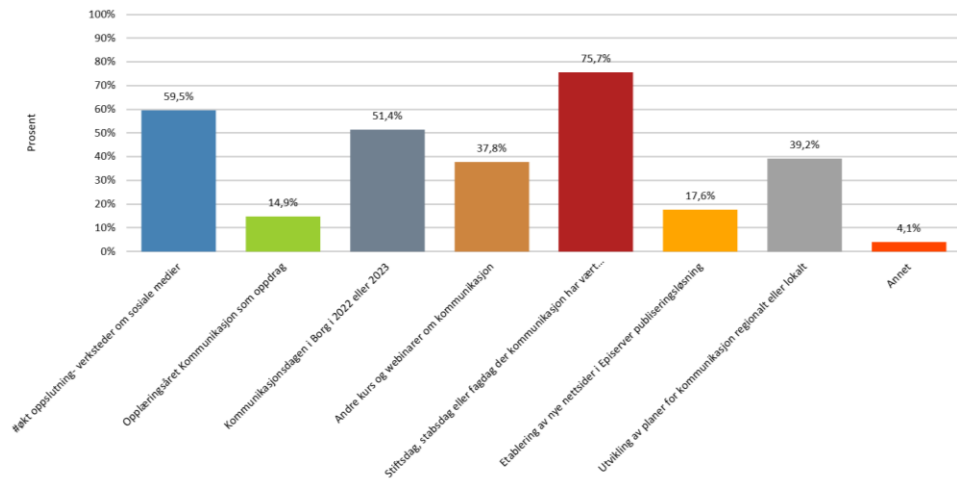
51 % deltar i redaksjonskomiteer, utvalg eller arbeidsgrupper som jobber med kommunikasjon. 48 % gjør ikke det.

11% har utdanning fra Høgskole eller universitet innen kommunikasjon, 14 % har kurs innen kommunikasjon i regi av jobben og 73 % har ingen av delene.



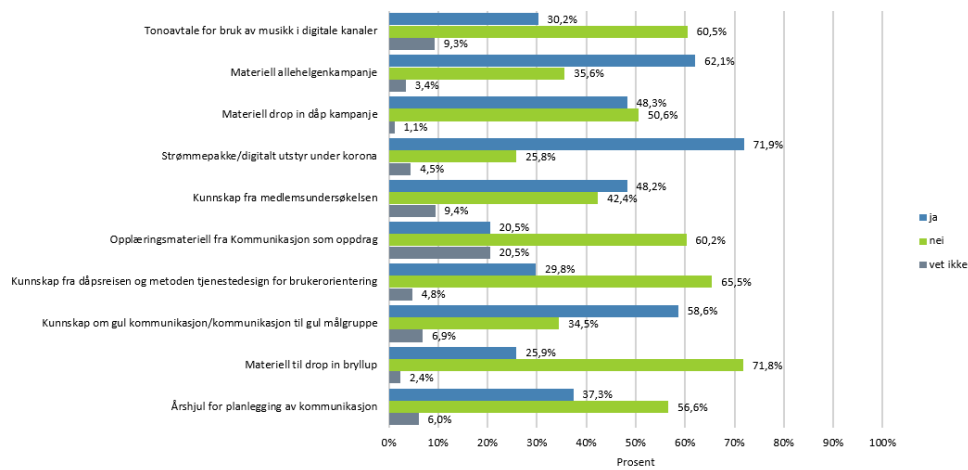
72% av respondentene har deltatt på aktiviteter i regi av Kommunikasjonsløftet, 20 % har ikke det. De som har deltatt har deltatt slik:

### 9. Hvis ja, hvilke aktiviteter? Du kan velge flere



Powered by www.questback.com 11.12.2023 20:51

### 10. Har du brukt noe av følgende materiell/ressurser som er utviklet i prosjektet?



Powered by www.questback.com 11.12.2023 20:51

## Vedlegg 2 Beskrivelse av delprosjekter

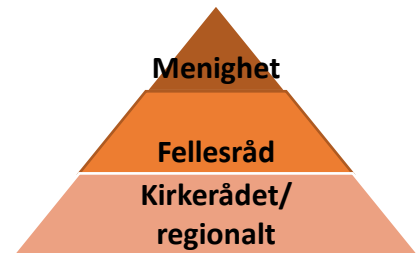
### 2.1 Delprosjekt 1 Infrastruktur og virksomhetsstøtte

Dette delprosjektet handler om aktiv virksomhetsstøtte til kommunikasjonsfunksjonen i menigheter og fellesråd, samt å «strikke» de ulike enhetene og nivåene i Den norske kirke i Borg sammen.

Tradisjonelt er kirkeordningen slik at arbeidet starter i menigheten. I kommunikasjonsløftet jobber vi ut fra en forståelse som sier at kommunikasjonsmessig (ut til medlemmene) står menighetene «på skuldrene» til fellesråd, bispedømmeråd og Kirkeråd.

Grunnlaget, kommunikasjonsplattformen må utvikles profesjonelt av fagfolk sentralt/regionalt, dette må justeres og tilpasses slik at det gir mening lokalt. Menighetenes kommunikasjonsarbeid trenger ikke oppleves som nybrottsarbeid, støtte og kompetanse finnes.

Det betyr at kommunikasjonsplattformen må utformes og være tilgjengelig på en slik måte at det gir mening i menighetene og lokalkirkens daglige arbeid.



Tiltakene i delprosjekt 2.1 er utformet etter innspill fra menighetsrådsledere, kirkeverger, kantorer, undervisningsansatte, prester og proster, samt fra undersøkelser om lokalkirkens behov for støtte for å realisere digital kirke (Borg bdr 2020). Oversikt over aktiviteter i Kommunikasjonsløftet delprosjekt 1 er beskrevet i vedlegg 5.

### 2.2 Delprosjekt Kapasitet

Med bakgrunn i medlemsundersøkelsen fra 2018 og diskusjoner på årskonferansen for Borg arbeidsgiverforum våren 2019, ble det foreslått et spleiselag mellom bispedømmerådet og fellesråd for å øke kommunikasjonskapasitet i prostiene. Dette ble videre utviklet gjennom vedtak om Kommunikasjonsløftet høsten 2019, desember 2021 og høsten 2022. Det var et premiss at prosessen med å utvide kapasitet i kommunikasjonsarbeidet skal foregå lokalt i samarbeid mellom prost og kirkeverge. Tanken er at en kommunikasjonskapasitet på prostnivå vil kunne betjene flere fellesråd og menighetsråd.

Borg bispedømmeråd har årlig tildelt hvert prosti kr 100 000,- til kapasitet i inntil 3 år. Avtale om kapasitetsøkning kan inngås med et fellesråd som på vegne av fellesrådene i prostiet forplikter seg til å bidra med minst like mye midler over samme periode.

Midlene er ikke tildelt etter søknad, men etter prosess der partene har definert en utviklingsavtale med konkrete mål og forpliktelser. Målene har vært knyttet til de strategiske målene for gudstjenesteoppslutning, dåp eller trosopplæring, og har adressert dokumenterte utfordringer der vi antar at kommunikasjon kan være et effektivt verktøy. Avtalene regionalt er fornyet årlig gjennom hele prosjektperioden. Tidlig så vi at målene regionalt dreide i retning av kapasitet og kompetanse som grunnlag for videre arbeid. Grunnen for å realisere resultater for gudstjenester og dåpshandlinger måtte beredes ved først å øke kompetanse og kapasitet.



### 2.3 Delprosjekt opplæring

I fase 1 dreide dette delprosjektet seg om å utvikle et konsept for opplæring av hele staben på kommunikasjon. I nye Lillestrøm fellesråd (Nedre Romerike) ville de øke kommunikasjonskapasiteten til alle ansatte, ikke bare ved en dedikert kommunikasjonsmedarbeider. Det ble derfor satt i gang et arbeid for å oversette og videreutvikle et konsept for dette fra Svenska kyrkan: Kommunikasjon som oppdrag. Utgangspunktet til Kommunikasjon som oppdrag, er at alle som jobber i kirken kan bli bedre til å dele det som skjer, invitere inn i kirka og engasjere medlemmene våre. Derfor er det utviklet et opplæringsår i kommunikasjon for alle i stabene. Opplæringsåret omfattes av fire blokker. Blokkene inneholder både forelesninger og øvelser. Alt materiell ligger fritt tilgjengelig på [\\_ Ressursbanken, Den norske kirke \(kirken.no\)](#).

Etter hvert gjennomførte Fredrikstad fellesråd også en tilpasset versjon av Kommunikasjon som oppdrag. I samarbeid med Svenska kyrkan adresserte prosjektet motstand mot endring og løftet ledelsesutfordringer generelt for utvikling i kirken i forbindelse med Kommunikasjon som oppdrag.

I fase 3 har dette delprosjektet dreid i retning av flere korte webinarer og etablering av Kommunikasjonsdagen i Borg. Den har vært gjennomført i 2022 og 2023.

### 2.4 Kirke på digitale arenaer

I første og andre fase var omdreiningaktiviteten i dette delprosjektet konseptet #Øktooppslutning. I samarbeid med nestor på sosiale medier i Norge Astrid Valen Utvik stilte vi oss spørsmålet: *Kan man bruke sosiale medier for å øke oppslutning om TOL og dåp?* Alle fellesråd og menigheter ble invitert til et opplæringsår i bruk og analyse av sosiale medier. Det ble arrangert fire workshoper i året både i 2020 og 2021, i 2022 ble det arrangert 3 verksteder. Alle deltagere fikk en grundig analyse av sin Facebook profil eller Instagramprofil da vi startet, videre fikk de også konkrete verktøy i arbeidet med å planlegge, evaluere og jobbe fram strategiske mål for arbeidet i sosiale medier. 25 av 28 fellesråd har deltatt i løpet av perioden med en eller flere menigheter. Det ble etablert en facebookgruppe for alle som jobber med digital kirke- den har nå 115 medlemmer og fungerer som kanal på tvers av enheter og faggrupper. Se vedlegg 3 for statistikk for digital kirke i Borg 2020-2022.

I løpet av koronapandemien ble det kjøpt inn strømmeutstyr til alle fellesråd i Borg, se delprosjekt 1, vedlegg 5. Etter koronapandemien fortalte kirkeverger og kommunikasjonsmedarbeiderne om liten kapasitet lokalt til å videreføre digital kirke, og etterlyste mandat og funksjoner for å ivareta både strømming og sosiale medier på en mer effektiv og strategisk måte. Arbeidet med digital kirke har således handlet om å etablere nye funksjoner for digital kommunikasjon i stabene. Som et ledd i dette arbeidet ble Brage digitalprest frikjøpt fra menighetsarbeid til å være prest på Tik Tok og instagram. Se vedlegg 7 om Brage digitalprest.

