



UTVIKLINGSDOKUMENT FOR  
UNDERVISNINGSTJENESTEN I KIRKEN I  
TRONDHEIM

Utviklet av:

Undervisningsansatte i Kirkelig Fellesråd i  
Trondheim

# UFO

Undervisningsforum 2017

## Innhold

1.0 Prosjektbeskrivelse .....	2
2.0 Utvikling av undervisningstjenesten og fagpersonene i KfiT .....	3
3.0 Metode GROW.....	3
4.0 Mål og målkarakteristikker .....	4
5.0 Reality - virkelighetsbilde.....	4
6.0 Tiltak .....	7
6.1 Utekirke for ungdom.....	7
6.1.1 Nattkirke .....	7
6.1.2 Tilstedeværelse på skoler.....	9
6.2 Grenseløs kirke - samarbeid på tvers av menigheter .....	11
6.2.1 Rockegudstjeneste .....	<b>Feil! Bokmerke er ikke definert.</b>
6.2.4 Kick-off på konfirmanntiden .....	<b>Feil! Bokmerke er ikke definert.</b>
6.3 Kompetanseløftet .....	14
- trosopplæring som menighetens viktigste agenda .....	14
6.4 Konfirmasjon i Trondheim .....	17
6.4.1. Konfirmantlærerforum: .....	17
6.4.2. Konfirmanter .....	18
6.5 Samarbeidsplan XXX skole – XXX kirke .....	21
Fremdriftsplan: .....	22

## 1.0 Prosjektbeskrivelse

### Navn på prosjekt

Utvikling av undervisningstjenesten og fagpersonene i KFiT.

### Eier:

Kirkelig fellesråd i Trondheim. Felles prosjekt for undervisnings-stillingene i Trondheim.

### Hva

- Styrke og utvikle undervisning og trosopplæring i kirken i Trondheim.
- Utvikle en felles, helhetlig profil for undervisning/trosopplæring i Trondheim, som resulterer i en «handlingsplan».
- Styrke og bevisstgjøre ansatte som er i disse stillingene, og bygge et fellesskap/nettverk på byplan.
- Definere hvilke områder/hvilken profil man ønsker iverksatt, og tidspunkt for når disse skal iverksettes og implementeres..

### Hvorfor

Mange forholdsvis nyopprettede stillinger som menighetspedagoger, sammen med etablerte undervisningsstillinger/kateketer gir mulighet for å tenke helhetlig om Kirkens undervisningstilbud i Trondheim. Slik kan det bli et byomfattende samarbeid, som er gjenkjennelig og gir det samme tilbud til barn og unge over hele byen. Faggruppen skal finne strategier for å nå flere barn, unge og voksne via kirkens undervisningstjeneste. For å sette nye mål kreves kartlegging og samhandling for undervisningsstillingene. Målene settes i første samling. Fagpersonene skal styrkes, slik at de står trygge i sin profesjon i møte med andre faggrupper og samfunnet forøvrig.

### Hvordan

- Oppstart med fellessamling for kateketer og menighetspedagoger juni 2015.
- Etablere en arbeidsgruppe bestående av 1-2 fagperson fra hver sone, der både kateketer og menighetspedagoger er representert. Denne arbeidsgruppen/styringsgruppen er sammen med soneledere ansvarlige for å lage en tids- og fremdriftsplan for arbeidet i faggruppen.
- Menighetsrådene definerer menighetens mål, og menighetsrådene og fagstillingene må samhandle for å lykkes med å nå målene. Faggruppen setter mål/resultatmål som legges frem for ledergruppen, FR, MR, og sørger for å bidra til et godt samarbeid mellom organene.
- Faggruppene definerer fokusområder, og tidfester handlingsplan for fokusområdene.
- Faggruppen finner naturlige samarbeidspartnere i samfunnet for øvrig. Organisasjoner, etater, nettverksgrupper etc. (Skoler/rektorer/helsesøstre/nærpoliti/utekontakt/idrettslag) I mange (alle?) bydeler finnes allerede godt etablerte nettverksgrupper der kirken kan/bør være representert.
- Tydelig markedsføring
- Et tydelig fokus fra ledelsen på å styrke fag-personene og gruppen.
- Benytte GROW (Goal/Reality/Options/Way forward) som metode for fremdrift.

## 2.0 Utvikling av undervisningstjenesten og fagpersonene i KfiT

I september 2015 ble det etablert et forum for kirkelig undervisning bestående av alle ansatte innen undervisning i Kirkelig Fellesråd i Trondheim. Forumet ledes av Inger Helén Nygård, avdelingsleder i Domprostiet sone. Det ble etablert en styringsgruppe bestående av flere fagpersoner fra de ulike faggruppene i undervisningstjenesten. Det ble vektlagt at styringsgruppen skulle bestå av både menighetspedagoger og kateketer/undervisningsleder, helst representert fra alle byens prostier; Bjørn-Olav Berg (faglig koordinator), Knut Ove Sætherskar (Undervisningsleder) og Marie Hauge Gonzalez (menighetspedagog), Grethe Ramampiaro (kateket).

Bakgrunnen for etableringen av forumet var KfiTs mål og strategiplanen 2014-2017 hvor det står «*Den norske kirke i Trondheim - en åpen, omsorgsfull og evangeliserende folkekirke sammen skal øke oppslutningen om kirkelivet i Trondheim og styrke Trondheim som kirkelig tyngdepunkt.*»

For å nå dette målet er det etablert faggrupper for diakoni og undervisning.

Forum for kirkelig undervisning (UFO) skal styrke og utvikle undervisning og trosopplæring i KfiT for å nå målene som er satt for UFO i prosjektbeskrivelsen:

- Utvikle en felles, helhetlig profil for undervisning/trosopplæring i Trondheim, som resulterer i en «handlingsplan» på vegne av menighetene.
- Styrke og bevisstgjøre ansatte som er i disse stillingene, og bygge et fellesskap/nettverk på byplan.
- Definere hvilke områder/hvilken profil man ønsker iverksatt, og tidspunkt for når disse skal iverksettes og implementeres.

Målene er satt for å tenke mer helhetlig om Kirkens undervisningstilbud i Trondheim. Slik kan det bli et byomfattende samarbeid, som er gjenkjennelig og der kirken gir et tilsvarende, men ikke nødvendigvis likt tilbud over hele byen. Faggruppen skal finne strategier for å nå flere barn, unge og voksne via kirkens undervisningstjeneste, og utnytte ressursene på best mulig måte. For å sette nye mål kreves kartlegging og samhandling for undervisningsstillingene. Fagpersonene skal styrkes, slik at de står trygge i sin profesjon i møte med andre faggrupper og samfunnet forøvrig.

Faggruppen skal sette mål og resultatmål for forumet, definere fokusområder og tidfeste handlingsplan for fokusområdene. For å få dette til er vi nødt til å ha et godt samarbeid med alle menighetsråd i Trondheim, ettersom det er disse som definerer hver enkelt menighets mål. Faggruppen finner naturlige samarbeidspartnere i samfunnet for øvrig. Organisasjoner, etater, nettverksgrupper etc. (Skoler/rektorer/helsesøstre/nærpoliti/utekontakt/idrettslag) I alle bydeler finnes allerede godt etablerte nettverksgrupper der kirken kan/bør være representert. Det må satses på tydelig markedsføring.

## 3.0 Metode GROW

I vårt arbeid benytter vi GROW som metode. GROW står for **G**oal (mål), **R**eality (virkelighet), **O**ption (hindringer og muligheter), **W**ay forward (motivasjon og fremdriftsplan).

