



Møteinnkalling

Stavanger bispedømmeråd 2020-2023

Møtedato: 18.06.2020 kl. 12:00

Møtested: Virtuelt møterom

Arkivsak: 19/04931

Mulige forfall meldes snarest til Gunnar Rønnestad, gr575@kirken.no.

, 17.06.2020

Liv Heidrun Skaar Heskestad
Leder

Gunnar Rønnestad
Sekretær

Saksliste

Godkjenning av innkalling og saksliste

35/20 Saksliste Stavanger bispedømmeråd 18.06.2020

3

Saker til behandling

36/20 Tilsetting prost i Jæren prosti

4

37/20 Tilsetting av sokneprest i Tungenes prosti med Tananger sokn som tjenestested

5

38/20 Tilsetting av sokneprest i Tungenes prosti med Sjernarøy sokn og Talgje sokn som tjenestested

6

39/20 Tilsetting sokneprest i Stavanger domprosti med Stokka sokn som tjenested

7

40/20 Kommunikasjonsstrategi for Stavanger bispedømme 2. gangs behandling

8

Orienteringssaker

41/20 Stiftsdirektørens rapport juni 2020

81

42/20 Økonomisk driftsrapport Stavanger bispedømmeråd

86



DEN NORSKE KIRKE

Stavanger bispedømmeråd 2020-2023

Møteinnkalling

Stavanger bispedømmeråd 2020-2023

 Møtedato: 18.06.2020 kl. 12:00

Møtested: Virtuelt møterom

Arkivsak: 19/04931

 Eventuelt forfall må meldes snarest.

Vararepresentanter møter etter nærmere beskjed fra møtesekretær.

SAKSLISTE

Godkjenning av innkalling og saksliste

35/20 19/04931-23 Forslag til vedtak:
 Innkalling og saksliste godkjennes.
 Sakene 36/20-39/20 behandles for lukkede dører.

Saker til behandling

36/20 20/00655-18 Tilsetting prost i Jæren prosti - Unntatt etter offentlighetsloven Offl. § 13 1. ledd, jf. fvl. § 13 1. ledd nr. 1

37/20 20/01969-4 Tilsetting av sokneprest i Tungenes prosti med Tananger sokn som tjenestested - Unntatt etter offentlighetsloven Offl. § 13 1. ledd, jf. fvl. § 13 1. ledd nr. 1

38/20 20/02042-4 Tilsetting av sokneprest i Tungenes prosti med Sjernarøy sokn og Talgje sokn som tjenestested - Unntatt etter offentlighetsloven Offl. § 13 1. ledd, jf. fvl. § 13 1. ledd nr. 1

39/20 20/02210-5 Tilsetting sokneprest i Stavanger domprosti med Stokka sokn som tjenestested - Unntatt etter offentlighetsloven Offl. § 13 1. ledd, jf. fvl. § 13 1. ledd nr. 1

40/20 20/02634-1 Kommunikasjonsstrategi for Stavanger bispedømme 2. gangs behandling

Orienteringssaker

41/20 17/02948-45 Stiftsdirektørens rapport juni 2020

42/20 17/02948-44 Økonomisk driftsrapport Stavanger bispedømmeråd

Liv Heidrun Skaar Heskestad
 Leder

Dette punktet på sakslisten er unntatt offentlighet.

Dette punktet på sakslisten er unntatt offentlighet.

Dette punktet på sakslisten er unntatt offentlighet.

Dette punktet på sakslisten er unntatt offentlighet.



DEN NORSKE KIRKE

Stavanger bispedømmeråd 2020-2023

Saksbehandler	Arkivkode	Arkivsak	Ugradert
Tove Marie Sortland	530	20/02634-1	

Saksnummer	Råd/utvalg	Møtedato
	Stavanger bispedømmeråd 2020-2023	18.06.2020

Kommunikasjonsstrategi for Stavanger bispedømme 2. gangs behandling

Vedlegg:

1. vedl strategi for stavanger bispedømme 2019-2021
 2. vedl Årsplan Stavanger bdr 2020
 3. vedl Retningslinter some-bruk-dnk
 4. vedl Beredskap-sjekkliste-mediehandtering
 5. vedl Beredskap-media-og-mediehandtering
 6. vedl Visjonsdokument Dnk 2019-21
 7. Komplaner 2020 Dnk
 8. vedl MAL for kommunikasjonsplan for fellesråd og menigheter
 9. vedl Strategiplan kommunikasjon kortversjon
- Kommunikasjonsstrategi for Stavanger bispedømme 10.06.2020

Saksorientering

Vedlagt er 2. gangs behandling av kommunikasjonsplan, som nå heter kommunikasjonsstrategi, for Stavanger bispedømme, med vedlegg.

Forslag til vedtak

Kommunikasjonsstrategien vedtas av Stavanger bispedømmeråd.

Mer himmel på jord

Strategi for Stavanger bispedømme 2019-2021

Vi vil være en kirke som

TROR

Vi vil inspirere til å søke kilder til tro ved å

- ❖ Snakke sant om livet og forkynne at Jesus lever
- ❖ La Bibelen bli brukt aktivt
- ❖ Invitere til gudstjenester, dåp og hellige handlinger som åpner for erfaringer av Guds nærvær
- ❖ Møte åndelig lengsel ved å skape rom for bønn, refleksjon, stillhet og estetikk

BRYR SEG

Vi vil se, engasjere oss og vise omsorg ved å

- ❖ Være til stede for mennesker i krevende livssituasjoner og for dem som opplever utenforskap
- ❖ Være til stede lokalt, bl.a. gjennom samarbeid med organisasjoner og det offentlige
- ❖ Skape endring i møte med klimatrusselen
- ❖ Tilby flere møteplasser for ungdom og unge voksne

ÅPNER

Vi vil være en kirke med rom for alle ved å

- ❖ Åpne kirkene
- ❖ Styrke medlemmenes tilknytning til kirken
- ❖ Satse på kirkelig kulturvirksomhet
- ❖ Styrke kirkens nærvær i sosiale medier og i det offentlige rommet



DEN NORSKE KIRKE
Stavanger bispedømme

DELER

Vi vil være engasjerte, livsnære og tydelige formidlere ved å

- ❖ La barn og unge vokse i tro, få ressurser til livsmestring og utfordres til engasjement
- ❖ Skape engasjement for misjon, religionsdialog og globalt fellesskap
- ❖ Bruke et mangfold av uttrykk
- ❖ Ta menneskers liv, spørsmål, lengsel og erfaringer på alvor.