### Vedlegg 3 Tverrgående arbeid gjennom alle delprosjekter

Ledelse, dokumentasjon og kunnskapsinnhenting har vært et viktig arbeid gjennom alle delprosjektene. Vi har sett at medlemsundersøkelsen har hatt en stor pedagogisk verdi gjennom å skape et felles språk for kommunikasjon til ulike medlemsgrupper. Den interne undersøkelsen har vært viktig for beslutninger om hva slags tiltak som har vært viktig å prioritere, og har gitt verdifull kunnskap om holdninger og kunnskap til ulike kommunikasjonstiltak og ressurser.

**Kommunikasjon er en ledelsesoppgave.** Tidlig vår 2020 så vi at Kommunikasjonsløftet krevde oppfølging med ledelse. Både #øktoppsettning, Kommunikasjon som oppdrag og arbeidet med infrastruktur og kapasitet innebar endringsledelse og personalledelse av fagansatte og stabsfunksjoner. Kommunikasjon som lederoppgave er løftet opp i ledersamlinger, fagdager og årskonferanser gjennom hele prosjektperioden.

**Dokumentasjon av resultater** er avgjørende i alle prosjekter. Det er rapportert og formidlet resultater fortløpende gjennom hele prosjektperioden.

#### **Medlemsundersøkelse:**

Borg bispedømmeråd har siden høsten 2018 jobbet med medlemsundersøkelsen som et viktig strategisk og pedagogisk verktøy i å utvikle et kommunikativt tanke sett blant alle medarbeidere. Som videreføring i dette arbeidet ble det sommeren 2020 gjennomført en medlemsundersøkelse om kirken i Koronaperioden i samarbeid med Hamar og Stavanger bispedømmeråd. Det er også gjennomført undersøkelse i samarbeid med Kirkerådet om medlemsundersøkelse i 2021 og 2023.

Medlemsundersøkelsen understreker behovet for faktabaserte strategiske valg i motsetning til personlig opplevd situasjon blant ansatte. Vi har brukt resultatene fra medlemsundersøkelsen på fagdager, samlinger, kurs, årskonferanse etc. Biskop Atle Sommerfeldt utviklet en kommunikasjonsteologi basert på medlemsundersøkelsen, det er laget flere nett[artikler om digital kirke](#) og vi jobber med flere temaartikler og en samtaleguide til bruk i stabsmøter. Vi opplever medlemsundersøkelsen som avgjørende for å skape felles forståelse og språk for å utvikle kommunikasjon som favner alle medlemmer i folkekirken. Se nettartikkel om dette [her](#).

**Gul kommunikasjon** ble et begrep gjennom arbeidet med medlemsundersøkelsen. Det er jobbet med «gul formidling» blant vigslende ansatte på fagdager, «gul påskeprat» ble laget som et alternativt digitalt påskeformat og det er arrangert en prekenkonkurranse for «gule» konfirmasjonsprekener, den ble vunnet av [kateket Jenny Ågedal i Ås](#).

**Leserundersøkelser:** I desember 2020 ble det gjennomført leserundersøkelser i menighetsblader, kirkemagasiner og kirkeaviser i Sarpsborg, Indre Østfold, Nes og Fet og Dalen. Dataene omfatter segmentering på gule, grønne og røde medlemmer.

**Dåpsreisen:** Hva er det som gjør at noen velger å døpe barna sine? Og hva er det som gjør at noen velger det bort? Gjennom prosjektet dåpsreisen høsten 2021 har vi fått et bedre kunnskapsgrunnlag til å utvikle dåpsarbeidet lokalt.



*«Jeg husker at med hun yngste, så hadde presten med litt av vår historie da han skulle preke om oppstandelsen. Det glemmer jeg aldri, for det var så sterkt å bli dratt inn i noe så viktig» Utsagnet er fra en vi intervjuet*

Utgangspunktet for prosjektet var å undersøke på hvilken bakgrunn gjør folk valg av dåp eller ikke dåp? Og hvordan kan vi som kirke møte dette, slik at flere opplever dåp som et naturlig valg? Hvilke fysiske og digitale kontaktpunkter bør lages? Hvilke funksjoner de bør ha og når de er nyttige for hvem?

Prosjektet brukte tjenstedesign-metodikk for å undersøke dette. I samarbeid med firmaet Sopra Steria snakket vi med omkring 35 personer i ulik alder og livssituasjon. Gjennom en ti ukers intensiv prosess drøftet prosjektgruppen observasjoner, ti hovedfunn og ni konsepter for å møte dåpsforeldres behov. Det er utarbeidet ressursmateriale på bakgrunn av funnene i Dåpsreisen til bruk i menighetene. Les mer om prosjektet, funn, ressurser og konsepter her: [Dåpsreisen - Borg Biskop og Bispedømmeråd \(kirken.no\)](https://kirken.no/daepsreisen)

#### **Interne undersøkelser:**

Det er gjennomført en **undersøkelse om digital kirke med fellesrådene/menighetene**. Halvparten av menighetene svarte og vi vurderer det slik at undersøkelsen gir et representativt bilde av erfaringer og tiltak for digital kirke. Fellesrådene meldte inn behov og ønsker for støtte i det videre arbeidet.

**Evaluering av Kommunikasjonsløftet** og behov for videre arbeid. I november/desember 2023 ble det gjennomført en spørreundersøkelse om effekten av prosjektet og videre behov for støtte i kommunikasjonsarbeidet blant proster, kirkeverger, prester, undervisningsansatte, diakoner, ansatte på menighetskontor og kirkemusikere. Se vedlegg 1, 8 og 10.

#### Vedlegg 4 Ledelsesmodeller og Gevinstrealiseringsplan i kommunikasjonsløftet

Forventede gevinster er beskrevet i resultatmål, men gevinstrealiseringsplanens hensikt er å identifisere tiltak for at gevinstene realiseres. Viktige tiltak som er identifisert så langt:

- Smidig organisering sikrer at vi fanger opp behovene lokalt.
- Det er viktig at ledere på alle nivåer forplikter seg til å følge opp, motvirke ledelsesvakuum. Styringsgruppa er tett på.
- Løsningene er lokale, kapasitet og kompetanse sikrer at løsningene fungerer lokalt, finnes ingen fasit eller sjekklister som sikrer gevinster.
- Målrrettede tiltak med kontinuerlig oppfølgingsprosess er definert i prosjektplanen.
- Ledelse av endring - ny virksomhet utvikles og skal finne sin funksjon og plass i organisasjonen. Dette er skriftliggjort og kommuniseres tydelig.
- Dokumentasjon av tiltak og resultater er et viktig pedagogisk verktøy i læringsprosessen. Her er medlemsundersøkelsen og årsrapporteringen viktig.
- Det finnes ingen fasit - kun stede egne lokale løsninger. Løfte opp og formidle erfaringer i samlinger og i ulike informasjonskanaler.
- Nye metoder utvikles, dåpsreisens tjenstedesign er viktig.

#### Utvikling av Kommunikasjonsarbeidet i Kommunikasjonsløftet

Mer himmel på jorda

Jobbe strategisk og ikke etter hopp og sprett metoden  
All kunnskap om de gule og røde er viktig  
Koordinere  
Sette mål og etterspørre resultater

Felles forståelse

Ledelse, kompetanse og kapasitet

Felles infrastruktur og felles godt innholdsgrunnlag

Helhetlig og målrettet kommunikasjon

Segmentfordelingen blant medlemmene i Borg bispedømme

Gruppenavn	Prosent
Grønn gruppe	20%
Gul gruppe	50%
Rød gruppe	27%

Takk til ALLE i Sarpsborg menighet, tror aldri jeg har hatt så fin påske! 🌸🌸🌸 med så mange fine samlinger.

4:1 Liker Svar Melding

Den norske kirke i Sarpsborg

Takk for en hyggelig tilbakemelding! 🌸🌸🌸

4:1 Liker Svar

ROM FOR Å MINNES

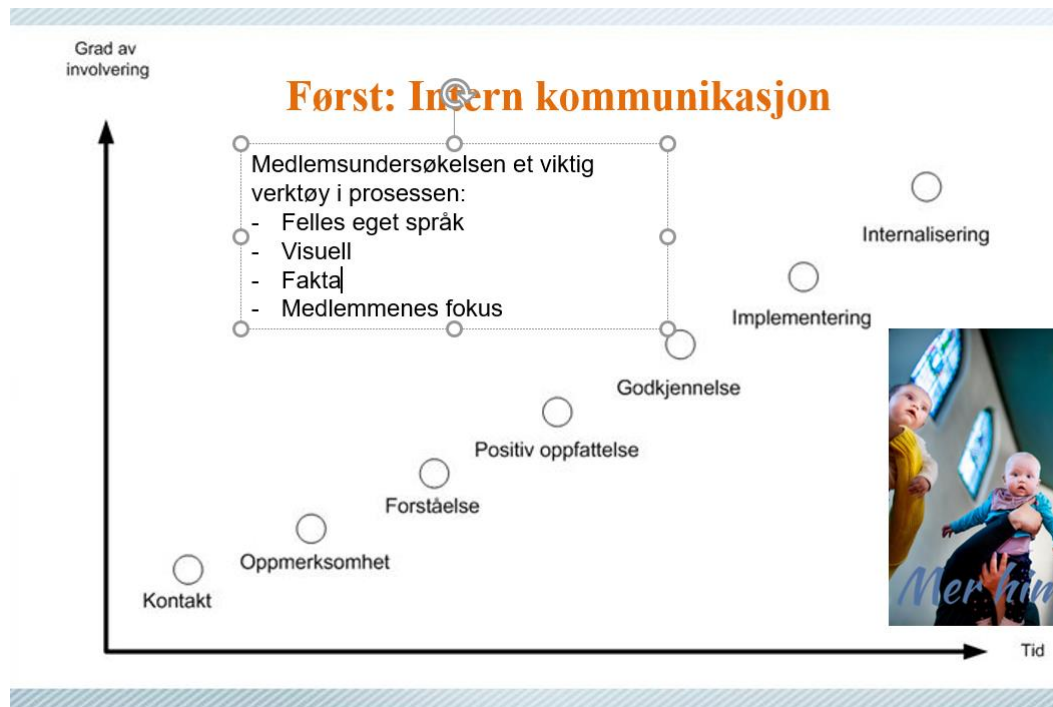
DEN NORSKE KIRKE

Bilde 1: Utvikling av kommunikasjonskapasitet i Dnk Borg.