## 4.0 Mål og målkarakteristikker

Målet for UFO:

***Øke oppslutning og synlighet gjennom kreativitet, formidling, initiativ og tilhørighet.***

### **Målkarakteristikker:**

- Vi er en faglig ressursbank i arbeidet med barn og unge
- Vi er kreative og støtter utprøving og utforming av nye ideer og metoder
- Vi er pådrivere for tverrfaglig samarbeid
- Vi har mye kunnskap og erfaring og deler med hverandre
- Vi prioriterer forumet for å nå målet
- Vi er en tydelig stemme i arbeidet med barn og unge
- Vi skaper rom for tro og undring

## 5.0 Reality - virkelighetsbilde

Virkelighetsbildet ble kartlagt slik deltagerne i UFO oppfatter menighetene der de jobber ved bruk av Word café som metode. Deretter ble virkelighetsbildet delt inn i åtte kategorier definert som: Gudstjenester, barn, ungdom, babysang, familie, frivillighet, utfordringer og budskap/synlighet.

### **Gudstjeneste**

Gudstjenestene er ofte preget av å appellere til de eldre jfr. Publikumsundersøkelsen (Norstat 2016). Det er store lokale variasjoner i gudstjenestene i Trondheim, både i form og uttrykk og mange gudstjenester er preget av å ha mange dåp med mange deltakere mens andre gudstjenester holdes i nesten tomme kirker. Undersøkelser viser at konfirmanter er mer negativ til gudstjenesten etter at konfirmasjonstiden er over (The Second International Study of Confirmation Work in Europe) og (Innanen, Kati 2010: «Positive och negative opplevelser av konfirmasjonstiden»).

Familiemessetilbudet i menighetene Trondheim er svært varierende, både i form, pedagogisk kvalitet, hyppighet og besøksmengde. Definisjonen av familiemesse er også svært ulik fra menighet til menighet. For noen menigheter er det god rekruttering til familiemessene, men for andre kan det virke som en lukket klubb, der nye deltakere kan finne det vanskelig å høre hjemme. Andre steder kommer familiene bare når de er spesielt inviterte, det er vanskelig å nå målgruppen og lite rekruttering. Utfordringer med familiemessene er noen steder at man legger til barneelement istedenfor å erstatte dem. Samarbeid på tvers av faggruppene er også veldig variert.

### **Barn**

Vi opplever noe synkende dåpstall. Det gjennomføres mye godt arbeid for barn før skolealder. Nasjonale breddetiltak som Tårnagent og Lys Våken fungerer godt enkelte steder. Punkttiltak mot spesielle aldersgrupper fungerer ofte godt i form av at de som kommer er fornøyde. Enkelte menigheter har også stor oppslutning rundt kontinuerlige tiltak som for eksempel Tweens og barnekor. De menighetene som har etablert en god relasjon til målgruppen lykkes bedre i rekrutteringsarbeidet. Skole- og barnehagesamarbeidet blir ofte preget av skoleledelsens holdninger til kirken. Noen steder møter liten vilje til samarbeid, mens andre er svært positive. Dette gjelder også SFO.

## **Ungdom**

Kirken i Trondheim har en generell utfordring når det gjelder å tilby aktiviteter som samler og er relevante for ungdom. Det store unntaket er konfirmanttiden hvor vi fortsatt favner bredt. Tilbakemeldinger fra konfirmanter etter endt konfirmasjonstid viser at det er en del misforhold mellom konfirmantforventninger og opplevelser. Det er et svært variabelt konfirmantopplegg i byen. Ungdomslederkurs er et tilbud de fleste menighetene har, men i svært varierende grad både i form og oppslutning. Vi opplever konkurranse fra annen organisert aktivitet som for eksempel kommunens ungdomsklubber, organisert idrett og andre fritidsaktiviteter som ofte krever mye tid i en ungdoms hverdag. Enkelte steder finner vi gode samarbeid på tvers av menigheter om felles ledertrening. Da det er vanskelig å samle ungdommene etter endt kurs er det vanskelig å gi de nødvendig oppfølging, og det er ikke et stort fokus på oppfølgingen av lederne. Enkelte menigheter er preget av store utskiftninger og sykemeldinger som fører til ustabil kontakt med ungdommenes relasjonspersoner. Vi har lite tilbud av aktiviteter til unge voksne.

## **Babysang**

Babysang er et tiltak de aller fleste menighetene i byen har et tilbud om, og hvor det stort sett er lett å få med deltakere. Det er et lavterskeltilbud som i stor grad benyttes av mødre i barselpermisjon, og vi har en utfordring i å få med fedrene. Babysang er viktig inngangsport til våre øvrige tilbud og det er her relasjonsbyggingen starter. I likhet med skole, SFO og barnehagesamarbeidet er det noe variasjon i graden av samarbeid med helsestasjonene, men mye av markedsføringen rundt dette tiltaket utføres i samarbeid med helsestasjoner.

## **Familie**

Familier i dag er ofte preget av «tidsklemma», og det er en utfordring for kirken å nå familiene i dag. Mange menigheter tilbyr derfor ettermiddagstreff med middagstilbud for å avlaste familiene på et tidspunkt de fleste samles uansett. Dette virker å være attraktivt. Tidspunkt for gjennomføringen av tiltak kan være avgjørende for graden av oppmøte. Andre faste fritidsaktiviteter blir ofte prioritert foran kirkelige aktiviteter.

## **Frivillighet**

Det er en utfordring å skaffe nok faste frivillige. Frivillige til punkttiltak er lettere å mobilisere fordi foreldre oftere ønsker å være frivillige i aktiviteter for egne barn, og de slipper å forplikte seg jevnlig tjeneste i en hektisk familiehverdag. Frivilligheten har forandret seg, og vi henger litt etter i å tenke på «gammelmåten» når det gjelder frivillighet. For mange ønsker å være frivillige, men har vanskelig for å forplikte seg til tjeneste over tid. Mange menigheter har derfor utfordringer til å finne frivillige til faste aktiviteter i kirken fordi man er nødt til å finne nye hender hver gang. I mange menigheter er det lite oppfølging av de faste frivillige, og få menigheter tilbyr kurs for frivillige. Det er ulike rutiner for innhenting av politiattest blant frivillige.

## **Utfordringer**

Bare skolen får med alle fordi den er obligatorisk, mens deltakelse på våre arrangement er frivillig. Det er en utfordring å bli oppfattet som relevant og attraktiv og vi er preget av et dårlig omdømme jfr. Publikumsundersøkelsen (Norstat, 2016). Kommunikasjon mellom yrkesgruppene er svært varierende i de forskjellige menighetene. Enkelte ansatte er styrt av menighetens tradisjoner, og er ikke så åpen for nytenkning og utvikling. Samarbeidsutfordringer mellom faggruppene og arbeidsgiverlinjene preger enkelte staber der for eksempel undervisningsansatte ikke blir inkludert i planleggingen av gudstjenester. Utydelighet mellom ansvarsområder som overlapper hverandre er ofte en kilde til både konflikt, utydelighet og usikkerhet blant ansatte i en stab og fraværende ledelse forsterker dette enkelte steder. Sykemeldinger, studiepermisjoner og utskifting av mannskap har ført til ustabilitet og fremgang i barne- og ungdomsarbeidet i flere menigheter. Det er ulike rutiner for opplæring av nyansatte i de forskjellige sonene.