INVITERER

Vi vil skape gode fellesskap ved å

- ❖ Inspirere til frivillig medarbeiderskap
- ❖ Fremme god samarbeidskultur
- ❖ Legge grunnlag for rekruttering, trivsel og vekst
- ❖ Bidra til gode prosesser i arbeidet med ny organisering



DEN NORSKE KYRKJA
Stavanger biskop og bispedømmeråd

Årsplan 2020

Meir himmel på jorda



Innhold

A:	<u>VISJON, STRATEGI OG FOKUS</u>	18	3.2. KYRKJE FOR BARN OG UNGE
2	OM ÅRSPLANEN	18	Trusopplæringstilbud
3	KYRKJEMØTET SIN VISJON	19	Oppslutning om trusopplæring
5	MÅL- OG RESULTATINDIKATORAR	20	Ungdom og unge vaksne
6	BISPEDØMMET SIN STRATEGI	21	3.3. TRUSOPPLÆRING FOR VAKSNE
7	RESULTAT I 2018.	22	3.4. INKLUDERANDE KYRKJELIV
8	OVERORDNA RISIKOVURDERING	23	3.5. SAMISK KYRKJELIV
9:	<u>TILTAK I 2020.</u>	24	4: KULTUR OG SAMFUNNSENKASJEMENT
9	1: GUDSTENESTELIV	24	KYRKJELEG KULTURVERKSEMD
	GUDSTENESTEDELTAKING	25	OPNE KYRKJER
10	2: KYRKJELEGE HANDLINGAR	26	PILEGRIM
10	DÅP	27	KYRKJA ER SYNLEG I DET OFFENTLEGE ROMMET
11	KONFIRMASJON	28	KYRKJE I SOSIALE MEDIUM
12	VIGSEL	29	KYRKJE-SKULE-SAMARBEID
13	GRAVFERD	30	RELIGIONSIALOG
14	3: UTVIKLING I KYRKJELYDANE	31	5: ORGANISASJON
14	3.1. DIAKONI (AFI)	31	PERSONALARBEID
14	Diakoni i kyrkjelydane og samfunnet	32	REKRUTTERING
15	Frivillig medarbeidarskap	33	REDUKSJON I ADMINISTRATIV RESSURSBRUK
16	Nye diakonstillingerar		
17	Nye i Noreg		

Om årsplanen

I årsplanen beskriv Stavanger biskop og bispedømmeråd korleis ein vil nå viktige mål for kyrkja si verksemd i 2020.

Desse måla kjem frå to hovudkjelder.

Kyrkerådet fastset mål og nøkkelindikatorar for kyrkja. Desse måla følgjer Kyrkjemøtet sitt visjonsdokument, om meir himmel på jord.

Kyrkjemøtet vedtok eit oppdatert visjonsdokument i 2018, og Kyrkerådet har vedteke oppdaterte mål og resultatindikatorar i tråd med dette. Den reviderte årsplanen for 2020 følgjer desse.

Årsplanen inneheld også nokre egne, regionale satsingar ut frå bispedømmerådet sin tradisjon og strategi.

Ei utfordring i planarbeidet er at fleire mål og indikatorar krev tiltak det er den lokale kyrkja som har mynde over. I møte med slike mål kan biskop og bispedømmeråd motivera tilsette, tillitsvalde og frivillige, halda kurs, driva fagutvikling og nytta ressursane i prestetenesta. Samtidig fastset sokna egne mål, strategiar og tiltak lokalt.

Til grunn for arbeidet ligg statlege og kyrkjelege rammer for mål- og risikostyring, tilpassa det som er hensiktsmessig for bispedømmet.

Avsnitta følgjer denne disposisjonen:

STRATEGISKE MÅL OG INDIKATORAR

Nasjonale og regionale mål og indikatorar for arbeidet, henta frå Kyrkjemøtet sin visjon, mål- og resultatindikatorar og bispedømmet sin strategi.

- ✓ **SITUASJONSANALYSE**
Punktvis oppsummering av kor me står i forhold til måla og kva som er viktig for å komma vidare.
- ✓ **TILTAK**
Konkrete tiltak som er planlagt i 2020
- ✓ **RISIKOVURDERING**
Korleis er risikobiletet på området?
I kva grad vil tiltaka kunne påverka situasjonen?
- ✓ **KONSEKVENSN AV RISIKOVURDERING**
Kva tyder risikovurderinga for framtidig arbeid?

Bispedømmerådet har også anna verksemd, som følgjer av andre plikter og behov enn dei spesifikke satsingsområda. Desse kan også vera lovpålagte, viktige og strategiske, men har anna forankring enn årsplanen og blir derfor ikkje ein del av denne. Årsplanen fokuserer på korleis biskop og bispedømmeråd vil arbeida for å nå mål fastsett nasjonalt eller regionalt, gjennom rammeverket for årsplanlegging, årsrapportering og risikostyring.

Risikovurderinga brukar me slik:

- **Svært alvorleg risiko: Kyrkja vil bli alvorleg svekka utan endring**
- **Alvorleg: Målet vil i stor grad ikkje bli nådd utan endring**
- **Middels: Målet vil bare delvis bli nådd utan endring**
- **Låg: Resultata vil i nokon grad bli svekka utan tiltak**
- **Svært låg: Situasjonen vil truleg vera stabil og akseptabel, uavhengig av tiltak.**

KYRKJEMØTET SIN VISJON

Meir himmel på jorda

Kyrkja vitnar i ord og gjerning om frelse, fridom og håp i Jesus Kristus ved å vere

- *vedkjennande*: Vi vedkjenner trua på og tilber den treeinige Gud saman med den verdsvide kyrkja.
- *open*: Vi er eit fellesskap prega av likeverd, deltaking og respekt for mangfald.
- *tenande*: Vi viser miskunn, fremjar rettferd og vernar om skaparverket.
- *misjonerande*: Vi vitnar om Jesus Kristus lokalt og globalt.

I perioden 2019–2021 skal vi arbeide for at:

1 - Gudstenestelivet blomstrar.

2 - Fleire søker dåp og trusopplæring.

3 - Kunst- og kulturuttrykk er ein del av kyrkja sitt liv.

4 - Kyrkja engasjerer seg i samfunnet.

5 - Fleire finn sin plass i kyrkjeleg arbeid.

6 - Kyrkja skaper trygge rom.

7 - Kyrkja har ein demokratisk og velfungerande organisasjon.

1 - Gudstenestelivet blomstrar:

- Gudstenesta gir eit møte med det heilage, med Gud.
- Gudstenesta er eit ope, deltakande og inkluderande fellesskap.

- Gudstenesta knyter oss til den verdsvide kyrkja.
- Kyrkja har vigslar der vi feirar kjærleiken, og ber om Guds signing over ekteskapet.
- Kyrkja lar etterlatne møte omsorg og få oppleve ei verdig gravferd.
- Kyrkja varetar og fornyar kyrkjemusikken.

2 - Fleire søker dåp og trusopplæring:

- Medlemmer i Den norske kyrkja ber barna sine til dåpen.
- Alle døypte og tilhøyrande i alderen 0–18 år blir inviterte til trusopplæring som gjer at dei kjenner seg heime i kyrkja, og som gir kunnskap om kristen tru.
- Fleire barn og unge deltar i barne- og ungdomsarbeid i kyrkjelyden og i dei frivillige organisasjonane som er knytte til kyrkja.
- Konfirmasjonstida gir fellesskap og næring til tru og liv.
- Kyrkja legg til rette for menneske med funksjonsnedsetting.
- Aldersgruppa 18–30 år erfarer at kyrkja er relevant, livsnær og tilgjengeleg.
- Kyrkja har trusopplæring for vaksne.
- Kyrkja deler evangeliet gjennom ord, nærvær og handling, lokalt og globalt.
- Samisk kyrkjeliv er livskraftig og likeverdig og i stadig fornying og utvikling. Samisk språk og kultur blir varetatt i gudstenestelivet og trusopplæringa.
- Kvensk språk og kultur blir varetatt i gudstenestelivet og trusopplæringa.
- Teiknspråket og døve sin kultur blir varetatt i gudstenestelivet og trusopplæringa.

3 - Kunst- og kulturuttrykk er ein del av kyrkja sitt liv:

- Kyrkja skaper rom for ulike uttrykk gjennom kunst og kultur, særleg for unge.
- Kyrkja arbeider målretta med rekruttering innan kyrkjemusikk.
- Kyrkja er ein relevant samarbeidspartner for kulturlivet elles.
- Kyrkja som kulturarena er ein berebjelke i folkekyrkja sin plass i samfunnet.
- Kyrkja er ein aktiv forvaltar av salmeskatten.