Strategisk jobbing med felles forståelse, ledelse, kompetanse og kapasitet, jobbe videre med felles infrastruktur for å jobbe helhetlig og målrettet med kommunikasjon.



## Utvikling av kommunikasjonsarbeid som endringsledelse



Bilde 2: All endring fordrer målrettet intern kommunikasjon, Medlemsundersøkelsen er et viktig pedagogisk verktøy i dette arbeidet.

I endringsledelse handler dette om å etablere felles mål, erkjenne behov for endring for å nå målene, forstå hva som skal gjøres, akseptere hva som bør gjøres og deretter gjennomføre det som skal gjøres. Basert på Lewins endringsmodell.

## Modell for utvikling av virksomhetsstøtte i endring av kommunikasjonsarbeid



Bilde 3 Utvikling av virksomhetsstøtte

## Vedlegg 5 tiltak i delprosjekt 1 i løpet av prosjektperioden

Delprosjekt 1	Utvikle felles mål og infrastruktur for kommunikasjonsarbeidet
Utarbeide felles årshjul for kommunikasjon med definert innholdsbehov for de neste 12 måneder	Årshjul med kirkeårsdager og andre merkedager som er redigerbart ligger ute på nett. Årshjulet har også som ambisjon å synliggjøre når det er planlagt felles kampanjer og tiltak i de ulike nivåene og enhetene slik at man kan koordinere kommunikasjonsinnsatsen bedre.
Bidra til å tydeliggjøre roller og forventninger i Dnk totalt; hvem gjør hva mht. til sosiale medier, målgruppetenkning, mv.	Bidrar til prosess med kolleger fra andre bispedømmer og Kirkerådet. Allehelgen og drop in dåp viktige prosjekter. Ser ut til at Tono og NCB- digital musikkbruk også vil bidra inn i dette arbeidet.
Bidra til å utvikle felles kampanjer for trosopplæring/kristendomsundervisning, jul, dåp og gudstjenesten.	Bidro aktivt inn mot kampanje for allehelgen 2020-2023. Dåpskampanje ligger ute til bruk for alle. <a href="https://kirken.no/nb-NO/bispedommer/borg-bispedomme/aktuelt1/ferdig%20dåpskampanje%20klar%20til%20bruk/">https://kirken.no/nb-NO/bispedommer/borg-bispedomme/aktuelt1/ferdig%20dåpskampanje%20klar%20til%20bruk/</a> Kampanjearbeidet er betydelig styrket i løpet av prosjektperioden.
Bidra til at ansatte bruker intranett «Kirkebakken» og at så mange som mulig bruker Episerver som publiseringsløsning på nettsider. Dette vil gjøre det enklere å dele artikler og arrangement på tvers, samt å dele kapasitet.	Vi har satt Kirkebakken på vent i påvente av ny løsning med Sharepoint/Teams. Styringsgruppa har satt av midler til å støtte et månedsverk for dem som går over til Episerver. Eidsvoll, Vestby og Halden har fått Episerver i løpet av perioden. Råde, Nannestad, Nes, Rælingen og Nittedal bruker fortsatt Agrandos løsning. Fem av åtte prostier er samkjørte på Episerver, dette bidrar til mer effektivt samarbeid, mer gjenbruk og felles profil.
Tono- og NCB-avtaler for å sikre korrekte vederlag og lette arbeidet i menighetene.	Rettighetsavtaler med Tono og NCB på vegne av alle menigheter om framføring av musikk på nett er underskrevet og kommunisert ut til alle fellesråd og kantorer/kirkemusikere. Gjelder fra 1.juli 2020. Jobber videre med Tono, NCB, Eide forlag, Gramo om nye avtaler og enklere registrering for menighetene. Felles rapportering til Tono for 2020 og 2021 og 2022.
Bidra til å skape forståelse for og etablere virksomhetsstøtte på kommunikasjon for menighetene.	Jobber med dette parallelt med kompetanseløftet, inspirert av <i>Kommunikasjon som oppdrag</i> i Svenska kyrkan. Ressursbanken er gjort tilgjengelig, både ressurser på digital kirke og <i>Kommunikasjon som oppdrag</i> er etablert på nasjonalt plan. Særlig i forbindelse med digital kirke blir det tydelig at man ved å støtte menighetene med felles avtaler og kompetanse kan frigjøre kapasitet.
<b>Strømmepakker til alle fellesråd</b> 	Basert på undersøkelse i Borg om digital kirke sommeren 2020 meldte menighetene inn behov for teknisk utstyr. Vi utviklet da strømmepakker etter ide fra Sarpsborg fellesråd. 30 Strømmepakker levert til 26 av Borgs 28 fellesråd, og medfølgende opplæring er gitt, de siste er på vei ut så fort smittevernet kan ivaretas. Ullersmo fengsel har også fått en pakke. Det er lagt vekt på at utstyret skal være enkelt å bruke og det er i tillegg laget en håndbok for bruk av strømmepakken. Det er etablert et delerom på Teams for deling av tips og ressurser til bruk for alle i Dnk.

Samle kommunikasjonsfolk i lokalkirken til inspirasjon og kompetanseutvikling	Facebookgruppe kommfolk Borg og #øktopp Slutning er etablert. Den sistnevnte fungerer ganske bra, per i dag 114 medlemmer og jevn strøm av spørsmål og svar. Kommunikasjonsdagen Borg gjennomført i 2022 og 2023.
Teknisk produksjonskapasitet	Basert på undersøkelse om digital kirke i Borg meldte menighetene inn behov for teknisk kapasitet. Borg bdr har etablert en lærlingeplass for lærling som skal ta fagbrev i medieproduksjon.
Nyhetsbrev og CRM (customer relation management) database	Mange menigheter og fellesråd etterspør bedre og mer effektive systemer for medlemskommunikasjon, elektronisk nyhetsbrev mm, og håndtering av kontaktinformasjon om medlemmene. Møte med Lillestrøm. Behovet er meldt inn til Kirkepartner og systemansvarlig i Kirkerådet.
Infoboard ved kirkegård	Skedsmo menighetsråd har gjennomført pilot.

## Vedlegg 6 Evaluering av resultater og effekter

### 3.1 Effektmål

Prosjektets overordnede formål er knyttet til effektmål, en beskrivelse av fremtidig ønsket tilstand, den verdiskapningen som bispedømmerrådet og kirkevergelaget ønsket å oppnå. Effektmålene kan være vanskelig å evaluere umiddelbart ved prosjektets slutt, men vi gjør et forsøk.

I evalueringen spurte vi de som har deltatt konkret i prosjektaktiviteter spørsmålet: Totalt sett, hvordan vurderer du Kommunikasjonsløftet? 63 % sier de er tilfreds eller svært tilfreds totalt, 30 % er nøytrale og 7 % er ikke tilfreds.

#### 3.1.1 Øke kapasitet for kommunikasjon i lokalkirken i Borg

Den norske kirke i Borg har 460 000 medlemmer. Sammenlignet med andre organisasjoner på samme størrelse er kapasiteten for kommunikasjonsarbeid svært liten. Ved prosjektets start var det kjent at to ansatte hadde kommunikasjon definert som funksjon i sitt arbeid i kirkelige fellesråd, gjennom de første månedene ble ytterligere fire personer identifisert. Første møte mellom kommunikasjonsmedarbeiderne foregikk på samling for valgte ledere helgen før nedstegningen i mars 2020, møtet var et godt utgangspunkt for videre digital samhandling gjennom hele perioden. Prosjektleder har hatt løpende kontakt og har etablert nettverk med kommunikasjonsmedarbeiderne i prostiene, stort sett har vi hatt månedlige møter på Teams. Vi har hatt tre fysiske sommersamlinger over to dager og en fysisk dagssamling i desember.

I 2021 og 2022 hadde Borg bispedømmekontor en lærling i mediegrafikerfaget. Lærlingen har også bidratt til noe økt kapasitet i lokalkirken, gjennom bistand til videofilmning og redigering.

Det har i gjennomsnitt til enhver tid vært seks av åtte prosti som har gjort avtaler og har definert ressurser til kommunikasjon på prostinivå i Borg. Noen prostier startet med prostikontakt og avsluttet underveis, andre hadde kirkeverge som har fungert delvis inn i arbeidet i påvente av å få ansatt medarbeidere som også fyller funksjon som prostikontakt. Nedre Romerike er det prostiet som ikke har deltatt med prostikontakt, men har jobbet på andre måter. Se Kommunikasjon som oppdrag Lillestrøm.

Erfaringene så langt viser at det ikke finnes ett prosti som har løst arbeidet på samme vis, både kompetanse, plassering, organisering og innhold i arbeidet varierer fra prosti til prosti. Prostikontaktene har også selv utviklet prostivise nettverk/arbeidsgrupper. Allerede høsten 2020 erfarte nettverket at det var en omfattende prosess vi hadde satt i gang, den berørte organisasjonene, systemene og folkene på en måte som krevde tett ledelse og fokus på opplæring for å skape mestring. Mange av prostikontaktene har dreid virksomhet fra konkrete kommunikasjonsmål og operativ virksomhet, til opplæring og organisasjonsutvikling i løpet av prosjektperioden. Det har også vist seg at arbeidet med målstyring og ledelse på kommunikasjon har fellestrekk med ledelsesutfordringer generelt i organisasjonen.

Arbeidet med regional styringsgruppe har foregått på ulikt vis, her har prostikontaktene hatt nytte av hverandres erfaring og det har vært tema i styringsgruppen og prostegruppen gjennom hele prosjektperioden. Det har vært arbeidet med:

- Å revidere prostiviseplaner med konkrete rollebeskrivelser og forventningsavklaring ala Vestre Borgevangel. Viktig å skille prostikapasitet fra supportfunksjon som FR har ansvar for. Avklare forventninger til styringsgruppe i prostiet.

- Kommunikasjonen mellom prosjektledelse til proster (og kirkeverger) og prostikontaktene for å sikre transparens.
- Bidra til samhandling og samledelse lokalt som sikrer bærekraftighet i kirkens kommunikasjonsarbeid på sikt; støtte prioriteringer, slutte med det som ikke virker, og utvikle økonomien i kommunikasjonsarbeidet.
- Alle prostier har hatt fokus på rekkevidde i sosiale medier og gul kommunikasjon. Ellers har fokus variert fra dåp, TOL-tiltak, gudstjenesteoppslutning, besøk på kirkegård, kremasjon etc.
- Hjelpe prosti og fellesråd med å se på hvordan det å være kirke på digitale arenaer skal (fortsatt) være en integrert del i arbeidshverdagen til de fleste ansatte i kirken, noe som kan innebære endringer i arbeidsoppgaver hos ansatte.