Vi møter utfordringer i forholdet mellom kontinuerlige tiltak og punkttiltak. Denne utfordringen er en følge av trosopplæringsplanen (Gud gir – vi deler), som har en definisjon av trosopplæring som oppfattes som både snever og uklar. Markedsføring og kommunikasjon med målgruppene har ofte en lite gjennomtenkt strategisom fører til at vi ofte sliter med å nå frem både i form av å virke attraktive, relevante og av at vi får lav oppslutning til våre tiltak. Menighetenes innstilling til samarbeid på tvers av soknegrensener er veldig varierende og ofte personavhengig både i stabssammenheng og i menighetsråd. Det er en konflikt mellom det å satse lokalt eller å satse stort.

### **Budskap og synlighet**

I en tid med et mylder av fritidstilbud for barn og unge opplever mange i kirkens undervisningstjeneste at kirken sliter litt med å finne sin plass. Dette gjelder både det å fremstå som relevante, aktuelle og attraktive, og når det kommer til det å være synlig. Skolen var tidligere en god samarbeidspartner når det gjaldt å spre og dele ut informasjon til elevene om de ulike aktivitetene vi kunne tilby i kirken. Som følge av et rådmannsvedtak i Trondheim har vi ikke lenger mulighet til å fortsette med dette. Menighetene sliter med å finne nye løsninger på kommunikasjon med barn, ungdom og familier. Det kan på en måte ses som at vi er nødt til å bygge opp en ny merkevare – som en synlig og relevant aktør i barn og unges liv. Utfordringer til dette ligger i at tenkningen og strategien til et slikt arbeid har gått til de enkelte menigheter, og kompetansen innenfor markedsføring og grafisk design til de enkelte i menighetene er svært varierende. For at vi skal kunne klare å bygge opp en slik merkevare savner vi en helhetlig grafisk profil for kirkens barne- og ungdomsarbeid, og en felles markedsføringsstrategi som er spesifisert for de enkelte aldersgrupper.

### **Ledelsens ansvar for forumets fremdrift**

Enkelte av de punktene som ble kartlagt under forumets virkelighetsbilde er nødt til å bli ivaretatt og jobbet med av ledelsen. Dette gjelder spesielt punktet som har med utfordringer å gjøre, samt budskap og synlighet. For at forumet skal kunne lykkes i å nå målene som er definert, må disse punktene tas på alvor.

Kommunikasjon og samarbeid mellom yrkesgruppene, både internt og mellom arbeidsgiverlinjene, er et område det er nødvendig å satse på. Mange stillinger i kirken har overlappende ansvarsområder, og stillingsinstruksene er ofte mangelfulle. I og med at dette ofte kan være en kilde til konflikt, ønsker forumet at ledelsen i samarbeid med bispedømmelinjen og ansatte avklarer ansvarsfordelingen ved overlappende roller, og utarbeider tydeligere arbeidsinstruksjoner.

For å bygge opp en merkevare, er man nødt til å kunne samle alt arbeidet for barn og unge i en gjenkjennbar grafisk profil. Forsøke å forhandle med Rådmann/Kommunalminister om bedre muligheter til distribusjon på lik linje med andre aktører.

Sykemeldinger, studiepermisjoner og hyppig utskifting av mannskap er som tidligere nevnt en faktor til ustabilitet i flere menigheter. Når man ser det i sammenheng med at opplæringen av nytilsatte er ganske tilfeldig, er det en uheldig situasjon både for den nytilsatte og de andre i staben som ikke har det som arbeidsoppgave og drive slik opplæring. Forumet ønsker at ledelsen lager rutiner for en systematisk opplæring av nytilsatte.

## 6.0 Tiltak

UFO valgte ut åtte hovedområder der de fire uthevede områdene ble prioritert i første omgang. Disse fire områdene er det kartlagt og videre lagt en tiltaksplan som beskrives i dette kapittelet. UFO vil i neste omgang arbeide videre med de fire neste områdene:

### **Oppsøkende virksomhet**

**Grenseløs kirke – samarbeid på tvers av menigheter**

**Kompetanseløftet – trosopplæring som menighetens viktigste agenda**

**Fokus på konfirmanttiden i Trondheim**

U-kirke Trondheim

SFO

Barn og kontinuerlige tiltak

Møteplass for ungdom

## 6.1 Utekirke for ungdom

Kirken i Trondheim skal være en livsnær kirke. Derfor må vi være til stede for samtaler med ungdom på deres arena. Vi ser for oss to ulike fokusområder innen oppsøkende virksomhet: kulturarrangement og skoler, disse krever ulik tilnærming.

Barn og ungdoms oppvekstvilkår er kirkens samfunnsansvar – dette må vi gjøre sammen som kirke, på tvers av fagprofesjoner og menigheter. Ungdomstiden er en sårbar tid og forskning viser at den psykiske helsen blant ungdom er nedadgående. Vi som kirke må være til stede for de i denne perioden av livet.

Utekirke for ungdom er oppsøkende virksomhet som ikke er en aktivt evangeliserende, men en tilgjengelig kirke. Et viktig premiss for utekirke er at ungdommene selv styrer samtalerne.

### **Mål**

Vi skal være samtalepartnere der hvor ungdommer samles, både på kulturarrangement og på skolen. Vi ønsker å skape trygge rom som legger til rette for samtaler, refleksjon, opplevelsen av å bli ivaretatt og lyttet til. Kirken skal være livsnær, synlig og tilgjengelig for ungdommene i Trondheim.

### **Målgruppe**

13-30 år.

Aktivitetsplanen er delt inn i de to ulike tiltakene: tilstedeværelse på festivaler og kulturarrangement (Nattkirke), deretter tilstedeværelse på skoler. Begge tiltakene beskrives videre ved GROW-modellen, med virkelighet, hvordan vi mener tiltaket kan se ut (options) og veien videre (W).

#### 6.1.1 Nattkirke

### **Virkelighet**

Vår inspirasjon til prosjektet kommer fra «kirkebuss» som ungdomsdiakonene i Oslo-området hadde i russetiden.

I dag er flere kirkelige aktører tilstede på ulike festivaler og kulturarrangement i Trondheim, blant annet Kirkens Bymisjon og studentprestene. Vi vil samarbeide med de aktørene som allerede er aktive og etablere oss som en synlig og tilstedeværende kirke.



## **Tiltaksbeskrivelse**

Tilstedeværelse på kulturarrangement og festivaler for ungdom, slik som natt til 1.mai, 16. mai-arrangement, russetid, Pstereo-festivalen, Olavsfestdagene, Gatefest, Fadderuka, UKA, Musikkdagen og lignende arrangement.

Vi vil være tilstede med varmetelt som ungdommene kan oppsøke med varm drikke og voksenpersoner med samtalekompetanse. Her er det mulighet til å komme innom for å prate, få noe varmt å drikke eller sitte ned en stund.

Teltet må ha en logo som viser at vi er et tiltak under Den norske kirke og vertskapet må bruke bekledning med samme logo.

Dette er et tverrfaglig tiltak.

## **Oppstart**

### Fase 0.

Vi trenger ressurs til en koordinator for å organisere kirkens tilstedeværelse på festivaler og kulturarrangement. Koordinatoren må samarbeide med andre aktører som Røde kors, Kirkens Bymisjon, Nattravnene, og snakke med ungdomskoordinatoren i byen, samt SLT (Samordningsmodell for lokale, forebyggende tiltak mot rus og kriminalitet). Koordinatoren må også drive det tverrfaglige samarbeidet. Både prester, diakoner, undervisningsansatte og frivillige skal være med på dette. Avdelingsleder og prostene må avklare hvordan samarbeidet settes i gang og hvordan ressursene brukes.