4 - Kyrkja engasjerer seg i samfunnet:

- Kyrkja fremjar menneskeverd, fred, menneskerettar og vern om skaparverket.
- I samarbeid mellom kyrkjelydar og diakonale institusjonar fremjar kyrkja omsorg, rettferd og respekt.
- Kyrkja stimulerer menneske til aktivt samfunnsengasjement.
- Kyrkja samarbeider med styresmakter, livssynssamfunn og ulike organisasjonar i sitt samfunnsoppdrag.
- Kyrkja er aktiv og synleg i media.
- Kyrkja styrkjer samarbeidet med skolar og barnehagar.
- Kyrkja oppsøker og tilbyr fellesskap til dei som er nye i Noreg.
- Kyrkja fremjar religionsdialog lokalt, regionalt og nasjonalt.

5 - Fleire finn sin plass i kyrkjeleg arbeid:

- Kyrkja inspirerer til deltaking i frivillig teneste.
- Kyrkja sikrar gode arbeidsforhold for sine frivillige og tilsette.
- Kyrkja styrkjer rekruttering til kyrkjeleg utdanning.
- Kyrkja medverkar til at fleire søker kyrkjelege stillingar.

6 - Kyrkja skaper trygge rom:

- Alle menneske har ukrenkeleg verdi.
- Kyrkja deltek i arbeid mot undertrykking og alle former for vald og overgrep.
- Kyrkja fremjar språk for, og samtale om, grenser, makt og seksualitet.
- Kyrkja deltek i #metoo-bevegelsen, #torsdagerisvart og tilsvarande.

7 - Kyrkja har ein demokratisk og velfungerande organisasjon:

- Kyrkja har demokratiske ordningar som sikrar at ho blir styrt i samsvar med grunnlaget sitt og ønska til kyrkjemedlemmene.
- Kyrkja styrkjer ungdomsdemokratiet, særleg lokalt og regionalt.
- Kyrkja arbeider fram ei kyrkjeordning som varetar både lokal tilknytning og heilskapleg styring.

MÅL- OG RESULTATINDIKATORAR

Mer himmel på jord - resultatmål og nøkkelindikatorer for BDR og KR 2019-2021		Datagrunnlag:
Strategiske mål:	Resultatmål:	Nøkkelindikator:
1. Gudsjenestelivet blomstrer	<p>Vekst i antall deltakere pr gudsjeneste</p> <p>Flere velger kirkelig vigsel</p> <p>Oppslutningen om kirkelig gravferd holdes oppe</p> <p>Flere menigheter inkluderer samisk språk i lokal gudsjenesteordning</p> <p>Oppslutningen om dåp holdes oppe</p> <p>Oppslutningen om trosopplæringsstiltakene er stabil</p> <p>Oppslutningen om konfirmasjon holdes oppe</p> <p>Vekst i antall deltakere på konsertter og kulturarrangement</p> <p>Flere åpne kirker</p> <p>Flere menigheter med diakonal betjening</p> <p>Flere menigheter tilbyr fellesskap til nye i Norge</p> <p>Arbeid med religionsdialog styrkes</p> <p>Kirkens digitale nærvær øker</p> <p>Kirken er synlig på flere arenaer i det offentlige rom</p> <p>Samarbeidet kirke/skole styrkes</p> <p>Rekruttering til vigselde stillinger styrkes</p> <p>Flere engasjeres til frivillig tjeneste i kirken</p> <p>Kirkelige medarbeidere trives i jobben</p> <p>Tilbud for unge i menighetene styrkes</p> <p>Oppslutning om kirkevalg opprettholdes</p> <p>Reduksjon i administrative kostnader</p>	<p>Gudsjenestedeltakelse / gudsjenestefrekvens</p> <p>Antall vigslar</p> <p>Antall kirkelige gravferder</p> <p>Antall menigheter som inkluderer samisk språk i lokal gudsjenesteordning</p> <p>Antall doppte barn</p> <p>Deltakerandel i utvalgte, landsomfattende tiltak</p> <p>Konfirmerte av doppte 15-åringar</p> <p>Antall deltakere på konsertter/kulturarrangement i kirkene</p> <p>Antall åpne kirker</p> <p>Andel menigheter med diakonal betjening</p> <p>Antall menigheter med tilbud ifm integreringsarbeid</p> <p>Antall fora for religionsdialog</p> <p>Antall SoMe-kanaler. Antall følgere pr kanal og poster pr uke pr kanal</p> <p>Antall artiklertreff på 'Dnk' i radio, TV, print, nettviser</p> <p>Antall frokostseminar/annet</p> <p>Antall barnehage- og skolegudsjenester</p> <p>Antall vigslingar</p> <p>Antall frivillige</p> <p>Medarbeiderundersøkelser / sykefravær</p> <p>Antall deltakere på tilbud for 13-17år/18-30år</p> <p>Valgdeltakelse</p> <p>Administrative kostnader</p>
2. Flere søker dåp og trosopplæring		Medlemsregisteret
3. Kunst- og kulturuttrykk er en del av kirkelivet		Medlemsregisteret/menighetsregisteret
4. Kirken engasjerer seg i samfunnet		Medlemsregisteret/menighetsregisteret
5. Flere finner sin plass i kirkelig arbeid		Medlemsregisteret
6. Kirken har en demokratisk og vel-fungerende organisasjon		Medlemsregisteret

BISPEDØMMET SIN STRATEGI

Mer himmel på jord

Strategi for Stavanger bispedømme 2019-2021

Vi vil være en kirke som

TROR

Vi vil inspirere til å søke kilder til tro og møte lengsel

- ❖ Skape rom for bønn, refleksjon, stillhet og estetikk som setter oss i forbindelse med noe større enn oss selv
- ❖ La Bibelen bli brukt aktivt
- ❖ Invitere til gudstjenester, dåp og hellige handlinger som åpner for erfaringer av Guds nærvær i menneskers liv.

BRYR SEG

Vi vil se, engasjere oss og vise omsorg gjennom å

- ❖ Være til stede for mennesker i krevende livssituasjoner og de som opplever utenforskap
- ❖ Være til stede lokalt, bl.a. gjennom samarbeid med organisasjoner og det offentlige
- ❖ Skape endring i møte med klimatrusselen
- ❖ Tilby flere møteplasser for ungdom og unge voksne

ÅPNER

Vi vil være en kirke med rom for alle gjennom å

- ❖ Åpne kirkene
- ❖ Styrke medlemmenes tilknytning til kirken
- ❖ Satse på kirkelig kulturvirksomhet
- ❖ Styrke kirkens nærvær i sosiale medier og i det offentlige rommet

DELER

Vi vil være engasjerte, livsnære og tydelige formidlere gjennom å

- ❖ La barn og unge vokse i tro, få ressurser til livsmestring og utfordres til engasjement
- ❖ Bruke et mangfold av uttrykk
- ❖ Ta menneskers liv, spørsmål, lengsel og erfaringer på alvor.
- ❖ Skape engasjement for misjon, religionsdialog og globalt fellesskap

INVITERER

Vi vil skape gode fellesskap gjennom å

- ❖ Fremme god samarbeidskultur
- ❖ Legge grunnlag for rekruttering, trivsel og vekst
- ❖ Bidra til gode prosesser i arbeidet med ny organisering
- ❖ Inspirere til frivillig medarbeiderskap



DEN NORSKE KIRKE
Stavanger bispedømme

RESULTAT I 2018

I «Vurdering av framtidssikter» i årsrapport for 2018 peika me særleg på desse utfordringane:

Kyrkjeleg verksemd:

- ungdom og ungdomsdiakoni
- å skapa nyrekruttering til gudstenestefelleskap
- å gjera kvardagskyrkja synleg
- fellesskapsarenaar og frivilligheit for eldre
- å vera kyrkje for nye i Noreg.
- dåp

Samfunnsengasjement

- å styrka kyrkjeleg kommunikasjon
- ha kyrkjelydar som er synlege i lokalsamfunnet
- godt samarbeid med kommunane og arbeid for eit livsynssope samfunn.