Ved endt prosjekt er status at fem av åtte prostier har etablert prostiarbeid med en organisering som innebærer en styrkning av arbeidet lokalt. I Søndre Follo er dette organisert som prostivis kommunikasjonsgruppe som møtes to ganger i året, i forkant av at lokale planer legges. I videre arbeid styrkes prostigruppa med presteressurser for å styrke det lokale arbeidet i oppfølgingen av prostivise gruppemøter. I Østre Borgesyssel videreføres prostikontakt på kommunikasjon som spleiselag mellom fellesrådene i en 10 % stilling. I Domprostiet, Søndre Borgesyssel og Nordre Follo er det kommunikasjonsrådgiver eller daglige ledere med definerte kommunikasjonsoppgaver som viderefører arbeidet. De har alle etablerte redaksjonsgrupper eller kommunikasjonsutvalg som fora og støtte i det videre arbeidet. Nedre Romerike, Øvre Romerike og Vestre Borgesyssel er uavklart med hensyn til videre prostivist arbeid.

I evalueringen stilte vi spørsmål om i hvilken grad respondentene opplevde at kommunikasjonsløftet har bidratt til å øke kapasitet for kommunikasjon i lokalkirken i Borg på en skala fra 1-5, der 1 er i liten grad og 5 er i stor grad. Vi stilte spørsmålet til alle generelt og spesielt til kirkeverger og proster i regionale styringsgrupper. Generelt var det 27 % som svarte i liten grad, 34 % nøytralt og 39 % i stor grad. Blant kirkeverger og proster (23 respondenter) var det 30 % som svarte i liten grad, 35 % nøytralt og 35 % i stor grad.

Vi spurte også kirkeverger og proster om i hvilken grad Kommunikasjonsløftet har bidratt til en mer effektiv bruk av ressurser på kommunikasjonsområdet. Her svarte 20 % i liten grad, 35 % nøytral og 35 % i stor grad.

Samtidig stilte vi spørsmål om i hvilken grad kommunikasjonsløftet har bidratt til bedre samhandling mellom menigheter og fellesråd til kirkeverger og proster, her svarte 26 % i liten grad, 52 % nøytral og 23 % i stor grad. Dette er i samsvar med prosjektets innretning, det er ikke alle kirkeverger som har deltatt aktivt i prosjektet.

På spørsmålet til kirkeverger og proster om Kommunikasjonsløftet har bidratt til å skape felles mål og tiltak i kommunikasjonsarbeidet, svarte 22 % i liten grad, 44 % nøytral og 35 % i stor grad.

På spørsmålet om i hvilken grad respondentene opplevde at kommunikasjonsløftet har bidratt til å støtte prioriteringer og utvikle økonomien i kommunikasjonsarbeidet svarte 34 % i liten grad, 35 % nøytral og 31 % i stor grad.

Innledningsvis spurte vi i evalueringen om man deltar i arbeidsgrupper for kommunikasjon etc. 51 % deltar i redaksjonskomiteer, utvalg eller arbeidsgrupper som jobber med kommunikasjon. 48 % gjør ikke det. Vi mener dette er en større andel enn ved prosjektets start.

Evalueringen og vurderingene viser at det er store forskjeller i hvilken grad Kommunikasjonsløftet har økt kapasitet for kommunikasjonsarbeid i lokalkirken. Vi ser at forskjellene i stor grad går mellom de fellesråd som har hatt prostikontakter eller har gjort en særlig innsats og de som ikke har gjort dette. Generelt sett har felles mål, økt effektivisering og bedre organisering økt kapasiteten for kommunikasjon der man har gjort tiltak.

Prostikontaktene mener kommunikasjonsløftet har bidratt til å øke kapasitet på kommunikasjon i de stabene som har deltatt ved at kommunikasjon er tema i stabsmøter, og det er etablert planer for publisering/kommunikasjon. I Indre Østfold og Ås er kommunikasjon en del av alle stillingsutlysninger og stillingsbeskrivelser. I Nordre Follo har etablering av utvalg og komiteer for kommunikasjon bidratt til å øke kapasitet for kommunikasjon. Gjennom *Kommunikasjon som oppdrag* har kapasitet til kommunikasjon økt ved at alle medarbeidere kan litt mer, og har fått en felles forståelse av at kommunikasjon er en del av jobben. Det er lettere å delegere og organisere kommunikasjonsarbeid enn tidligere. Man hører ikke lenger så ofte «det er ikke min jobb».

Prostene mener at prosjektet har bidratt til en stor endring i måte å tenke kommunikasjon på. Det man har oppnådd med publiseringsplan og infrastruktur for kommunikasjon er store endringer og vil fortsatt kreve mer tid for å implementere. Viktig satsing som har gitt tydelig retning, øker attraktivitet også overfor arbeidstakere. Krevende i prostier der man ikke har en felles bevissthet. Viktig å jobbe videre på fellesrådsnivå som grunnlag for det videre arbeidet i prostiet. Krever ansvarlig medarbeider med engasjement i fellesråd/prosti. Selv der man ikke har prostikontakt ser vi at stabene jobber på en annen måte enn før der stabene er av en viss størrelse. De små fellesrådene har større utfordringer. Dette er et viktig arbeid, dette arbeidet må fortsette. Mye bra arbeid i kirka som ikke er kjent eller synlig for medlemmer og i samfunnet. Lite ressurser til egne stillinger. Viktig å fortsette med tiltakene, ikke avslutte, jevnt arbeid vil gi resultater, ikke behov for store endringer i innretningen i arbeidet.

En konklusjon er at målet om å øke kapasitet på kommunikasjon er oppnådd for de prostiene som har deltatt aktivt. Samtidig ser vi at det fortsatt er behov og potensiale for bedre kapasitet.

### 3.1.2 Øke kompetanse om kommunikasjon i lokalkirken i Borg

Gjennom Kommunikasjonsløftet har kommunikasjon vært tema på stiftsdager, fagdager og kurs i hele prosjektperioden. Dette er den aktiviteten flest respondenter i evalueringen sier de har deltatt på (75%). Samtidig har det vært særskilte opplæringsaktiviteter som #øktopp Slutning, webinarer og *Kommunikasjon som oppdrag*. Gjennom hele perioden er hvert enkelt kurs evaluert, med gjennomgående positive tilbakemeldinger, bortsett fra Kommunikasjon som oppdrag som fikk blandede tilbakemeldinger og måtte justeres fortløpende.

I evalueringen stilte vi spørsmål om i hvilken grad kommunikasjonsløftet har bidratt til å øke kompetanse på kommunikasjon. 27 % svarte i liten grad, 34% nøytrale og 39 % svarte i stor grad. Blant kirkeverger og proster spesielt var det 23 % som svarte i liten grad, 36 % nøytrale og 41 % i stor grad.

Samtidig stilte vi kirkeverger og proster spørsmål om i hvilken grad kommunikasjonsløftet har bidratt til større nettverk og kompetanse mellom folk som jobber med kommunikasjon, her svarte 9 % i liten grad, 30 % var nøytrale og 61 % svarte i stor grad.

Vi stilte også spørsmål til kirkeverger og proster om i hvilken grad Kommunikasjonsløftet har bidratt til at kommunikasjon er tema på flere arenaer lokalt. Her svarte 4 % i liten grad, 35 % var nøytrale og 61 % svarte i stor grad.

Til alle stilte vi spørsmål om i hvilken grad Kommunikasjonsløftet har bidratt til en felles forståelse av utfordringer og muligheter i kommunikasjonsarbeidet i din menighet, her svarte 20 % i liten grad, 35 % nøytral og 45 % i stor grad.

En konklusjon er at målet om å øke kompetanse på kommunikasjon er oppnådd.

### 3.1.2 Bidra til digitalisering av kirkens virksomhet

Gjennom innkjøp av utstyr, opplæring i utstyr, erfaringsdeling og #øktoppslutning ble kirkens virksomhet digitalisert under koronapandemien i stor grad. Den norske kirke i Borg sto for 25 % av den totale digitale rekkevidden i Den norske kirke med mangfoldig og kvalitativt godt innhold i følge medlemsundersøkelsen i 2021. 2021 var det året med flest digitale aktiviteter i perioden 2020-2022. Men rekkevidden, antall seere av innholdet var større i 2022 enn i 2020 og 2021. Se vedlegg 3 for statistikk om digital kirke 2020-2022.

Årsrapporten fra 2022 viser at det digitale arbeidet i hovedsak fortsetter også etter koronapandemien i en langt større grad enn i Den norske kirke generelt. Medlemsundersøkelsen fra 2023 viser at andelen som ser innhold fra Den norske kirke i Borg er stabilt på 13 %. Når det gjelder hva folk ser av innhold har alle typer gått tilbake siden 2021, bortsett fra konserter eller kulturarrangementer. Her ligger Borg over det nasjonale gjennomsnittet. Borg ligger også over det nasjonale gjennomsnittet på nyheter om kirkens arrangementer. Se vedlegg 3 for resultater Digitale kirkelige aktiviteter 2019-2023.

I undersøkelsen svarte 92 respondenter på i hvilken grad kommunikasjonsløftet har bidratt til å digitalisere kirkens virksomhet, her svarte 12 % i liten grad, 29 % nøytral og 59 % i stor grad.

En konklusjon er at målet om å bidra til digitalisering av kirkens virksomhet er oppnådd. Men det er behov for fortsatt oppmerksomhet og arbeid for å gjøre arbeidet til en permanent og stabil del av lokalkirkens arbeid.

### 3.1.3 Bidra til at kommunikasjon blir anerkjent som fag og at fagfolk er ressurseffektivt bruk av lønnsmidler for å øke oppslutning og omdømme.

I undersøkelsen svarte 92 respondenter på i hvilken grad kommunikasjonsløftet har bidratt til at kommunikasjon blir anerkjent som fag, her svarte 24 % i liten grad, 34 % nøytral og 41 % i stor grad.

På spørsmål om i hvilken grad kommunikasjonsløftet har bidratt til å anerkjenne at fagfolk er ressurseffektivt bruk av lønnsmidler for å øke oppslutning og omdømme svarte 39 % i liten grad, 31 % nøytral og 29 % i stor grad.

Da prosjektet startet var tanken at prosjektet skulle bidra til at flere med kommunikasjonsfaglig bakgrunn skulle bli ansatt. Det har slik vi har forstått ikke skjedd. Det er ikke ressurser til dette lokalt.

En konklusjon er at målet om å bidra til at kommunikasjon blir anerkjent som fag og at fagfolk er ressurseffektivt bruk av lønnsmidler for å øke oppslutning og omdømme i liten grad er oppnådd. Forståelsen er til stede, men kapasiteten er krevende å få rom til økonomisk.