### Fase 1, Planlegging og kursing

Når koordinator er ansatt må vi finne ut av hvilke arrangementer vi skal delta på. Gruppen ønsker at det i første omgang skal være fokus på tilstedeværelse rundt arrangement som natt til 1. mai, 16. mai og opprettelse av et samtaletilbud for ungdom. Det må også opprettes en plan for hvordan det er ønskelig at menighetenes ansatte skal delta i de forskjellige arrangementer, finne aktuelle frivillige og opprette samarbeid med andre aktører som allerede har et eksisterende tilbud på de arenaene vi ønsker å delta på. Kursing av de ansatte og frivillige som skal delta på tilbudet er også en viktig del av forberedelsene før et slikt tiltak kan tre i kraft. Utstyr som varmetelt/varmebil etc. må også anskaffes i fase 1.

### Fase 2:

Vi skal være til stede for russetid natt til 1. mai og natt til 17.mai. For å få ressurser på plass, planlegging og koordinering ihht. til dette ser vi for oss oppstart i 2019 eventuelt før. I forkant av dette må vi ta kontakt med hovedstyret for russetid for samarbeid. Det kan være lurt å vise til «kirkebussen» som ungdomsdiakonene i Oslo hadde på ulike russetreff i Oslo-området 2017.

## **Økonomi**

Den største kostnaden vil være lønnsutgifter til koordinator. Andre lønnskostnader som må dekkes, er de ansattes lønnsutgifter inkl. ulike tillegg. Kursing av ansatte og frivillige vil også koste.

Engangskostnaden for tiltaket er et varmetelt, roll-up, uniformering, logo og møblering av teltet og evt. bålpanne og enkelt førstehjelpsutstyr. Det vil også være utgifter til kartlegging og en mulig inspirasjonstur til Oslo for snakke med ungdomsdiakonene i Bærum.

De løpende kostandene er evt. Servering, transport av ansatte og frivillige og mulig inngangsbilletter på festivaler om arrangøren ikke dekker dette.

## Markedsstrategi

### *I sonderingsfasen:*

Målgruppen for markedsføringen er kommunen (ungdomskontaktene og SLT), ansvarlige for russefeiringa i kommunen, festivalarrangører, universitetet, politi, frivillige organisasjoner (Røde kors, Kirkens bymisjon, 22B (Salem menighet). Vi må undersøke om det finnes en felles plattform for frivillige organisasjoner som er på kulturarrangement og festivaler.

### *I utføringsfasen:*

Synliggjøre vår tilstedeværelse ved hjelp av medier, sosiale medier og nettsider. Vi skal være lett synlige på de arrangementene vi er på. Vi må ha et navn på konseptet som brukes på alle festivaler og arrangement. Navnet må stå på felles «uniform» og roll-up. Yngvil Bjellaanes, markedsfører/rådgiver, må kobles på som ressursperson i markedsføringen.

Forslag på navn for tiltak: Nattkirka

## Ressursbehov

Koordinatoren som ansettes kan være en ungdomskoordinator for hele byen. Flere av tiltakene som kommer frem i dette dokumentet fra Undervisningsforum, kan bruke samme koordinator.

Tiltaket trenger et tilstrekkelig antall egnede og motiverte ansatte og frivillige og en koordinator som kan organisere og drive opplæring av ansatte og frivillige. Alle ansatte og frivillige som deltar på dette skal gjennomgå kurs og opplæring slik at man har felles forståelse for innholdet i tiltaket og arbeidsmetode.

### 6.1.2 Tilstedeværelse på skoler

#### **Virkelighet**

På skolene jobber det helsesøstre med samtaletilbud, men helsesøstertilbudet har fortsatt ikke nok ressurser til å dekke samtale- og oppfølgingsbehovet blant ungdommene. Dette til tross for økte ressurser til helsesøstre som ble bevilget i 2017. Nyere forskning viser at ungdommenes mentale helse er forverret. (University of Liverpool og University College London, 2017)

Kirkelige ansatte har mye kompetanse på samtaler og kan muligens tilby andre typer samtaler enn helsepersonell kan.

Det finnes allerede tiltak for ungdom i kirken i skoletiden eller rett etter skolen, men få tiltak der kirken er på skolens arena. Hvis dette skal fungere, må det opprettes gode relasjoner med skolene, og det må være veldig klare retningslinjer på hvordan kirken skal opptre på en livsnøytral arena.

#### **Tiltaksbeskrivelse**

Tiltaket innebærer at kirken er til stede på skoler med mulighet for samtale i skoletiden. Tilbudet skal være livssynsnøytralt, men vi skal være tydelige på hvor vi kommer fra. Hvis ungdommen selv ønsker å ha samtaler i kirken, så er det mulig – man da etter ønske fra ungdommen selv. Det skal ikke reklameres for kirkens tilbud. Her er det veldig viktig at man har god opplæring og klare rammer.

### **Oppstart**

Det er behov for en ressurs som kan kartlegge og ha oversikt over status og elevenes behov, og jobbe videre mot kommunen og skoler.

Vi ønsker å kurse ansatte og evt. frivillige høsten 2018, slik at vi kan starte med samtaletilbud på enkelte skoler våren 2019.

Trond Roland, (prest i Strinda). Bergljot Svanholm (prest i Berg), og prestene i Byåsen har erfaring fra tilsvarende arbeid. Dette bør kartlegges.

### **Økonomi**

Vi trenger et stillingsressurs til koordinerende virksomhet. Løpende kostnader til enkel bevertning (kakao og te) og markedsføring.

Tanker om profileringsmaterieil: Synlighet på bil/campingvogn, rullende reklame, gammel campingvogn, og en varebil, med sittegruppe, med markise for uteområde. Gjennomgående logo slik at man kjenner igjen bil, vogn, telt og klær til ansatte og frivilliges. Omfang og kostnader bør vurderes i behovskartlegging av koordinator og medarbeidere.

### **Markedsføring**

Vi starter med å snakke med skoleledelsen, helsesøster og rektor på den enkelte skolen, for å få på plass en god avtale på hvordan dette samarbeidet skal fungere. Koordinatoren kan koordinere arbeidet på kommunalt nivå.

### **Ressursbehov**

Vi trenger et tilstrekkelig antall egnede og motiverte ansatte. Disse skal kurses. Det er veldig viktig at tilbudet drives av riktige personer.

Det trengs en stillingsressurs som koordinator. Denne har ansvar for kursing.

## 6.2 Grenseløs kirke - samarbeid på tvers av menigheter

Gruppen «grenseløs kirke» vil gi ungdom i Trondheim en relevant kirke som er til for dem. For å få dette til ønsker vi å tenke større fellesskap enn lokale menigheter, og jobber derfor med tilbud for ungdom på tvers av menighetsgrensene. Vi ønsker å motvirke trenden med at konfirmanter er mer negative til gudstjenesten etter endt konfirmanttid, derfor utvikler vi gudstjenester som skal appellere til ungdom både liturgisk, innholdsmessig og musikalsk. Større hvor alle menighetene i Trondheim skal delta er også en del av vårt satsningsområde.

### 6.2.1 Mål

- Skape «blæst» rundt kirken i Trondheim
- Bli gode på markedsføring rettet mot ungdom
- Rekruttere flere unge til deltakelse i kirken
- Utvikle kvalitetstilbud for unge på byplan, hvor vi vil gi dem gode opplevelser og et godt møte med kirken slik at de vil komme tilbake
- Tilby et supplement til lokale aktiviteter, og være et tilbud som aktive grupper i menigheten kan delta på og planlegge mot
- Våre tilbud skal være tydelig evangeliserende og fremme trosutvikling hos unge

### 6.2.2 Målgruppe

Det vil variere fra tiltak til tiltak, men hovedgruppen er 13-16 år. Ved enkelte arrangement vil målgruppen utvides til også å nå unge voksne.