Organisasjonsutvikling

- satsing på kyrkjeleg eigenfinansiering
- rekruttering
- styrka heilskapleg og felles satsing på felles utfordringar i kyrkja.

Me kommenterte også:

Nokre målgrupper viser mindre spontan interesse for kyrkjelege tilbod. Det kan sjå ut som kyrkjelydane lettare rettar arbeidet inn mot familiar enn einslege vaksne, lettare mot barn enn eldre ungdom, lettare inn mot menneske med norsk kulturbakgrunn enn nye i Norge, lettare inn mot folk med gjennomsnittleg inntekt enn dei som ligg høgt og lågt, lettare inn mot dei som trivst med ord enn dei som heller vil ha ei verktøykasse.

Me treng derfor å utvida kva språk og arbeidsformer me har i kyrkja.

OVERORDNA RISIKOVURDERING

Det er nytt i denne årsplanen at me vurderer risiko samla for kvart mål og ikkje for kvart einskild tiltak. Dette gjev eit samla bilete av risikosituasjonen. Me har også presisert korleis me tolkar dei ulike nivåa av risiko.

Dette kan hjelpa oss å prioritera. Når me ser på dei ulike områda i årsplanen, så har desse svært høg risiko:

- Dåp
- Trusopplæring for vaksne
- Rekruttering

Dette vil seia at om ein når desse målet eller ikkje vil ha stor innverknad på korleis situasjonen for kyrkja vil vera framover. Trusopplæring for vaksne og vaksne si tilknytning til kyrkja slår inn på mange andre område.

Desse områda har høg risiko, noko som vil seia at med mindre ein set inn tiltak vil ein truleg ikkje nå viktige mål.

- Gudsteneste
- Konfirmasjon, trusopplæring og ungdom
- Gravferd
- Nye i Noreg
- Kyrkje i sosiale medium

Her er risikovurderinga middels, det vil seia at me vurderer situasjonen som relativt stabil, men likevel slik at tiltak er nødvendig.

- Vigsel
- Diakoniplanar og diakonal betjening
- Frivillig medarbeidarskap
- Inkluderande kyrkjeliv, samisk kyrkjeliv, religionsdialog og pilegrim
- Kyrkje-skule-samarbeid
- Kyrkjeleg kulturverksemd, opne kyrkjer og kyrkje i det offentlege
- Personalarbeidet og administrativ ressursbruk

Ein kan merka seg at det ikkje alltid er samsvar mellom kyrkjelege tradisjonar og kor risikoen er størst her og nå. Ein av årsakene til høg risiko kan nettopp vera at tradisjonen ikkje tilseier klar satsing på eit område, slik at det tek tid for organisasjonen å snu seg rundt. Der risikoen er høgast er det sett i gang prosessar, men ein har enno ikkje fått resultat som tilseier at risikosituasjonen er betra.

1. GUDSTENESTELIV

GUDSTENESTEDELTAING				
NASJONALT MÅL		VEKST I TALET PÅ GUDSTENESTEDELTAINGARAR		
INDIKATOR		GUDSTENESTEDELTAING OG GUDSTENESTEFREKVENS		
BISPEDØMMETS STRATEGI		Invitera til gudstenester som opnar for erfaring av Guds nærvær og bruka eit mangfald av uttrykk		
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?		KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFAKTORAR)		
<ul style="list-style-type: none"> Gudstenestene har svekka oppslutning, særleg blant unge. Det finst sprikande ønske for korleis gudstenester skal vera Det er vanskeleg å rekruttera nye, faste gudstenedeltakarar 		<ul style="list-style-type: none"> God kvalitet på gudstenester Invitasjonar til nye, inn i inkluderande gudstenedestefelleskap Tilbod til barn i samband med gudstenedesta 		
TILTAK		ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Kurs om gudstenester for små og store	Kreativ og målgruppeorientert formidling i gudstenedesta.	2019	Februar 2020
2	Innføring av revidert ordning for hovudgudstenedesta	Gode rammer for lokal gudstenedestefeiring	2019	Desember 2020
3	Ta opp gudstenester retta mot ungdom og konfirmantar i prostemøte	Betre oppslutning blant unge	2020	
4	Nye prestestillingar retta mot ungdom	Fleire ungdomsmiljø og tydelegare ungdomsfokus	2020	
RISIKOVURDERING				
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	
Høg	Høg	Høg	Høg	
Me vil ikkje setja sannsynlegheita for å ikkje nå målet ned til middels før me ser teikn på vekst og måloppnåing. Me trur desse tiltaka er ein god måte å jobba med dette på i 2020.				

2. KYRKJELEGE HANDLINGAR

DÅP				
NASJONALT MÅL		Å HALDA OPPE OPPSLUTNINGA OM DÅP		
INDIKATOR		TALET PÅ DØYPTE		
BISPEDØMMETS STRATEGI		Invitera til gudsteneste, dåp og heilage handlingar som opnar for erfaringar av Guds nærvær.		
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?		KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFATORAR)		
<ul style="list-style-type: none"> Mange tenkjer at dei ikkje vil gjera val av tru på vegne av barna, særleg i familiar med foreldre med ulik tru. Ikkje alle kyrkjelydar prioriterer dåpsarbeid høgt nok Større grupper har svekka tilknytning til kyrkja 		<ul style="list-style-type: none"> møte folk på ei reflektert og inkluderande måte i dei møtepunkta me har Kommunikasjonsarbeid som gjer at folk blir motiverte til å døypa Kyrkjelydane kjenner eiga dåpsopplutning og er motiverte for dåpsarbeid 		
TILTAK		ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Kommunikasjonsarbeid med fokus på dåp	Fleire vel dåp	2020	
2	Dåpskort – eit nytt verktøy for dåpssamtalen	Høgare kvalitet på dåpssamtalen.	2019	2020
3	Fokus på dåp i utviklingssamtalar i trusopplæringa	Eit strategisk møtepunkt med alle sokn.	2020	
4	Fokus på dåp i møtepunkt med kyrkjelydane	Dåp skal så ofte som mogleg vere tema på samlingar i regi av BDR.	2020	
5	«Håpsfestival – eit håp som varer.» Konferanse med fokus på dåp i august 2020.	Inspirasjon og mobilisering til sterkare fokus og betre kvalitet på arbeidet i kyrkjelydane kring dåp.	2020	2020
RISIKOVURDERING				
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	Risikovurderinga viser at dette er eit område som er svært viktig og må prioriterast høgt.
Svært høg	Svært høg	Høg	Svært høg	