## 3.2 Resultatmål og resultater

Resultatmålene beskriver de resultater prosjektet skal skape. På grunn av pandemien ble rammebetingelsene for prosjektet endret. Utgangspunktet for prosjektet er 2019 tall, mye av arbeidet ble satt tilbake på grunn av pandemien og skaper utfordringer for resultatutviklingen. Resultatmålene speiler ambisjoner om rask reetablering av virksomhet.

### 3.2.1 Øke fysisk gudstjenestedeltakelse med 2 %

Til tross for stor innsats for å få folk til å vende tilbake til gudstjenestene var trenden tydelig i 2022. Nedgangen i fysisk gudstjenestedeltakelse var på 20 % fra 2019 til 2022. Den var nøyaktig lik nedgangen øvrige aktører i kultur og konsertlivet opplevde. Mye av resultatet kan forklares ved koronapandemien. Men fra 2022 til 2023 var det en økning på 3 % i økning deltagere på gudstjenester.

Mål delvis oppnådd.

### 3.2.2 Øke rekkevidde for digitale gudstjenester og andakter

Det digitale arbeidet fikk et stort løft under koronapandemien, rekkevidden har økt betydelig fra 2020- 2022. Det har vært løpende forandringer i rapporteringen på digital kirke som følge av utviklingen på de ulike sosiale mediene. En viktig endring er at vi i 2022 samlet inn resultater for alt innhold på SoMe, ikke bare videoinnhold. Dermed er rekkevidde og ikke bare 3-sek visninger en viktig indikator. I motsetning til i 2021 er det i 2022 også hentet inn statistikk fra ulike prester og kateketers profesjonelle profiler i tillegg til menighetenes offisielle profiler. Totalt hadde Den norske kirke i Borg en anslått rekkevidde på 4 millioner i 2022. Dette arbeidet er videreført i 2023, menighetene melder om stabilt eller økt arbeid, det har dreid fra andakter og gudstjenester i digitale medier til nå å ha en hovedvekt på kirkelig innhold tilpasset de digitale mediene.

Målet om å øke rekkevidde for digitale gudstjenester og andakter er oppnådd.

### 3.2.3 Øke oppslutning om dåp med 1%

Det har vært en nedgang i antall dåp fra 2019. I 2022 ble 3346 døpt i soknene i Borg. Dette er en økning i antall dåpshandlinger på 10 % fra 2021, og en økning på 0, 1 % fra 2019. Andel døde av fødte i 2022 er 49 %. Landsgjennomsnittet er 53%. Borg har en økning på linje med gjennomsnittlig økning i landet og en større økning en bispedømmer det er naturlig å sammenligne seg med (Tunsberg, Oslo og Hamar). For 2023 er det en større nedgang i Borg enn øvrige bispedømmer, trolig pga større økning i fjor.

Målet om å øke oppslutning om dåp med 1 % ikke er oppnådd.

### 3.2.4 Øke medlemmenes glede over å tilhøre Den norske kirke med 2%.

Fra den Svenske kirken vet vi at spørsmålet om jeg er glad over å tilhøre og jeg er stolt over å være medlem viser samme resultat. Vi har derfor valgt å bruke jeg er stolt over å være medlem i den norske kirke.

Den første medlemsundersøkelsen vi gjorde i 2018 viste følgende resultat:

Av 1000 respondenter svarte 45 % enig, 6 % vet ikke, 36 % verken eller og 13 % uenig på påstanden om at jeg er stolt av å være medlem i Den norske kirke.

I årets undersøkelse med 700 respondenter svarte 33 % enig, 9 % vet ikke, 31 % verken eller og 26 % uenig. Det er altså en stor nedgang fra 45 % til 33 %. Borg ligger på landsgjennomsnittet nasjonalt og over Tunsberg, Oslo og Bjørgvin. Likt som Hamar og Nidaros og under de resterende bispedømmene.



Vi segmenterte også på de samme gruppene, rød, gul og grønn ved begge tilfeller. Den største forskjellen mellom 2018 finner vi i den gule gruppen der andelen som er uenig i at de er stolte over å være medlem har økt fra 7 % til 21 %, tilsvarende har den gule gruppen som er enig i at de er stolt over å være medlemmer blitt redusert fra 45 % til 34 %.

Vi er dialog med Opinion for å verifisere at vi kan sammenligne disse to undersøkelsene.

Andelen medlemmer som er stolte over å være medlem i Den norske kirke er redusert med 8 prosentpoeng. Mål ikke oppnådd.

### 3.2.5 Øke andel medlemmer som opplever at Dnk setter ord på mye av det som er viktig for dem

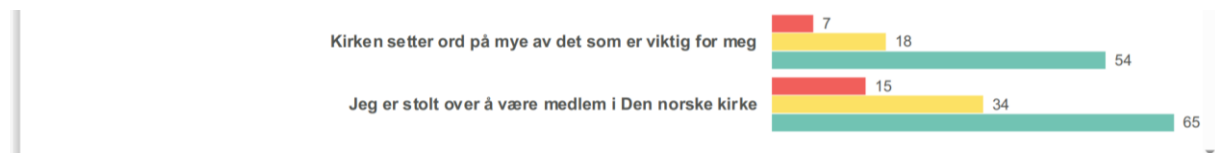
Det er medlemsundersøkelsen som bidrar med kunnskap på dette feltet. Utviklingen har vært slik under perioden Kommunikasjonsløftet har foregått.



Figur utvikling fra år til år: 24 % i 2020, 29 % i 2021, 21 % i 2023.

Det er altså en nedgang tilbake til et nivå lavere enn før koronapandemien. Det var bare Borg av bispedømmene som hadde en så stor økning fra 2019 til 2021. I 2021 lå Borg høyt på landsoversikten på dette spørsmålet. I år er landsgjennomsnittet 22 %. Borg ligger over Oslo, Hamar og Tunsberg, men under de resterende bispedømmene.

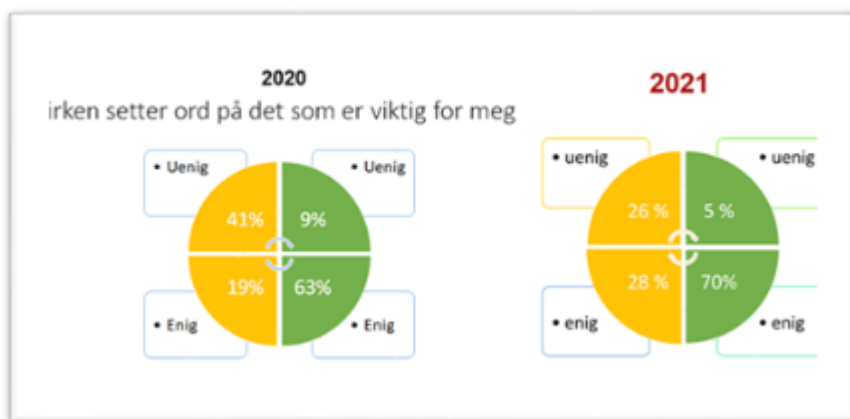
For segmentering på de ulike medlemsgruppene ser bildet slik ut:



Sammenlignet med Hamar for eksempel er det langt flere i den grønne gruppen som opplever at Kirken setter ord på mye av det som er viktig for meg. I Hamar er denne gruppen 39 %, mens i Borg er den 54%.

Vi ser at den gule gruppen ligger nærmere den røde gruppen, enn den grønne gruppen.

Fra 2020 til 2021 opplevde vi en stor forflytning fra gul gruppe mellom de som var uenige i påstanden til de som var enige. I 2023 ser vi at den gule gruppen som sier de er enige er tilbake til 18 %, og de som er uenige er på 35 %.



Oppsummert var det færre medlemmer totalt og i alle medlemsgrupper som opplevde at kirkens setter ord på det som er viktig for meg. Men i samme periode er andelen som er uenig i at kirken setter ord på mye av det som er viktig for meg blitt redusert både for gul (6 %) og rød (7 %) gruppe.

Det ble gjort et viktig arbeid med å målrette kommunikasjon mot gul medlemsgruppe både i 2021 og 2022. Eksempler på «gul kommunikasjon» er biskopens deltakelse i Peder kjøs sin podcast, nabomiddag for nytt leilighetskompleks i Sarpsborg kirke, Brage prest på TikTok, flere familiemiddager på Romerike og i Follo, drop in dåp og vigsel, og fritimen temakvelder i Fredrikstad. Er dette arbeidet videreført i 2023? Det er også spørsmål om arbeidet på sosiale medier når grønne medlemmer med «gult innhold»?

Målet om å øke andel medlemmer som opplever at kirken setter ord på mye av det som er viktig for dem er ikke oppnådd.

### 3.2.6 Øke oppslutning om tiltak i trosopplæringen totalt med 2 %

Oppslutningen generelt for tiltak i trosopplæringen har sunket fra 34 % til 31 % fra 2019 til 2022. Noe av resultatet kan forklares ved koronapandemien. Fra 2019 er antallet deltakere på de fem breddetiltakene som måles nasjonalt redusert på samtlige tiltak. På lik linje med landet for øvrig. Men fra 2022 til 2023 er det økning på 4 % totalt sett. Særlig er det en økning for tiltaket Lysvåken som vi har jobbet særskilt med når det gjelder kommunikasjon. Mål delvis oppnådd.

Målet om å øke oppslutning om tiltak i trosopplæringen med 2 % er delvis oppnådd.

## Vedlegg 7 Særskilt satsing mot ungdom i sosiale medier - Brage digitalprest

I 2022 startet Borg bispedømmeråd et pilotprosjekt der Brage Midtsund, kapellan i Ullensaker fikk definert 40 % av stillingen sin som digitalprest med sosiale medier som arbeidsted. Målet er å være til stede der ungdommen er, være en viktig voksen, spre kunnskap om kristendom på en sunn måte og være et viktig korrektiv til Jesusinfluenserne.

### Resultater 2022

Utviklet tilstedeværelse på sosiale medier (TikTok, Instagram, Snapchat, Facebook og BeReal), produsert innhold som er delt med andre ansatte, produsert podkasten Drodling på kirkegølvvet (11 episoder, snitt 150 lyttere) og Kirkepodden (2 episoder laget sammen med ungdommer), deltatt på konferanser og seminarer (bl.a. UKT-konferansen) og han har hatt nettverk og veiledet øvrige ansatte i Borg og nasjonalt som arbeider med SoMe. Noen resultater fra TikTok profilen @brageprest: Følgere: 2177 pr 10.1.2023, opp fra omtrent 700 i 2021. Antall klipp produsert: 183, antall mennesker som er nådd: 679 380 og antall likes (engasjement): 34 171.