#### Hensikt:

Tingenes tilstand sier at vi må jobbe for å øke vår oppslutning. Dette tror vi handler om promotering, men også om form, innhold og evne til å engasjere målgruppen. Vi ønsker å være nytenkende og kreative. Vi ønsker å være innovative rundt formidling, og tilføre noen nye rammer til et «tradisjonelt innhold» som bedre appellerer til dagens barn og unge. Tilbudene skal nå bredden av våre medlemmer og gi alle rom for deltakelse. De skal være fristende, innbydende og gi en opplevelse av å delta på noe stort og unikt. Målet må være at det blir en så bra opplevelse at det blir en «snakkis». Vi skal ta ungdommen på alvor og treffe dem med noe som er gjenkjennelig for dem.

Fellesskap på tvers av menigheter gir nye muligheter for å samle ungdomsgrupper til byomfattende tilbud. Her kan vi gi opplevelser av at vi er mange og at kirken er et stort fellesskap. Jo flere varierte tilbud vi har, jo flere når vi. Store arrangement som alle menighetene i Trondheim samarbeider om, gir bedre muligheter for markedsføring og promotering for å gjøre arrangementet kjent og synlig. En annen fordel er at vi kan bruke ressursene i de enkelte kirkebygg, for å kunne utnytte byggene på best måte. Forskjellige arrangement krever forskjellige bygg ansatte og utstyr.

### 6.2.3 Virkelighet:

Forskning viser at konfirmanter er mer negative til gudstjeneste etter endt konfirmanttid tross for gode opplevelser. I konfirmanttiden får ungdommene oppgaver som gjør at de engasjeres og opplever mestring i gudstjenesten. Det gir likevel ingen indre motivasjon til å oppsøke kirken når konfirmanttiden er over. Gudstjenesten appellerer ikke til dem. Dette ønsker vi å gjøre noe med.

Gudstjeneste søndag kl. 11.00 i sin tradisjonelle form er nesten det eneste gudstjenestetilbudet ungdommene har. Oppslutningen om tilbud for unge over konfirmantalden er ekstremt lav. Tilbudene er også mangelfulle. Menighetspedagogene i byen har stort sett fokus på tiltak før konfirmasjonstiden og kateketenes tid er som regel konsentrert på konfirmantarbeid. Vi er ikke gode nok på markedsføre tilbudene våre til målgruppen. Vi er dårlige på markedsføring på tvers av menighetsgrenser. Det er per dags dato ingen tiltak som inkluderer hele byen. Det er lite lagt til rette for at det skal være enkelt for ungdommer å forflytte seg til arrangement i andre menigheter.

#### 6.2.4 Konkrete tiltak:

Vi tenker at gudstjenester rettet mot ungdom kan være grensesprengende og eksperimentelle, gjennom for eksempel form, det visuelle, lyd og kunstneriske uttrykk.

**Rockegudstjeneste** i Kolstad, **Popmesse** i Ilen, **Electromesse** i Lademoen. **Kick-off** på konfirmasjonstiden. Felles samling ved Nidarosdomen for alle konfirmanter etter pilegrimsvandring. Vandringer organiseres lokalt. Ved målet får ungdommene en minifestival (mat, stands, aktiviteter, konsert/messe)

#### **Forslag til nye tiltak:**

Andre typer eksperimentelle gudstjenester.

Kirkefestival for ungdom i forbindelse med Olavsfestdagene.

Felles leir for ungdom i Trondheim

#### 6.2.5 Veien videre

Vi skal benytte oss av ungdommer i planlegging, gjennomføring og videreutvikling av tilbudene. Som et ledd i dette har vi kontakt med Ungdomsrådet i Nidaros, og de har bidratt i planleggingen og gjennomføringen av gjennomførte tiltak. Ungdomsrådet ønsker å samarbeide med oss videre. Bispedømmelinjen må også være en nær samarbeidspartner i mange av våre arrangement. Vi må forankre de eksperimentelle gudstjenestene i de lokale menighetene, da de lokale MR må godkjenne gudstjenestene og ta de inn i gudstjenestelistene. For å lykkes med slike arrangement er vi avhengige av å samarbeide med representanter fra de ulike faggruppene som ser positivt på et slikt utviklingsarbeid av gudstjenesten.

#### **Rockegudstjeneste**

**NÅR:** Tiltaket er allerede etablert og kjøres regelmessig en gang i året i Kolstad kirke.

Gruppen har som mål at denne gudstjenesten skal bli kjent og tiltrekke seg ungdommer fra hele byen.

**ØKONOMI:** Det økonomiske behovet for rockegudstjenesten er ikke stort. Hovedposten på budsjettet for gudstjenesten ligger i serveringen etter gudstjenesten. Tidligere har det vært prøvd med taco, forrige gjennomføring serverte vi boller og kaker. Musikkproduksjon kr 2 000, matservering kr 2 000. **Totalt kr 4 000**

**RESSURSBEHOV:** Stort behov for frivillige, både musikere, medliturger og servering- og ryddehjelp. Det trengs også ansatte for å skaffe og organisere de frivillige. Prest og kirketjener dekkes av menigheten.

#### **Electromesse**

**NÅR:** Holdt første gang 30. april-2017. Tidspunkt for neste Electromesse er 2. mars-2018, kl. 19:00

**ØKONOMI:** Musikkproduksjon til første gangs gjennomføring 25.000, Pristilbud for andre gangs gjennomføring er kr 15 000, mat kr 5 000. **Totalt 2018: kr 20 000.**

RESSURSBEHOV: Frivillige til forsangere, medliturger, servering og rydding. Det trengs også ansatte for å skaffe og organisere de frivillige. Musikere leies inn. Prest og kirketjener dekkes av menigheten.

### **Popmesse**

NÅR: 15. oktober 2017, kl. 19:57(første gang)

ØKONOMI: Musikere: kr 8 000, Snacks: kr 2 000 **Totalt: kr 10 000**

RESSURSBEHOV: Prest og kirketjener dekkes av menigheten. Musikere leies inn. Frivillige trengs som forsangere, medliturger, gudstjenesteverksted, teknisk arbeid, servering og rydding.

### **Kick-off på konfirmanttiden**

NÅR: Høsten 2019

ØKONOMI: Økonomi for tiltaket: Felles samling etter pilegrimsvandring krever mye. Prosjektleder, scene, lyd og lys, musikere, mat, infrastruktur, sanitær, markedsføring.

RESSURSBEHOV: Ansatte må enten frikjøpes eller omdisponere arbeidstiden for å delta i et stort prosjekt. Vi mener at det er nødvendig med en prosjektlederstilling for å lede prosjektet.

#### 6.2.6 Markedsstrategi

I og med at gudstjenestene er tilpasset samme målgruppe, har vi valgt å kjøre en felles markedsføringsstrategi for gudstjenestene med hjelp fra kommunikasjonsrådgiverne i KFiT og Nidaros bispedømme. Dette arbeidet er igangsatt, men vi har ikke kostnadsoverslag knyttet til dette per dags dato.

## 6.3 Kompetanseløftet

### - trosopplæring som menighetens viktigste agenda

Den norske kirke ønsker å fremstå som relevant, engasjerende og nærværende for folk flest. Menighetenes mange ansatte og frivillige, bruker sine kunnskaper og erfaringer for å nå disse målene.

En forutsetning for å nå disse målene, er en god forståelse av samfunnet vi er en del av. I vår tid endrer samfunnet seg raskere enn for tidligere generasjoner. Kunnskap om hvordan det er å være barn, ungdom og foreldre, vil gjøre det lettere for menigheten å lage et innhold som treffer målgruppen godt.