KONFIRMASJON

NASJONALT MÅL		Å HALDA OPPSLUTNINGA OM KONFIRMASJON OPPE			
INDIKATOR		KONFIRMERTE AV DØYPTE 15-ÅRINGAR			
BISPEDØMMETS STRATEGI		La unge voksa i tru, få ressursar til livsmeistring og utfordrast til engasjement			
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?			KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFATORAR)		
Oppslutninga om konfirmasjon er ikkje sjølvst. Me ser tendensar til at fleire av medlemmene vel bort konfirmasjon i kyrkja.			<ul style="list-style-type: none"> • konfirmantopplegg med god kvalitet i alle ledd. • god og aktuell informasjon om konfirmasjon til 14-åringane. 		
TILTAK			ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Konfirmanthefta til alle døyppte 14-åringar i bispedømmet i samarbeid med Kyrkerådet		Nå ut til alle 14-åringar med tilbod og informasjon om kyrkjeleg konfirmasjon	2020	2020
2	Gjera rapporten frå arbeidet med konfirmantplanane kjend i ulike samanhengar, til dømes MUV, bispedømmerådet, på rådgevarsamling og i Kyrkerådet.		Me trur at arbeidet med konfirmantplanane har gitt oss verdifull kunnskap om korleis kyrkjelydane arbeider med konfirmasjon. Dette trur me andre og kan ha glede av å kjenne til.	2020	2020
3	Kurs om å skapa gode rammer i undervisninga		Økt tryggleik og betre kvalitet	2020	2020
RISIKOVURDERING					
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING	
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	Her er bispedømmet sitt arbeid ein del av eit større bilete, men viss me arbeider godt med dette vil me bidra til så god oppslutning som mogleg.	
Høg	Høg	Høg	Middels		

VIGSEL

NASJONALT MÅL		FLEIRE VEL KYRKJELEG VIGSEL			
INDIKATOR		TALET PÅ VIGSLAR			
BISPEDØMMETS STRATEGI		Heilage handlingar som opnar for erfaring av Guds nærvære.			
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?			KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFAKTORAR)		
<ul style="list-style-type: none"> Mange vel noko anna enn kyrkjeleg vigsel 			<ul style="list-style-type: none"> God kvalitet på vigslar God tilrettelegging for ønska frå brudepar God kyrkjeleg kommunikasjon om verdien av kjærleik og gode parforhold 		
TILTAK			ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Ta opp og drøfte utfordringar i møte med individuelle ønske frå brurepar		God organisering og gode løysingar for både kyrkja og brurepara.	2020	
2	Kommunikasjonsarbeid		Gjera vigsel i kyrkja kjent så fleire vil koma.	2020	
RISIKOVURDERING					
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING	
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	Det trengst tiltak for å auka oppslutninga om kyrkjeleg vigsel. Kyrkja anerkjenner også andre former for vigsel, men ønsker at fleire brukar kyrkja.	
Høg	Middels	Middels	Middels		

GRAVFERD

NASJONALT MÅL	Å HALDA OPPE OPPSLUTNINGA OM KYRKJELEG GRAVFERD			
INDIKATOR	TALET PÅ GRAVFERDER I KYRKJA			
BISPEDØMMETS STRATEGI	Heilage handlingar som opnar for erfaring av Guds nærvære. Vera til stades for menneske i krevjande livssituasjonar.			
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?		KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFaktorAR)		
<ul style="list-style-type: none"> Svak tilknytning til kyrkja hjå deler av befolkinga Potensiell konkurranse frå gravferdsbyrå 		<ul style="list-style-type: none"> Kvalitet på kyrkjelege gravferder Tilrettelegging for ønske frå pårørande Godt samarbeid med gravferdsbyrå 		
TILTAK		ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Ta opp utfordringar i møte med ønske frå pårørande i møte med prestar og kyrkjemusikarar	Gode rammer for gjennomføring og tilrettelegging	2020	
2	Møte med gravferdsbyrå	Godt samarbeid med gravferdsbyrå	2020	
RISIKOVURDERING				
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	Me har ikkje sett dramatiske endringar i oppslutninga om gravferd i bispedømmet, men veit at dette er ein tydeleg risiko. Ønske om alternativ musikk er ein faktor som påverkar dette. Medlemsundersøkinga viser at gruppa som ikkje synest det er viktig med kyrkjeleg gravferd er større enn kyrkja sin del av gravferdene i dag.
Høg	Høg	Middels	Høg	

3. UTVIKLING I KYRKJELYDANE

3.1. DIAKONI

DIAKONI I KYRKJELYDANE OG SAMFUNNET				
NASJONALT MÅL		FLEIRE KYRKJELYDAR UTVIKLAR PLAN FOR DIAKONI		
INDIKATOR		TALET PÅ KYRKJELYDAR MED GODKJENT PLAN		
BISPEDØMMETS STRATEGI		Vera til stades i krevjande livssituasjonar, skapa endring i møte med klimatrusselen, fokus på livsmestring		
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?		KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFaktorAR)		
<ul style="list-style-type: none"> Ny plan for diakoni skal opp på Kyrkjemøtet i 2020 		<ul style="list-style-type: none"> Innføring i diakoniplan i kyrkjelydane 		
TILTAK		ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Innføring i planen for diakonar/diakoniarbeidarar	Fagleg oppdatering for diakonar og diakoniarbeidarar	Haust 2020	2020
2	Prostivis innføring i revidert plan for sokneråd, frivillige og diakoniutval	Satsing på dei nye, diakonale utfordringane frå planen	Haust 2020	2021
3	Innføring i planen for prostar og kyrkjevevjer	Fokus på nye, diakonale utfordringar	Vår / haust 2020	2020
RISIKOVURDERING				
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	Det er svært viktig at kyrkjelydane har eit godt diakonalt arbeid. Mange har alt planar for diakoni, men nå får dei impulsar til nye fokus og oppdateringar.
Middels	Middels	Låg	Middels	

FRIVILLIG MEDARBEIDARSKAP

NASJONALT MÅL		FLEIRE BLIR ENGASJERTE I FRIVILLIG TENESTE I KYRKJA			
INDIKATOR		TALET PÅ FRIVILLIGE			
BISPEDØMMETS STRATEGI		Inspirera til frivillig medarbeidarskap og fremma god samarbeidskultur.			
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?			KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFaktorAR)		
<ul style="list-style-type: none"> Manglande motivasjon for frivillig teneste i kyrkjelydane Frivillige sit med ubrukte ressursar Utfordringar med organisering verkar demotiverande 			<ul style="list-style-type: none"> Skapa motivasjon til frivillig teneste Gje medarbeidarar meningsfulle og viktige oppgåver, gjerne i fellesskap God organisering og klare ansvarslinjer for rekruttering og oppfølging av frivillige 		
TILTAK			ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Fokus på medarbeidarskap i trusopplæringsreforma, m.a. gjennom utviklingssamtalar/minikurs i planutvikling .		Fleire frivillige	2020	
2	Tematisera frivillig teneste i visitasar og på andre faste møtepunkt i bispedømmet.		Fleire frivillige	2020	
3	Gjera forskning på kyrkjeleg frivilligheit kjent for leiargar		Betre kvalitet på tilrettelegging for frivillig arbeid.	2020	
RISIKOVURDERING					
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING	
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	Det viktigaste arbeidet med dette skjer i kyrkjelydane. Me hadde ein større konferanse om frivillig teneste for nokre år sidan, slik at me nå fokuserer på meir generelle støttetiltak.	
Middels	Høg	Middels	Høg		