### Resultater 2023

Brage digitalprest har i 2023 videreutviklet tilstedeværelse på sosiale medier (TikTok, Instagram, Snapchat, Facebook og BeReal), produsert innhold som er delt med andre ansatte, produsert podkasten Drodling på kirkegølvvet (3 episoder, snitt 150 lyttere) og Kirkepodden (3 episoder, 2 laget sammen med ungdommer), deltatt på konferanser og seminarer (bl.a. UKT-konferansen) og han har hatt nettverk og veiledet øvrige ansatte i Borg og nasjonalt som arbeider med SoMe.



SoMe	Innlegg	Views	Følgere	Kommentar
TikTok	306 (183)	1 116 515 (679 380)	3640 (fra 2177)	@brageprest (tall fra 2022)
Insta	132	107 576	821	
Facebook	63	1 192 384	1474	Kun fra sommeren, gammel konto ble hacket
Live TikTok	16	1	2245	Views = antall seere som var med hele gudstjenesten/livesendingen

Et av våre hovedmål er å påvirke til god teologi blant kristne influensere. Brage erfarer at dette bærer frukt. Han har mye kontakt med de tidligere Jesusinfluenserne som har justert seg kraftig. Det er tydelig at ting vi legger ut påvirker hva de gjør.

God respons fra ungdommer. Merker at profileringen fungerer godt. Bli fort en prest for alle. Tagges ofte når noen ønsker refleksjoner fra prest. Er tydelig til stede når det skjer kriser.

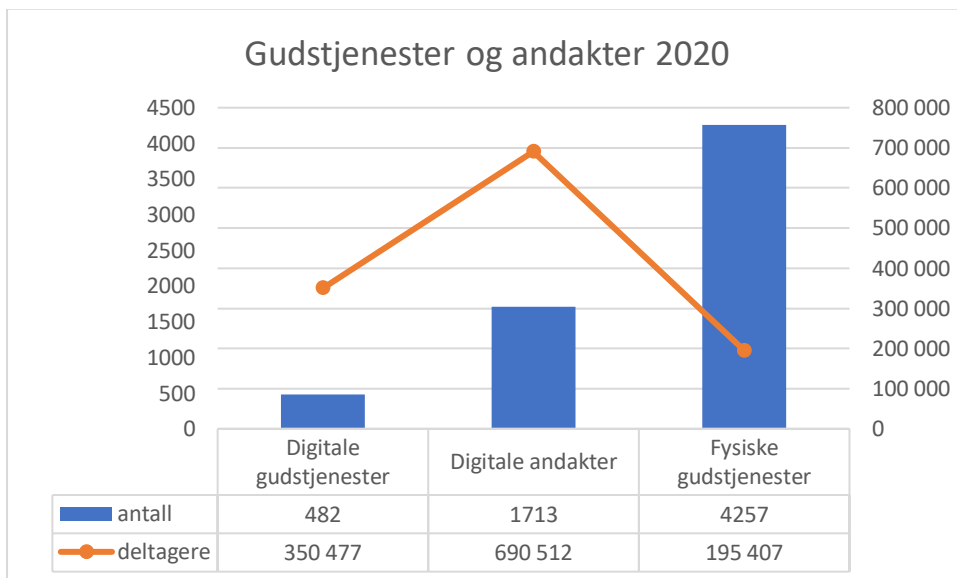
## Vedlegg 8

18: Prostikontakter, proster og kirkeverger: Hvordan ønsker dere å videreføre arbeidet med kommunikasjon i Borg?
Ha dette som et fast punkt i våre møter.
Vi vet ikke hva midlene har gått utover, men det bør vurderes en videreføring av kommunikasjonskoordinator i prostiene.
Jeg ønsker at det etableres faste møtepunkter mellom prost , kirkeverge og kommunikasjonsansvarlig i prostiet, og et årlig møtepunkt for disse i bispedømmet!
Ansette i 20% stilling lokalt i fellesrådet, alternativt kjøpe tjenester av en som kan kirke. Stadig fyller litt på/friske opp kompetanse hos de ansatte. Gjennomføre Canva-kurs i TOL. Ønsker mer koordinering av kampanjer nasjonalt - regionalt - lokalt.
Vi kommer til å fortsette med møter i prostiet 2 gr. i året, om ikke det er spesielle saker vi jobber med - da oftere. I prostikom-gruppa vil det sitte 2 fra hvert fellesråd og prosten.
Viktig å holde trykket oppe, - trenger fortsatt innspill. Har etablert gode strukturer, men er avhengig av medarbeidere med pådriv.
Få flere i staben til å ta medansvar for bidrag til riktig type kommunikasjon på digitale flater. Standardisering av planleggingsverktøy (årshjul/innhold) i Small, Medium og Large slik at den kan tilpasses lokale forhold.
Se på muligheter for å fortsette samhandling mellom de ansatte som i særlig grad har fokus og kompetanse på kommunikasjon og digitale/sosiale plattformer, samt øke bevisstheten og kompetansen blant de gruppene som i mindre grad har gjort seg nytte av verktøyene. Stadig minne de ansatte på nødvendigheten av å kommunisere på flere områder enn de tradisjonelle.
Bidra med lønnsmidler til å opprettholde prostikontakten.
Styrke kompetansen internt i eget Felleråd
Å fortsatt ha møtepunkter for de av oss som jobber med kommunikasjon i Borg oppleves som veldig nyttig.
Fortsette med en kommunikasjonsgruppe i prostiet. Ha kommunikasjon som tema på fagsamlinger. Samkjøre annonser inn mot høytider og spesielle arrangement.
Dette må videreutvikles av prost og kirkeverger i fellesskap. Kirkeverger må ta særlig ansvar for å følge opp lokale kirkestaber inkl. prester. Det er særlig behov for oppfølging av menighetsforvaltere/sekretærer/daglig ledere menigheter.
Vi må jobbe lokalt med mer struktur, planlegging og oppfølging. Mye bra gjennomføres, men vi har fortsatt mye som kan forbedres. Fint når bispedømmet klemmer på, og at det legges rammer for hvordan ting skal presenteres. Dette bidrar til at fellesinntrykket blir gjenkjennelig for hele kirken, uansett hvor du er.
Styrke samarbeidet mellom fellesrådene på dette området. arbeide for at mindre fellesråd slår seg sammen. utpeke kommunikasjons-ansvarlig i den enkelte stab.

**Litt om tallgrunnet for digital rapportering:** Det har vært løpende forandringer i rapporteringen på digital kirke som følge av utviklingen på de ulike sosiale mediene. En viktig endring er at vi i 2022 samlet inn resultater for alt innhold på SoMe, ikke bare videoinnhold. Dermed er rekkevidde og ikke bare 3-sek visninger en viktig indikator. I motsetning til i 2021 er det i 2022 også hentet inn statistikk fra ulike prester og kateketers profesjonelle profiler i tillegg til menighetenes offisielle profiler.

### Digital virksomhet 2020

De overordnede tallene viser at det har skjedd et digitalt paradigmeskifte i gudstjenestetilbudet i Den norske kirke i Borg i 2020.



Figuren viser antall gudstjenester og andakter 2020 Borg bispedømme. SSB 2021, Rambøll 1 2020 og Rambøll 2, 2021.

Tabellen ovenfor viser den fysiske gudstjenestedeltakelsen, digital gudstjenestedeltakelse og digitale andaktsdeltakelsen. Disse tallene kan ikke sammenlignes direkte; Rambøll-tallene angir hvor mange som har sett tre sekunder av en digital gudstjeneste. SSB-tallene hadde også rapportering på digitale gudstjenester og deltagelse på disse, men stikkprøver har vist at det er mye feilrapportering knyttet til SBB-tallene.

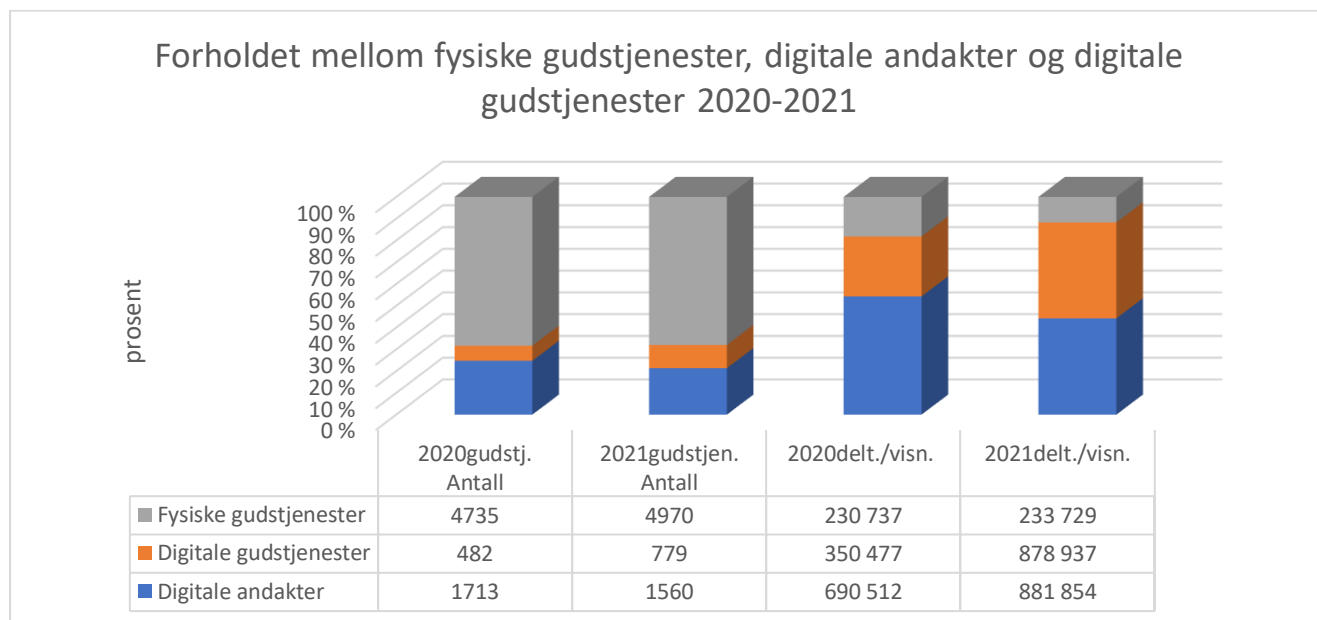
Legger vi Rambøll-tallene til grunn er den samlede digitale gudstjenesteoppslutningen på 1.052.105 deltakere. Første halvår hadde Borg bispedømme 1591 digitale gudstjenester, med 603 111 deltakere. Stavanger bispedømme hadde omtrent like stor deltagelse. Andre halvår hadde Borg 1034 digitale gudstjenester med 448.894 deltakere, mens de fleste andre bispedømmene hadde en større tilbakegang både i antall digitale aktiviteter og digitale deltakere. Dette tyder på at arbeidet som ble nedlagt med digitale gudstjenester våren 2020 viste seg bærekraftig.