Gudstjeneste er selvfølgelig også trosopplæring, og betraktes av mange som menighetens viktigste arrangement, og omtales gjerne som forsamlingens pulsslå. Her møtes menigheten til regelmessig fellesskap med Gud og med hverandre.

Ikke alle medlemmer av kirka opplever det slik. Nylig publisert forskning (august 2017) viser at f.eks. konfirmanter har mindre lyst til å gå på gudstjeneste når konfirmasjonstiden er avsluttet, enn før de startet konfirmantåret, selv om de likevel hadde en god opplevelse underveis.

Men vi må samarbeide godt for at våre gudstjenester skal være relevante, engasjerende og nærværende for alle aldersgrupper.

Kirkens ambisjoner i trosopplæring, bredt forstått, er langt større enn det de ansatte kan rekke over. Målsettingene kan bare nås hvis mange i menigheten engasjerer seg. Rekruttering til frivillig tjeneste, og omsorg for de som engasjerer seg, er en nøkkel til en levende menighet.

Gjennom sin utdanning, arbeidserfaring og frivillige engasjementer, har menighetenes pedagoger til sammen et svært bredt kompetansefelt. Å legge til rette for erfaringsdeling og kollegaopplæring, vil kunne utruste den enkelte til å gjøre arbeidet på en enda bedre måte.

Kvalifisert arbeidskraft er et knapphetsgode i vårt land. Et tydelig fokus på faglig utvikling for den enkelte arbeidstaker, vil kunne bidra til at de ansatte ønsker å fortsette i arbeidet. Kvalifisering og kursing er også viktig for våre frivillige medarbeidere.

#### **Mål**

Kirken i Trondheim skal oppleves som attraktiv og relevant for både barn, ungdom og voksne. Dette håper vi kan skape økt oppslutning og synlighet.

Sammen skal vi løfte engasjementet og kvaliteten på trosopplæring og gudstjenestearbeid i menighetene i byen.

#### Stikkord:

- Samarbeid mellom faggruppene i stab
- Dele kompetanse på liturgi, musikk, pedagogikk, diakoni eller andre områder.
- Eierskap til form og innhold i felles arbeid
- Motivasjon for å jobbe med frivillige
- Inspirasjon fra andres erfaring, kurs og foredrag

## **Målgruppe**

Alle ansatte i begge arbeidsgiverlinjene.

Noen kurselementer legges slik at det også passer for frivillige medarbeidere.

## **Virkelighet**

Trosopplæring er en kjernevirksomhet i kirken og dermed et felles ansvar for alle ansatte medarbeidere og frivillige. Menighetene har i dag ulik tilnærming til trosopplæringsarbeidet.

Begrepet trosopplæring er ofte tett knyttet til den konkrete trosopplæringsplanen. Dermed risikerer vi at noen medarbeidere kan oppleve at de sitter med mye ansvar alene. Vi ønsker en mer helhetlig og sterkere felles tankegang i menighetene om hva trosopplæring kan og skal være.

Virkeligheten er forskjellig i de ulike menighetene. Uansett lokale forutsetninger, tror vi alle i staben vil ha utbytte av å bli inspirert og bedre utrustet for å drive god trosopplæring og gudstjenestearbeid.

Kirken arbeider for å få større oppslutning og bedre omdømme. Ansatte i kirken må være oppdaterte på barns-, ungdoms- og familiens virkelighet, som stadig er i endring.

## **Tiltak**

Vi tror det viktig å samkjøre begge arbeidsgiverlinjene for å ha med hele staben.

Samlingene er obligatoriske. Hverdagsrealisme er nødvendig.

### Noen forslag til arbeidsmodeller:

Tre mulige varianter. Vi tror en kombinasjon av A og B vil være best, og etter hvert også C. Detaljene utformes i et samarbeid mellom faggruppene/arbeidsgiverlinjene.

#### A. Stiftsdagen - Inspirasjon - Fellessamling for alle deltakere

Deretter workshops i ulike kategorier (fordelt på flere år).

Aktuelle tema kan være:

Familiegudstjeneste, rekruttere frivillige medarbeidere, barneperspektivet, diakonal holdning, liturgi, musikk, konfirmantarbeid, dåpsarbeid.

- Foredrag og kurs, samtale om form og innhold, praktiske øvelser.

I etterkant: Oppfølgingstilbud for alle staber. Ulike tema / innhold etter behov.

Tilbud kan være i form av en mentorordning. Vi ser for oss fagpersoner som kan få i særlig oppgave å følge den enkelte menighet i en utviklings- og eventuelt planleggingsprosess.

Dette kan gjerne utvikles i samarbeid med Bispekontorets fagfolk.

#### B. Egne arbeidskurs for alle staber

Innhold som over. Kompetansepersoner besøker menigheten og inspirerer og igangsetter arbeid med trosopplæring lokalt. Obligatorisk kurs for begge arbeidsgiverlinjer.

Kan kombineres med felles inspirasjonssamling på stiftsdager/andre samlinger.

#### C. Stabene reiser til en felles inspirasjonssamling med erfaringsbasert workshop

Eksterne innledere på fagfeltet. Innhold som over.

Trosopplæringskonferansen? Egne fagsamlinger/kurs?



### **Oppstart. Ansvar og oppfølging**

Forarbeid høsten 2017. Kontakt med komité for Stiftsdagen 2018 for å så idéen, om mulig før sommeren 2017. Ansvar: Inger Helen Nygård.

Kartlegging av behov, og tilbakemelding fra staber og faggrupper.  
Vår / høst 2018.

Undersøke hvordan et slikt arbeid med trosopplæring kan kombineres med eksisterende rammeverk:

### **Økonomi**

Mulig å integrere i eksisterende samlinger/kurs for hele staben: Stiftsdager, o.l.  
Krever prioritet hos Bispedømmet og KFIT.

### **Markedsstrategi**

Intern synliggjøring skaper motivasjon og engasjement!

Dyktige, profilerte innledere trengs for å vise at dette er noe vi satser på.

Dialog med de ulike faggruppene er et viktig for å skape engasjement.

Hvordan få med de ulike gruppene? Proster, fokus på fagdager, stiftsdager, m.m.

Lokale kveldskurs i menighetene, gjerne med flere menigheter sammen, bør inkludere frivillige medarbeidere.

### **Resursser**

Staben er den viktigste enheten her.

### Mentorordning

Kan bli kostbart om vi skal leie inn eksterne fagpersoner, men kanskje vi kan benytte oss av interne ressurser? Bispekontorets rådgivere?

### Kompetansepersoner, innledere

### Internt PR-materiell

E-post, Intranett, Facebook. Info. I god tid og i pen «innpakning».

## 6.4 Konfirmasjon i Trondheim

### Mål

Vi vil at konfirmanter skal bli kjent med Jesus som levende og relevant. Konfirmanter skal lære seg å mestre livet gjennom samtaler, gjennom deling av opplevelser og erfaringer omkring levd liv.