DIAKONAL BETJENING

NASJONALT MÅL		FLEIRE KYRKJELYDAR MED DIAKONAL BETJENING			
INDIKATOR		PROSENTDEL KYRKJELYDAR MED DIAKONAL BETJENING			
BISPEDØMMETS STRATEGI					
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?			KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFAKTORAR)		
<ul style="list-style-type: none"> Mange kyrkjelydar har ikkje diakonstillingar Diakonale prosjekt manglar nokon som kan ta ansvar 			<ul style="list-style-type: none"> Tildeling til diakoni frå Kyrkerådet Tildeling til diakoni frå kommunane Innsamla ressursar til diakoni 		
TILTAK			ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Utfordra diakonarbeidarar til å gå inn i eit utdanningsløp for å bli vigsla til diakon		Fleire kyrkjelydar får diakonal betjening	2020	
2	Gjera behovet for fleire diakonar synleg		Fleire diakonstillingar	2020	
3	Støtta opp om arbeid med å tilby diakonutdanning i Stavanger		Kortare veg til å bli diakon for folk frå denne regionen	2020	
4	Fokus på samarbeid med kommunar på visitasar		Fleire diakonstillingar		
5	Følgja opp nye ressursar til diakonstillingar		Vidareutvikling av diakonien	2019	
RISIKOVURDERING					
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING	
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	Det finst vilje til å satsa meir på diakoni og mange potensielle prosjekt. Det gjer at risikovurderinga blir middels. Alvorsgrada er høg, sidan dette er viktig og behova store.	
Middels	Høg	Middels	Høg		

NYE I NOREG

NASJONALT MÅL	FLEIRE KYRKJELYDAR TILBYR FELLESSKAP TIL NYE I NOREG		
INDIKATOR	TALET PÅ KYRKJELYDAR MED TILBOD OM INTEGRERINGSARBEID		
BISPEDØMMETS STRATEGI	Vera til stades for menneske i krevjande livssituasjonar og dei som opplever utanforskap. Skapa globalt fellesskap.		
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?		KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFaktorAR)	
<ul style="list-style-type: none"> • Det er for svak kontakt mellom Den norske kyrkja og nye i Noreg • Mange nye høyrer til andre kyrkjesamfunn eller andre trussamfunn. 		<ul style="list-style-type: none"> • God kontakt med flyktingetenesta i kommunen • frivillige som vil engasjera seg • Kjennskap til moglege, gode arbeidsformer 	
TILTAK		ØNSKA EFFEKT	OPPSTART
1	Fagdag med fokus på nye i Norge	Fleire tiltak og god kvalitet	2020
2	Samarbeid med KIA – Kristent Interkulturelt Arbeid	Betre kontakt med nye i Noreg	2020
RISIKOVURDERING			
FØR TILTAK		ETTER TILTAK	
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD
Høg	Høg	Middels	Høg
KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING			
Dette er ei stor utfordring, der me håpar på positiv utvikling over tid.			

3.2. KYRKJE FOR BARN OG UNGE

TRUSOPPLÆRINGSTILBOD				
NASJONALT MÅL		Å AUKA OMFANGET AV TRUSOPPLÆRINGSTILBOD		
INDIKATOR		GJENNOMSNI TTLEG TIMETILBOD I KYRKJELYDANE		
BISPEDØMMETS STRATEGI		La barn og unge veksa i tru, få ressursar til livsmeistring og bli utfordra til engasjement.		
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?		KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFAKTORAR)		
<ul style="list-style-type: none"> Barn og unge får ikkje tilstrekkelege tilbod om trusopplæring. Kyrkjelydane har ikkje nok kompetanse, erfaring og ressursar til å etablera tiltak som svarar til det anbefalte omfanget. Låg oppslutning på tiltak kan føra til at ein ikkje har mot til å setta i gang nye tiltak. 		<ul style="list-style-type: none"> Lokalt eigarskap og stadeigen utforming av trusopplæringsarbeidet. God kompetanse og ressurstilgang i trusopplæringa lokalt. Nasjonale breiddetiltak som gjer det enkelt å starta tiltak og skapar felles marknadsføring som når breiare ut. 		
TILTAK		ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Motivera til tverrfagleg eigarskap i trusopplæringa.	Meir trivsel, god ressursbruk og større effekt og kvalitet	2020	2020
2	Kurs i planutvikling i Ryfylke og Karmøy. Vurdera planar i Dalane, Jæren og Domprostiet.	Kontinuerleg utvikling av tilbodet	2020	2020
3	Kurs i bibelverssongar ved Hilde Sveta	Når du syng, sit læringa fast i kroppen og vil kunne vere med den einskilde heile livet.	2020	2020
RISIKOVURDERING				
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	
Høg	Høg	Middels	Høg	
Sjølvs om trusopplæringa har etablert seg som eit breitt, velfungerande og viktig arbeidsfelt, er det framleis mykje igjen før me har tilbod som når alle døypte.				

OPPSLUTNING OM TRUSOPPLÆRING

NASJONALT MÅL		STABIL OPPSLUTNING OM TRUSOPPLÆRINGSTILTAK			
INDIKATOR		DELTAKARDEL I UTVALDE, LANDSOMFATTANDE TILTAK			
BISPEDØMMETS STRATEGI		La born og unge vokse i tru, få ressursar til livsmeistring, og utfordrast til engasjement			
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?			KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFaktorAR)		
<ul style="list-style-type: none"> • Konkurransen om barn og unge si tid • Manglande interesse for trusopplæring hjå nokre grupper 			<ul style="list-style-type: none"> • Meningsfulle tilbod der deltakarane kjenner seg velkomne • God kvalitet på tilboda • God kommunikasjon 		
TILTAK			ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Utviklingssamtalar med alle kyrkjelydane, med fokus på oppslutninga og trusopplæring som kyrkjelydsutvikling.		Kyrkjelydane blir medvitne om oppslutninga om tiltaka og reflekterer rundt dette.	2020	2020
2	Minikurs i planutvikling/revisjon og plangjennomgang. Fokus på bibelforteljingar, kristne praksisar og kopling til livet.		Skapa utvikling og fornying	2020	2020
3	Prosjekt om innovasjon i breiddetiltaka. Sikre betre kvalitet i det einskilde tiltaket og samanheng mellom tiltaka.		Betre læring og samanheng i undervisninga gir betre utbytte for deltakarane.	2020	2021
4	Fokus på kommunikasjon i utviklingssamtalar og på samlingar		Betre kommunikasjon og større oppslutning.	2020	2020
5	Arrangera medarbeidardag for kontaktpersonar med fokus på kvalitet i trusopplæringstiltaka.		Bidra til større samanheng i formidlinga av den kristne trua i tiltaka.	2020	2020
RISIKOVURDERING					
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING	
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	Oppslutning om trusopplæring er svært viktig for kyrkja. Dei siste åra har oppslutninga gått forsiktig ned.	
Høg	Svært høg	Middels	Svært høg		