I medlemsundersøkelsen som Borg gjorde sammen med Hamar og Stavanger i juli 2020 viste det seg at 1 av 3 hadde sett digitalt innhold fra kirken og 6 av 10 var fornøyde med det de så.

### Utvikling digitale gudstjenester og andakter 2020-2021

Resultatene viser at kirkens digitale gudstjenestetilbud fortsatt var i vekst i 2021. Det digitale tilbudet ble videreført og økte i antall 3-sekunders visninger. Særlig har det digitale gudstjenestelivet økt. Dette tyder på at arbeidet som ble nedlagt med digitale gudstjenester våren 2020 viste seg

bærekraftig også i 2021. Resultatene viser at det ikke er tvil om at kirkens digitale gudstjenestetilbud har bidratt til at kirken har vært mer synlig for flere mennesker i 2021 enn tidligere. Noen har vært redde for at det digitale tilbudet skulle gå ut over den fysiske oppslutningen. Borg ligger over gjennomsnittet nasjonalt for endringer i fysisk deltakelse fra 2020-2021, det ser ikke ut til at det digitale tilbudet har en negativ effekt, det kan være at det har en positiv effekt på fysisk oppslutning.



Figuren viser antall fysiske og digitale gudstjenester og andakter i 2020 og 2021 i Borg bispedømme. SSB 2022, Kirkerådet 2022.

I medlemsundersøkelsen fra 2021 ser vi at gudstjenester er det innholdet som sees av nest flest av de som har sett innhold fra Den norske kirke i sosiale medier (19%). Det er desidert flest seere fra den grønne gruppen (52%), men også seere i den gule (14%) og røde (8%) medlemsgruppen ser gudstjenester digitalt. Borg har langt flere digitale gudstjenester og andakter enn øvrige bispedømmer. Det kan skyldes en stor satsning på digital kirke også i 2021.

### Oversikt 2021-2022

I den digitale rapporteringen for 2022 har 93 % av soknene rapportert. De virkelige tallene er antagelig noe høyere, vi ser noe manglende rapportering fra sokn vi vet har hatt gode resultater.

	Digitale andakter	Digitale gudstjenester	Innhold barn og unge*	Annet innhold	Totalt
Antall digitale aktiviteter	814 (1560)	135 (779)	24 (319)	8828 (1249)	<b>9801 (3907)</b>
Antall 3 sek visninger	29 585 (881 854)	78 385 (878 937)	(128 289)	(1 933 796)	<b>107 970 (3 822 876)</b>
Rekkevidde*	912 485	97 040	263 957	3 513 517	4 786 999

*Borg bispedømmeråd digital rapportering 2022, resultater fra 2021 i parentes.*

\*Rekkevidde definerer hvor mange unike brukere (kontohavere) som har sett innhold fra kirkens sider, inkludert innlegg, historier, annonser, sosial informasjon fra Kontosenter-kontoer som har samhandlet med siden din, med mer. Denne målingen er anslått.

### **Digitale andakter 2021-2022**

I 2022 var det 814 andakter med 29 588 visninger, men hele 912 485 i rekkevidde. Andaktene når vidt ut og bidrar i betydelig grad til kirkens digitale nærvær fortsatt. Det kan se ut til at de digitale andaktene fyller et behov hos folk og at de er kommet for å bli. Resultatene viser store forskjeller mellom prostiene. Det er særlig Søndre Borgesyssel gjennom sitt kontinuerlige andaktsarbeid som er videreført fra pandemien og Brage digitalprest på Øvre Romerike som når mange. Brage digitalprest er en satsing gjennom kommunikasjonsløftet som innebærer at kapellan Brage Midsund har 40 % av stillingen sin dedikert til digitalt arbeid, i hovedsak med ungdommer som målgruppe.

### **Digitale gudstjenester 2021-2022**

Antallet digitale gudstjenester har en naturlig nedgang fra 779 i 2021 til 135 i 2022, siden kirkene har gjenåpnet. Det er Halden i Søndre Borgesyssel, Drøbak og Gjerdrum som hovedsakelig har strømmet gudstjenester i 2022. Disse tre har fått støtte til å lønne ungdommer for å strømme fra bispedømmerådets satsing Kommunikasjonsløftet. Gjerdrum har opprettholdt en relativ stor seerskare fra 2021. Totalt er det 135 gudstjenester med 78 385 visninger eller 97 040 i rekkevidde i 2022. Med etablering av faste TV gudstjenester på søndag, der en av de faste kirkene er Jessheim kirke vil finansieringen av digitale gudstjenester fases ut i 2023.

## **Resultater 2023- etter korona**

Kirkens digitale nærvær har økt i 2023. Soknene i Borg har digitalt nærvær med rundt 190 ulike profiler på Facebook, Instagram, Tik Tok, snap og Discord. Antall følgere har økt i 2023 og rekkevidden\* har også økt i 2023. Pga omlegging av statistikkfunksjonen i enkelte selskap vet vi ikke nøyaktig antall, bare at rekkevidden er større enn i 2022, da den var minst 5 millioner. Resultatmål er oppnådd.

*\*Rekkevidde definerer hvor mange unike brukere (kontohavere) som har sett innhold fra kirkens sider, inkludert innlegg, historier, annonser, sosial informasjon fra Kontosenter-kontoer som har samhandlet med siden din, med mer. Denne målingen er anslått.*

### **Digitale andakter**

Digitale andakter er godt etablert og når godt ut også i 2023. En av tre menigheter publiserte andakter på sosiale medier i 2023. I 2022 var det 814 andakter med 29 588 visninger i digitale medier, og hele 912 485 i rekkevidde\*. I 2023 er rapporteringen forenklet, vi har ikke konkrete tall for rekkevidde. Av disse svarer 33 % at de har stabil rekkevidde, mens 30 % forteller om økning i rekkevidde. Ingen forteller om redusert rekkevidde.

Organisten Leif Ingvold Skaug har gjort et stort digitalt arbeid med musikk og andakter. I 2023 har han på sin facebookside hatt rekkevidde på hele 714 000. Borg bispedømme har støttet arbeidet i 2023.

### **Digitale Gudstjenester**

I 2023 er det fire fellesråd som rapporterer om digitale gudstjenester. Det er Fredrikstad, Ullensaker, Gjerdrum og Halden. Av disse rapporterer tre om stabil rekkevidde og en om økning i rekkevidde. I 2022 var det 135 gudstjenester med 97 040 i rekkevidde. Gitt rapporteringen for 2023 er det grunn til å anta at rundt 100 000 mennesker på et eller annet vis har fått med seg deler eller hele digitale gudstjenester fra menigheter i borg.

Brage digitalprest er en satsing gjennom kommunikasjonsløftet som innebærer at kapellan Brage Midsund har 40 % av stillingen sin dedikert til digitalt arbeid, i hovedsak med ungdommer som målgruppe. Han har prøvd ut live-gudstjenester på Tik Tok i 2023. På 16 Live-gudstjenester har han 50-200 seere i snitt. Dette er ordinære gudstjenester som han holder i kirken, han setter på Live Tik Tok og så henger seere seg på. Disse gudstjenestesendingene blir moderert av andre personer under sending, det filmes ikke ansikter etc. og etter gudstjenesten svarer Brage på spørsmål fra seerne. Mellom 50 og 200 ungdommer som får med seg små eller store deler av en gudstjeneste på Tik Tok vurderes som bra og verdifullt.

### Vurdering og analyse

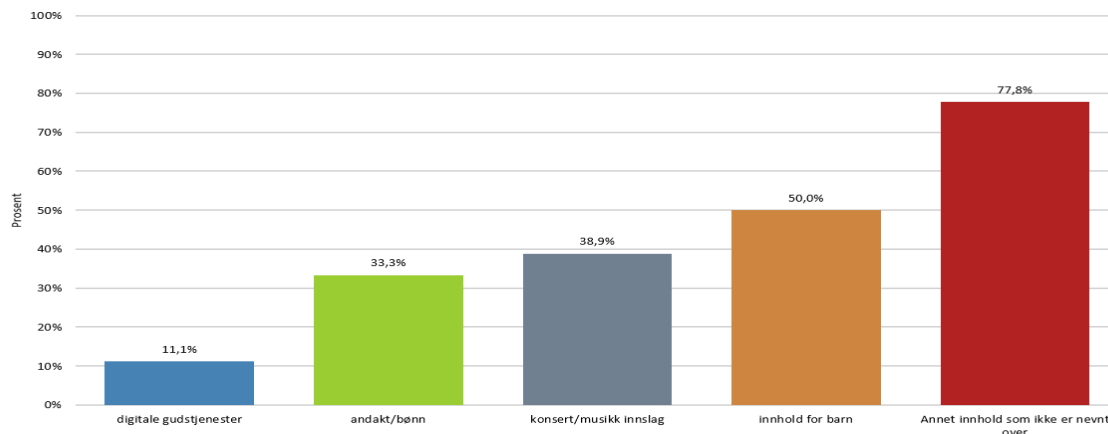
Digital kirke har vært ett av fire satsingsområder i Kommunikasjonsløftet, bispedømmerådets satsing over flere år. Det har foregått en målbevisst satsing på kompetanseutvikling og kapasitetsutvikling i lokalkirken for å være tilstede på digitale medier.

Den digitale rapporteringen for 2023 er annerledes enn tidligere, vi har ikke innhentet nøyaktige tall pga ressurs hensyn og omlegging i statistikkfunksjonen til Meta. 22 av 28 fellesråd har rapportert, men ikke alle sokn, omtrent halvparten av soknene er med i rapporteringen.