### Målgruppe

1. Ansatte som jobber med konfirmanter i Trondheim
2. Konfirmanter i Trondheim

### Virkelighet

- Konfirmanttiden er der vi når aller flest på grunn av sterk tradisjon.
- Synkende konfirmanttall (på landsbasis, kommer snart til Trondheim pga. synkende dåpstall)
- Stor forskjeller på menighetsbasis: ulike grupper/opplegg, størrelse, antall ansatte/personer involvert, ulike kirkebygg/lokaler etc.
- Det finnes mange ressurser/veiledninger/bøker
- Det mangler ressurser som er dagsaktuelle og tar utgangspunkt i ungdomskulturen
- Det er vår oppgave som kirke å drive konfirmantundervisning/dåpsopplæring (Matt 28,19-20)
- Ungdom ønsker å konfirmere seg av mange ulike årsaker
- Vi har en plan å forholde oss til. (Konfirmasjonstiden i «Gud gir, vi deler»). Samtidig har vi stor frihet i hvordan vi legger lokale planer for konfirmasjonstiden
- Enighet i ønsket om at konfirmasjonstiden skal være god
- Kirken oppleves av enkelte som irrelevant, stiv, konvensjonell og utdatert
- Prosentandelen av ungdommer som fortsetter å være en aktiv del av menigheten etter konfirmasjonen er alt for lav
- Konfirmantlærere opplever at arbeidstiden er presset

### Tiltak

#### 6.4.1. Konfirmantlærerforum:

Tilrettelegge for/organisere et forum for alle som jobber med konfirmanter i Trondheim, slik at de kan holde seg oppdaterte og fornye seg (ved behov), dele idéer og diskutere erfaringer og opplevelser.

#### Konkret forslag:

Møtes en gang pr. semester. De som har ansvar for konfirmantundervisningen i menighetene inviteres. Gruppen tenker da både ansatte (på tvers av stilling og arbeidsgiverlinje) og evt. frivillige.

Oppmøte bør være obligatorisk. Begge arbeidsgiverlinjer må være representert for at dette skal være oppnåelig. Samarbeidsrelasjonen med bispelinjen bør gå igjennom prosten.

#### Innhold

Fagstoff + samtale. Erfaringsdeling rundt hvordan konfirmanttiden er lagt opp i de ulike menighetene (se punkt 2).

Vi ønsker at en arbeidsgruppe der begge arbeidsgiverlinjene er representert, organiserer/tilrettelegger for et slikt forum. Dette må skje i samarbeid med bispekontoret v/rådgiver(e) for trosopplæring og undervisning.

Det er ikke tenkt at det skal være store mengder merarbeid knyttet til dette.

Gruppen ønsker at de som setter tema er mottagelige for innmeldte behov og ønsker.

### Kurs

Vi ønsker flere kurs og fagdager i Trondheim med fokus på konfirmasjonstiden. Engasjerte fagfolk til å komme og undervise og inspirere. Vi anser det som ressursbesparende å ha det lokalt istedenfor å reise til eksempelvis Oslo.

### Forslag til tema:

(Dette er kun forslag til tema som kan gi et bilde av hva vi ser for oss, ikke en endelig liste.)

- *Hvordan snakke med konfirmanter om tro og liv?*
- *Presentasjon av fagbøker (f.eks. IKO)*
- *KN, Speideren, KRIK, KFUK-KFUM, ... (mange muligheter)*
- *Mulige innhold for konfirmasjonstiden/opplegg/besøke hverandres konfirmasjonstimer?*
- *Planarbeid*
- *Veien videre – etter konfirmasjonstid / bruk av ungdomsleder*

### 6.4.2. Konfirmanter

Eksempel på konfirmantopplegg som kan være utgangspunkt for samtale i konfirmantlærerforum

- Musikal
- Leirkonfirmanter
- Menighetskonfirmanter
  - Trosopplæringskonfirmanter
    - gjør tjeneste i barnetiltak (som ledere) i kirka, kutter ned på gudstjenester
    - Kutter ned på gudstjenester
- Diakonikonfirmanter
  - Møte med flyktninger
  - Møte med eldre
  - Hjertelaget
  - HVPU – Kor Artig
- Pilegrimskonfirmanter
  - Sammen med annen menighet
- Korkonfirmanter/musikkonfirmanter
- Emmauskonfirmanter
- KRIK-konfirmanter
- Speiderkonfirmanter
- Changemakerkonfirmanter

Noen kutter ned på vanlig konfirmantundervisning til fordel for mer tid på leir. Noen kutter ned på antall gudstjenester mot at konfirmantene gjør tjenester i barne-, og ungdomsarbeidet.

## **Ressursbank**

Vi ønsker å løfte frem aktiv bruk av [www.ressursbanken.no](http://www.ressursbanken.no).

## **Oppstart**

Konfirmantlærerforum: Våren 2018  
Kurs/fagdager: I dialog med bispekontoret (vår/høst 2018?)  
Ressursbanken: Fra d.d.

## **Økonomi**

Konfirmant-tilskuddet bør være et fast beløp pr. konfirmant (eks: 250,-). Dette gir større forutsigbarhet for konfirmantlærere.

Vi trenger midler til å få dyktige fagfolk til Trondheim, samt midler og muligheter til å reise på konferanser og kurs.

Fellesrådet må være med å dekke kostander til fagdager/kurs og forum slik at det blir et samarbeid mellom Fellesrådet og Bispedømmet.

## **Markedsstrategi**

### **Ansattetiltak**

Informasjon og invitasjon til samlinger og fagdager som sendes fra bispekontoret til konfirmantansvarlige. Attraktive og innbydende invitasjoner til internt bruk som appellerer til konfirmantansvarlige i kirken i Trondheim.

Til ansatte må man sende e-post. Informasjon kan legges på Intranett, men virkeligheten er at ansatte ikke bruker det i voldsomt stor grad. Brukes som et supplement i starten.

### **Ressursbanken**

Vi har per dags dato ingen forslag til hvordan denne kan løftes.

### **Konfirmanttiltak**

Kinoreklame rettet mot konfirmanter

Diakonikonfirmanter kan selges inn til media.

Video på sosiale medier.

Bruke eksempelvis folkehøyskole som har medielinje, eller videregående skoler

- Fredly
- Rødde
- Chamedia (Charlottenlund medialinje)

Plakater på buss

- Bra bilde, lite tekst
- Les mer på etc.

Fellesrådet kan betale

Vi må ha trøndere inn i trønderreklame. Det går ikke an med østlandsdialekt i konfirmasjonsreklame rettet mot trønderungdommen. Litt blanding kan gå an. Kanskje det er de som er litt i tvil man vil nå ut med denne type tiltak.

Vurdere nytte av brevreklame. Bruke det inntil videre.

**Ressursbehov**

Se pkt. 6 hva gjelder økonomi.

Lokaler – Bispekontoret/Erkebisppegården evt. annet sentralt og egnet bygg.

Fagpersoner/kursholdere - lønn/honorar, reise og evt. andre utgifter knyttet til dette.

Arbeidsgruppe (se punkt 6.1.4.1)

Økonomi/vilje til å legge til rette for dette i de stillinger som omfattes av et slikt engasjement.

Fellesrådets midler til reklamemateriell

## 6.5 Samarbeidsplan skole – kirke

Invitasjon til samarbeid  
Vi tilbyr vår kompetanse

### Læreplan i KRLE/kompetansemål – muligheter for samarbeid

#### 1. Mål for opplæringen er at eleven etter 4. trinn skal kunne:

- fortelle om innholdet i sentrale tekster fra 1. og 2. Mosebok i Det gamle testamente
- fortelle om innholdet i sentrale tekster fra evangelienes framstilling av Jesu liv og virke i Det nye testamente
- lytte til og samtale om noen apostel- og helgenfortellinger
- beskrive lokale kirker, finne spor av kristendommens historie i lokalmiljøet og i distriktet og presentere funnene på ulike måter
- samtale om kristendom og hvordan religiøs praksis kommer til uttrykk gjennom leveregler, bønn, dåp, gudstjeneste og høytider
- kjenne til kristen salmetradisjon og et utvalg sanger, også samiske
- gjenkjenne kunst og gjøre bruk av estetiske uttrykk knyttet til kristendommen