UNGDOM OG UNGE VAKSNE

NASJONALT MÅL		STYRKA TILBOD TIL UNGE I KYRKJELYDANE			
INDIKATOR		TALET PÅ DELTAKARAR PÅ TILBOD FOR 13-17 ÅR OG 18-30 ÅR			
BISPEDØMMETS STRATEGI					
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?		KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFaktorAR)			
<ul style="list-style-type: none"> Ikkje alle kyrkjelydar eller område har tilbod til ungdom Ikkje alle har gode lenker til organisasjonane sitt arbeid For få deltakarar på tilbod. Me har låg oppslutning blant unge vaksne 		<ul style="list-style-type: none"> At kyrkjelydane set av ressursar til ungdomsarbeid At kyrkjelydane finn tiltak som appellerer til ungdom Samarbeid mellom kyrkjelydar og organisasjonar Frivillige leiurar 			
TILTAK		ØNSKA EFFEKT		OPPSTART	AVSLUTNING
1	Ungdomsting og ungdomsråd	Motivasjon, rekruttering og gode råd til kyrkjelydane		Årleg	Årleg
2	Fagdag ungdom	Auka kvalitet på ungdomsarbeid		2020	2020
3	Nettverk for ungdomsleiurar	Etablera fellesskap for å dela idear og gje motivasjon		2020	
4	Drøfta ressursbruk i leiारforum i bispedømmet	Styrka ungdomsarbeid		2020	
5	Møtepunkt med organisasjonane	Auka kvalitet og kraft i satsinga		2020	
6	Ladestasjon for ungdomsleiurar	Fagleg og personleg påfyll til dei som har ansvar		2020	2020
RISIKOVURDERING					
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING	
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	Sjølvs om det finst ungdomsarbeid som fungerer godt i einssilde kyrkjelydar, har me samla sett for svak oppslutning blant ungdom og unge vaksne. Det gjer dette til eit område som er viktig i seg sjølv og for kyrkja si framtid. Bispedømmet si rolle er å utfordra, utrusta og leggja til rette for satsing i kyrkjelydane.	
Høg	Svært høg	Middels	Svært høg		

TRUSOPPLÆRING FOR VAKSNE

REGIONALT MÅL		STØRRE IDENTIFIKASJON MED KRISTEN TRU OG PRAKSIS BLANT MEDLEMMANE			
INDIKATOR		TAL FRÅ MEDLEMSUNDERSØKING			
BISPEDØMMETS STRATEGI		Ta på folk sine spørsmål, lengt og erfaringar på alvor Møte åndeleg lengt ved å skapa rom for bøn, refleksjon, stillheit og estetikk			
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?			KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFATORAR)		
<ul style="list-style-type: none"> Ein stor del av medlemmene har liten kontakt med kyrkja, og saknar kunnskap om kva kyrkja står for og kva den kristne trua betyr. 			Det er viktig for kyrkja å gi medlemmene kunnskap om kristen tru og praksis, stadfeste og visa vegar til tru på ein måte mange kan gripa.		
TILTAK			ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Utarbeida ressursmaterieill om ulike portalar til Gud og tru i eit folkekyrkjeformat.		Gjera kunnskap om kristen tru tilgjengeleg i eit format med potensial til å nå mange.	2019	2021
2	Utarbeida kursopplegg på basis av ressursmateriellet		Gje kyrkjelydane ein reiskap til å møta dei som har lyst til å læra meir om kristen tru	2020	2021
3	Stimulera til bruk av «Gudsteneste steg for steg» på samlingar		Auka kunnskapen om gudstenesta, og visa korleis livet kan koplast til gudstenesta.		
RISIKOVURDERING					
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING	
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	Målet er ei av kyrkja sine hovudutfordringar. Tiltaket vil derfor kunne treffa mange, men dette er ei utfordring det må arbeidast breitt med for å skapa endring.	
Svært høg	Svært høg	Svært høg	Svært høg		

INKLUDERANDE KYRKJELIV

REGIONALT MÅL		SIKRE AT MENNESKE MED UTVIKLINGSHEMMING FÅR REELL MOGELEGHEIT TIL Å TA DEL I SIN LOKALE KYRKJELYD. (KM2012)			
INDIKATOR		TALET PÅ TILTAK FOR MÅLGRUPPA OG TALET PÅ DELTAKARAR I DESSE.			
BISPEDØMMETS STRATEGI		Vera til stades for menneske i krevjande livssituasjonar og for dei som opplever utanforskap.			
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?		KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFaktorAR)			
<ul style="list-style-type: none"> - At kyrkjelydane i for liten grad legg opp til deltaking for menneske i målgruppa og går glipp av ressursane og gåvene hjå desse. - Å skapa gode arenaer for målgruppa lokalt og regionalt - Å utvikla gode, faste samhandlingsmønster mellom kyrkja og den offentlege helse- og omsorgstenesta. 		<ul style="list-style-type: none"> - At menneske i målgruppa blir inkluderte i lokal-kyrkjelyden - Fellestiltak som gjev inspirasjon og idear til lokalt arbeid. - Rekruttering og oppfølging av tilsette og frivillige leiarar - Godt samarbeid med leing og beslutningstakarar i det offentlege. 			
TILTAK		ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING	
1	Haustattakkefestar i nord- og sørfylket	Knytta lokale tiltak sterkare saman i felles inspirasjon	2020	2020 (årleg)	
2	Weekend på Lundheim folkehøgskule Moi, juni 2020	Fellesskap og gode opplevingar for deltakarar og leiarar.	2020	2020	
3	Solgården 2021: Marknadsføring, programutvikling, leiartrening	Vidareutvikla ei hovudsatsing	2020	2021	
4	Leiar-rekruttering, oppfølging og utvikling gjennom rådgjeving, kurs o.a	Utrusta leiarar og auka talet på desse	2020		
5	Ungdom i inkluderingsarbeidet – rekruttering og programtenkning	Fornyng og vitalisering – betra samhandling	2020		
RISIKOVURDERING					
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING	
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	Presisjonsnivå i risikovurdering her kan vera vanskelig fordi tiltak og satsingsområder ikkje er heilt nye frå år til år, men har ein kontinuitet i seg. I tillegg ligg det også faktorar utanom årsplanen som vil påverka resultatane.	
middels	høg	middels	middels		

SAMISK KYRKJELIV

NASJONALT MÅL		FLEIRE KYRKJELYDAR INKLUDERER SAMISK SPRÅK I GUDSTENESTELIVET			
INDIKATOR		TALET PÅ KYRKJELYDAR SOM INKLUDERER SAMISK SPRÅK I LOKAL GUDSTENESTEORDNING			
BISPEDØMMETS STRATEGI		Opna for Guds nærvær i menneske sine liv			
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?		KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFAKTORAR)			
<ul style="list-style-type: none"> Kyrkja i Rogaland har liten kontakt med samiske miljø og representantar 		<ul style="list-style-type: none"> Kontakt med samiske miljø og representantar 			
TILTAK		ØNSKA EFFEKT		OPPSTART	AVSLUTNING
1	Gudsteneste 6. februar i Stavanger Domkirke og markering på arrangement i Vår Frelzers menighet i Haugesund	Oppretta ny kontakt og komma i gang med samisk gudstenesteliv.		2020	
2	Laga kort video om korleis ein kan lysa velsigninga på samisk	Lokal kompetanse og meir bruk av samiske gudstenesteelement		2020	
3	Bruka samiske salmar på samlingar	Bruk av samiske salmar		2020	
RISIKOVURDERING					
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING	
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	Det har ikkje vore tradisjon for samiske innslag i gudstenestelivet i Rogaland, og utan tiltak ville sannsynlegheita for at målet ikkje blir nådd vore svært høg. Det er planlagt konkrete tiltak, noko som gjer at sannsynlegheit og alvorsgrad blir tydeleg justert.	
Svært høg	Høg	Låg	Middels		