Halvparten av menighetene svarer at de har hatt stabil aktivitet i 2023, mens 36 % rapporterer om en større aktivitet i sosiale medier (SoMe). Kun 5 % rapporterer om mindre aktivitet. Dette er imponerende, utfordringen i 2023 har vært å opprettholde det digitale nærværet man utviklet under koronapandemien samtidig med at man har gjenetablert fysiske tilbud. Det har foregått et stort arbeid med å innlemme det digitale arbeidet i arbeidsplaner, rutiner og arbeidsbeskrivelser i menighetene. 2 av 3 menigheter og fellesråd har en plan for hva som skal publiseres på sosiale medier, og 1 av 3 menigheter har medarbeidere som har ansvar for digitale medier beskrevet i sin arbeidsbeskrivelse.

enker rapport om kirke på digitale medier 2023

#### 8. Hvilke av de følgende typene digitale aktiviteter har dere gjennomført/publisert i 2023?



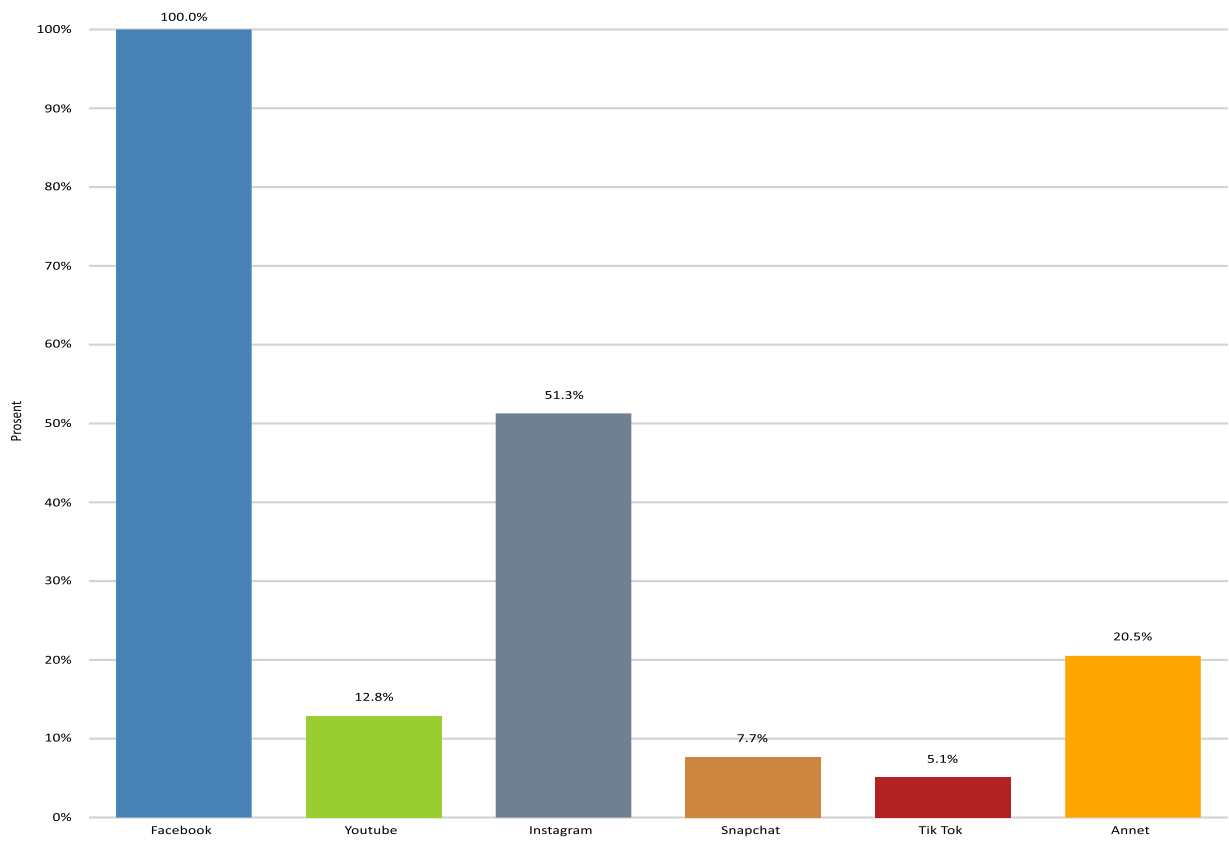
Powered by www.questback.com 14.03.2024 14:56

Det er en stor dreining av hva slags type innhold som publiseres. Fra å publisere kirkelig virksomhet som innhold er det nå annet innhold som publiseres. Det gjøres et stort arbeid med å transformere kirkelig virksomhet til sosiale medier. Dette har vært et uttalt mål i det digitale arbeidet i Kommunikasjonsløftet.

Det er svært gledelig at innhold for barn også publiseres i større grad. I 2022 var andelen innhold for barn svært lavt.



Det er også en stor variasjon i hvilke kanaler som brukes, se figur under. Nytt i 2023 er at flere menigheter bruker Youtube.



85 % av menighetene forteller at de har hatt engasjement og kommentarer i kommentarfeltene og at de har svart på dem, men 10 % svarer at de ikke har svart på dem. Dette betyr at menighetene også er sosiale i sosiale medier, det er også veldig positivt.

Vi har ikke nøyaktig tall for antall følgere totalt i Borg, men mye tyder på at det er en økning (det er dobling i følgere for de som har rapportert nøyaktige tall). I 2022 hadde SoMe profiler i Borg 73 724 følgere, 16 % av medlemsmassen. Vi ser at flere menigheter har jobbet målbevisst med å øke antall følgere.

Vedlegg 10 spørsmål 19 evaluering Andre kommentarer eller innspill til Kommunikasjonsløftet?
Det har vært vanskelig å engasjere stab og få de til å forstå hva vi har lært på kurs. Vår prostikontakt har ikke fungert og heller ikke vært til hjelp for oss lokalt. Her har vi kommet med innspill, men det har ikke blitt videreført eller gjort noe med.
Det har kommet mye godt gjennom kommunikasjonsløftet! Det er likevel vanskelig å følge opp intensjoner fra dette arbeidet i en akutt underbemanna og dårlig ledet stab. Så vidt meg bekjent har ingen i vår stab et helhetlig, reelt koordinerende eller ledende ansvar for kommunikasjon, så det vi får til er fordi enkelt-ansatte tilfeldigvis vil og kan ta i et tak på et bestemt område. Korona og strømmeutstyr ga et "boost" for digital kontakt med medlemmer, og dette har vi klart å opprettholde. Vi er gode på facebook, alt annet er tilfeldig (eller ikke) fulgt opp fra ledelsen og lider under dette. Det er lokal bemanning og ansvarsdeling som hindrer oss. Ikke faglighet og intensjoner fra bispekontoret - det har vært veldig bra!
Hovedutfordringen lokalt er ikke mangel på kunnskap, men mangel på arbeidskapasitet. Alle driver kommunikasjon for sine egne ting, med ulik kvalitet og stil. Ingen har tid i sin arbeidsinstruks/-hverdag til å ha et overordnet ansvar for kommunikasjon, og det legges heller ikke til rette for det fra kirkevergens side.
Av og til er det for mye informasjon som sendes ut. Vi føler oss av og til litt presset til å bli med på opplegg vi ikke prioriterer.
Utad kommuniseres det bra. Internt i organisasjonen flyttes fortsatt papirskjemaer med håndskrift og perm og fasttelefonen på kontoret må ringes i kontortiden. Jeg ønsker prosjekt med dåpsreisen også for vielse, konfirmasjon, og gravferd (?). Kan påmeldte til trosopplæring tiltak få bestillingsbekreftelse /kvittering når de er påmeldt eller skal jeg fortsatt ta telefonen fra konfirmantforeldre som lurer på om de er påmeldt.
Gul kommunikasjon: Det er et godt mål å nå de "gule medlemmene", men innholdet/essensen av hva vi er og gjør som kirke må være med. Av nasjonale kampanjer har jeg sett mye godt som ivaretar dette, og en del i nærheten av eller over grensa for å miste dette. Det er vanskelig å være helt konkret her, men det er iblant en følelse av at økt oppslutning er målet, og ikke et middel for at flere skal få erfare Gud og det kristne felleskapet. At vi selger oss litt billig eller flytter fokus fra budskap til estetikk; fra Jesus til "den gode følelsen". Det bør alltid være noen teologisk skarpe kritikere over ryggen til de gode kommunikasjonsmedarbeiderne.
Har merket svært lite til dette løftet i Nedre Romerike prosti. Og det er lokalt i enkelte menigheter et stort behov behov for å bli er profesjonell, målrettet og variert i bruk av kommunikasjonskanaler for å nå viktige målgrupper. Brev til døpte er ikke lenger en tilfredsstillende løsning (alene) for å få oppslutning om kontinuerlige tiltak og breddetiltak i DnK.
Synes rapporteringen på det digitale er svært tidkrevende, og det har kommet informasjon om hva som skal rapporteres for sent i året, slik at vi har tatt vare på feil informasjon. Det er lite motiverende for kommunikasjonsarbeidet.
Har fra mitt ståsted ikke merket noe av det. Eg ikke hørt om det el hørt begrepet.
Hvordan være på SoMe som organisasjon og ikke som "seg selv" av hensyn til personvern og hvordan personlige data brukes av Meta, o.l.? Belyse de etiske problemstillinger her og hjelpe oss å finne akseptable "work-arounds".
Det er svært krevende å være oppdatert på alle områder i en liten stab. I det daglige betyr det at noe dessverre velges bort som følge av ressursmangel. For de små enhetene er det viktig med felles satsning og tiltak. Nivået må være på et slikt plan at det er mulig å utføre dette i praksis. Utviklingen går svært raskt, utfordrende å være oppdatert
Dette burde være for alle ansatte som driver med utadrettet arbeid. Mye jobb på noen få i staben. Det bør være kurs hvert semester, siden det stadig forandrer seg og fordi det stadig er nye ansatte. Flott og viktig med denne satsingen :)
Jeg kom inn mot slutten og skulle gjerne vært med på dette. Tror det er superviktig fremover!
Mye positivt. Men viktig at ikke kirkens egenart og annerledeshet forsvinner i kampanjer og forsøk på å nå flest mulig. Tror folk vil komme til kirken om de er interessert, ikke bare hvis den er "tilpasset" deres ønsker.
Kommunikasjonsløftet har bidratt til økt kompetanse hos de fleste, forståelsen av viktigheten, og gitt oss mye verktøy som kan brukes. Noen har fått det veldig bra til, andre ikke fullt så mye. Men den generelle forståelsen av viktigheten, og det med å komme i gang, har vært utrolig bra. Nivåforskjellen varierer nok ganske mye fra fellesråd til fellesråd, men nå må vi jobbe og utvikle dette videre, og mitt inntrykk er at det er god vilje til det.

Det er litt trist og frustrerende at det ikke ble bedre resultater, gitt den store satsingen som dette tross alt har vært. muligens er det for lite målstyring. bevilgninger burde i større grad vært avhengig av hvilke resultater man oppnår.