#### Aktuelle tema å samarbeide om, 1.-4. trinn

- Jesu liv og virke: Påske, pinse
- Beskrive lokale kirker: besøk i kirken med vekt på kirkens innredning
- Religiøse uttrykksformer: dåp, bønn, leveregler/budene, gudstjenesten
- Kristen salmetradisjon
- Kunst og estetiske uttrykk i kirken: besøk i kirken

#### 2. Mål for opplæringen er at eleven etter 7. trinn skal kunne:

- forklare Bibelens oppbygning, finne fram i bibelske tekster og reflektere over forholdet mellom Bibelen og språk og kultur
- gjøre rede for sentrale fortellinger fra Det gamle testamente fra fedrehistorien til profetene
- gjøre rede for sentrale fortellinger fra Det nye testamente fra Jesus til Paulus
- fortelle om sentrale hendelser og personer fra kristendommens historie fra urmenigheten til reformasjonstiden
- fortelle om sentrale hendelser og personer i kristendommens historie i Norge fram til reformasjonen
- beskrive hovedtrekk i samisk før-kristen religion og overgangen til kristendom
- samtale om kristendom, kristen livstolkning og etikk med vekt på gudsbilde, menneskesyn, aktuelle etiske utfordringer og utvalgte kristne tekster
- samtale om innholdet i de ti bud, Fadervår, den apostoliske trosbekjennelse og noen sang- og salmetekster
- forklare kristen tidsregning og kirkeårets gang, beskrive kristne høytider og sentrale ritualer
- gjøre rede for kirkesamfunn som er representert i lokalmiljøet og distriktet
- beskrive kirkebygget og andre kristne gudshus og reflektere over deres betydning og bruk, og nytte digitale verktøy til å søke informasjon og lage presentasjoner
- presentere ulike uttrykk fra kunst og musikk knyttet til kristendommen

### Aktuelle tema å samarbeide om 5.-7. trinn

- Bibelen: Oppbygning, språk, tilblivelse mm. Linjer i Bibelen
- NT-stoff: sentrale fortellinger og personer
  - Bergprekenen, Den gylne regel, Paulus
- De ti bud
- Bønn
- Trosbekjennelsen
- Kirkeåret
- Påske og pinse
- Kirkelige ritualer
  - Sakramenter, konfirmasjon, død/sorg/begravelse
- Kirkebygget og symboler
- Sang/salmer

### 3. Mål for opplæringen er at eleven etter 10. trinn skal kunne:

- forklare særpreget ved kristendom og kristen tro som livstolkning i forhold til andre tradisjoner: likhetstrekk og grunnleggende forskjeller
- finne fram til sentrale skrifter i Bibelen og forklare forholdet mellom Det gamle og Det nye testamente
- drøfte utvalgte bibeltekster fra profetene, den poetiske litteraturen og visdomslitteraturen, et evangelium og et Paulus-brev og forklare særpreg og hovedtanker i disse
- drøfte ulike syn på Bibelen
- innhente digital informasjon om og presentere aktuelle spørsmål som opptar mange kristne
- gjøre rede for viktige hendelser i kristendommens historie fra reformasjonen til vår tid i Norge og i verden og for kristendommens stilling i dag
- forklare hovedtrekk ved romersk-katolsk, ortodoks og protestantisk kristendomstradisjon
- gi en presentasjon av Den norske kirke, læstadianisme og samisk kirkeliv
- gi en oversikt over andre frikirkesamfunn og kristne bevegelser, herunder pinsebevegelsen
- drøfte kristendommens betydning for kultur og samfunnsliv
- utforske kristendommens stilling og særpreg i et land utenfor Europa og drøfte spørsmål knyttet til kristen misjon, humanitært arbeid og økumenisk virksomhet
- beskrive og reflektere over særtrekk ved kunst, arkitektur og musikk knyttet til kristendommen

### Aktuelle tema å samarbeide om 8.-10. trinn

- Særpreg ved kristendom og kristen tro som livstolkning
- Den norske kirke
- Kunst, arkitektur og musikk i kirken

### 4. Annet samarbeid

Skolegudstjenester.

Tema med utgangspunkt i lokale læreplaner.

Omfang av samarbeidet på de enkelte trinn er opp til skolen.

Omfang vil uansett styres en del av fagets årsplaner, likeså tidspunkt for gjennomføring.

Hvordan og når kontakten før samarbeid opprettes, må vi finne en løsning på som fungerer for begge parter. Kanskje skolen har en tanke om hvordan dette skal skje?

## **Prioritering og fremdriftsplan pr. 24/10-17 av styringsgruppen for Forum for Undervisning**

### **Ansette ungdomskordinator for kirken i Trondheim**

Kompetanse innen oppsøkende virksomhet, ungdomsarbeid og organisasjonserfaring vektlegges.

Fremdrift: Vedtas -nov/des-2017, Behovsanalyse jan/feb-2018, utarbeidede stilling feb/mars-2018, Utlyses april-2018, Intervju mai -2018 og tiltredelse aug-2018

Deretter følger igangsetting av prosjektene med planlegging, kartlegging av samarbeidspartnere, rekruttering og kursing av frivillige og ansatte med mål om å være operative på oppsøkende virksomhet til natt til 1. mai og 16. mai 2019. Tilstedeværelse på skoler må ha mål om å være klart med tilbud fra de enkelte menigheter til skoleåret 2018/2019. Dette koordineres og markedsføres sammen med koordinator, kirkelig fellesråd og menighetene.

Økonomi: Lønnsmidler (kr. 850.000), profileringsmateriell (alt fra klær til varmebil/telt/campingvogn kr. 50.000 til kr. 500.000), og markedsføring (i samarbeid med Kfit og menighetene).

### **Forslag til vedtak:**

*Kirkelig fellesråd går inn for at det ansettes ungdomskordinator i 100 % stilling. Prosjektet trenger driftsmidler for gjennomføring.*

### **Grenseløs kirke**

Grenseløs kirke, se plan for de tre eksisterende tiltakene som videreføres, økonomi totalt kr. 34.000.

-For Pilegrimsvandring trengs det en prosjektkoordinator for å lede, organisere og utvikle tiltaket i en 50% stilling. (kr. 425.000), rigging av lys og lyd, mat og sanitær til ca. 1200 konfirmanter samt 300 ungdomsledere og frivillige. Dette kan enten bookes av profesjonelle aktører, som er inne på f. eks Olavsfestdagene, eller organiseres av prosjektleder, der alle menigheter bidrar med utstyr og mannskap. Kostnader vi da variere med hva som bestemmes.

### **Forslag til vedtak:**

*Kirkelig fellesråd i Trondheim støtter initiativ og utvikling med prosjektet grenseløs kirke, med ulike gudstjenester rettet mot ungdom.*

*Kirkelig fellesråd i Trondheim ser behovet for at legges til rette for at det lages et felles arrangement, der man samler årets konfirmanter.*

*Fellesrådet støtter forslaget om en pilegrimsvandring, med et fellesarrangement i Borggården.*

### **Kompetanseløftet**

Kompetanseløftet, ønsker at KfiT blir medarrangør/samarbeidspartner for å styrke Stiftsdagene for alle ansatte.

### **Forlag til vedtak:**

*Kirkelig fellesråd støtter forlaget om å gå i dialog med bispedømmet om samarbeid om Stiftsdagen/e*



**Markedsføring**

Felles markedsføring, gjerne film, for både kino og Facebook, dette for å profilere en helhet i hva kirken i Trondheim kan tilby, med fokus på barn og ungdom.

**Forslag til vedtak:**

*Kirkelig fellesråd støtter initiativet til feller markedsføringsstrategi på egnede arenaer for å bygge merkevare.*