4. KULTUR OG SAMFUNNSENKASJEMENT

KYRKJELEG KULTURVERKSEMD				
NASJONALT MÅL		VEKST I TALET PÅ DELTAKARAR PÅ KONSERTAR OG KULTURARRANGEMENT		
INDIKATOR		TALET PÅ DELTAKARAR PÅ KONSERTAR OG KULTURARRANGEMENT I KYRKJA		
BISPEDØMMETS STRATEGI		Satse på kyrkjeleg kulturverksemd. Bruke eit mangfald av uttrykk		
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?		KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFaktorAR)		
<ul style="list-style-type: none"> - Manglande satsing på kultur og kyrkjemusikk lokalt i kyrkjelydane - Manglande samarbeid mellom kyrkjelydar - Manglande strategi for god marknadsføring 		<ul style="list-style-type: none"> - Auka forståinga for verdien av å nytta ulike kulturelle uttrykk i kyrkja - Meir samarbeid mellom kyrkjelydar - Gode system for kommunikasjon, marknadsføring, deltakarkontakt og billettsal. 		
TILTAK		ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Kultur som tema på strategiske møtepunkt i bispedømmet og prostia	Engasjement, forståing for og høgare prioritering av kulturarbeid	2020	2020
2	Dialog med UiS om å starte opp utdanning i kyrkjemusikk	Oppstart av utdanning i kyrkjemusikk i Stavanger	2019	2021
3	Fagsamlingar for kyrkjemusikkarar.	Fagleg utvikling og godt samarbeid	Årleg	årleg
4	Førebu jubileet for Stavanger by, bispedømme og domkyrkje i 2025	Eit flott jubileumsår i 2025, der kyrkja blir synleg, samarbeidsrelasjonar blir styrka og jubileet gjev positive verknadar i etterkant.	2018	2025
5	Setta i gang arbeid med korleis kultur blir marknadsført og organisert i kyrkjelydane	Profesjonelle og gode system som gjer dette enklare for kyrkjelydane	2020	
RISIKOVURDERING				
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	Det er fyrst og fremst arbeidet i sokna som påverkar om målet blir nådd. Det trengst arbeid for å skapa større medvit om potensialet som ligg i kyrkjeleg kulturverksemd, men sidan den lokale innsatsen er den største faktoren som påverkar dette, er det først og fremst sannsynlegheita som blir justert etter tiltak.
Høg	Middels	Middels	Middels	

OPNE KYRKJER

NASJONALT MÅL		FLEIRE OPNE KYRKJER			
INDIKATOR		TALET PÅ OPNE KYRKJER			
BISPEDØMMETS STRATEGI		Møta åndeleg lengt ved å skapa rom for bøn, refleksjon, stillheit og estetikk.			
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?			KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFATORAR)		
<ul style="list-style-type: none"> - At kyrkjene ofte er stengde - At ein ikkje i dag har funne ressursar til å halde kyrkjene opne. - At det ikkje finst informasjon om kyrkjene, om bygget, kunsten og opningstidene 			<ul style="list-style-type: none"> - Systematisk og strategisk arbeid for å halda kyrkjene opne. - Ein felles plattform for informasjon om bygg, kunst og opningstider 		
TILTAK			ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Ha opne kyrkjer som tema for samling med kyrkjeveverjene.		Auka forståing og høgare prioritering av dette.	2020	2020
2	Arbeide vidare med prosjektet Riksveg 13, der opne kyrkjer og formidling av informasjon om den enskilde kyrkje er sentrale element.		Utvikla gode modellar for korleis ein kan dela informasjon om kyrkjene, arbeida med ressursar til bemanning og med korleis kyrkjene kan tilby ulikt innhald til besøkande.	2019	2022
RISIKOVURDERING					
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING	
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	Me trur det er mogleg å betra situasjonen og få fleire opne kyrkjer ved å arbeida for dette. For å lukkast trengst det også tiltak på systemnivå, og me vil arbeida for at dette skal koma på plass.	
Høg	Middels	Middels	Middels		

PILEGRIM

REGIONALT MÅL	AUKA TILBOD OG DELTAKING PÅ PILEGRIMSARRANGEMENT. FORANKRA OG VIDAREUTVIKLA KYSTLEIA SOM PILEGRIMSVEG			
INDIKATOR	TAL PÅ PILEGRIMSTILBOD OG DELTAKING PÅ DESSE. FLEIRE KYSTPILEGRIMAR.			
BISPEDØMMETS STRATEGI	Møta åndeleg lengt ved å skapa rom for bøn, refleksjon, stillheit og estetikk, opne kyrkjene og ta menneske sine liv, spørsmål, lengt og erfaring på alvor.			
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?		KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFATORAR)		
<ul style="list-style-type: none"> - Å nå ut med informasjon til vidare målgrupper - Tilrettelegging av pilegrimsleiene for individuelle reisande - Manglande engasjement og kompetanse på feltet 		<ul style="list-style-type: none"> - Informasjonsarbeid - Samarbeid med regionalt pilegrimssenter, kommunane, fylkeskommunen og andre bispedømme - Samlingar og arrangement 		
TILTAK		ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Pilegrimsforum	Auka engasjement og kompetanse	25.01.20	25.01.20
2	Fellesmøte med pilegrimsutvalet i Bjørgvin bispedømme	Sikre at bispedøma har felles tankar og arbeidsmåtar i pilegrimsarbeidet.	24.01.20	24.01.20
3	Arrangere regionale pilegrimsferder langs Jæren, til Røldal og langs kystpilegrimsleia Stavanger – Bergen.	At Kystpilegrimsleia får tydeleg forankring og blir brukt i større grad.	Juni	August
4	Utvikla pilegrimssamarbeidet med vennskapsbispedømmet Carlisle	Styrke vennskapsrelasjonen og gje nye pilegrimserfaringar.	Våren 2020	Våren 2020
6	Studiereise/strategisamling for pilegrimsutvalet i Stavanger bispedømme.	Auka kompetansen for pilegrimsutvalet.	2020	2020
RISIKOVURDERING				
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING
SANNSYNLIGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLIGHEIT	ALVORSGRAD	
Svært høg	Middels	Høg	Middels	
Risikovurderinga handlar fyrst og fremst om me lukkast med å utnytta det store potensialet me trur finst i pilegrimsarbeidet.				

KYRKJE SOM ER SYNLEG I DET OFFENTLEGE ROMMET

NASJONALT MÅL	KYRKJA ER SYNLEG PÅ FLEIRE ARENAAR I DET OFFENTLEGE ROMMET			
INDIKATOR	TALET ARTIKKELTREFF PÅ DEN NORSKE KYRKJA I RADIO, TV, PRINT, NETTAVISER. TAL PÅ FROKOSTSEMINAR / ANNA			
BISPEDØMMETS STRATEGI	Me vil vera ei kyrkje som opnar seg og har rom for alle ved å styrka kyrkja sitt nærvære i sosiale media og det offentlege rommet			
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?		KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFATORAR)		
<ul style="list-style-type: none"> - Kyrkja blir usynleg i det offentlege rommet fordi det er vanskeleg å nå gjennom i informasjonsflommen. - Kyrkja sitt uttrykk i det offentlege rommet blir marginalt og ikkje relevant for størsteparten av medlemmane våre. - Saker som er problematiske for kyrkja tek merksemda og dannar eit bilete av kyrkja som skadar kyrkja sitt omdømme 		<ul style="list-style-type: none"> - Gode nettsider for bispedømme og sokn. - Innholdsplan for jamleg kontakt med media. - Medvit og kompetanse i sokna om å tipsa og senda stoff til media. - Godt medvit om kva saker som eignar seg for brei kommunikasjon 		
TILTAK		ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Utarbeida kommunikasjonsplan for biskop og bispedømmeråd.	Eit rammeverk og strategi som gjev retning og kraft.	Jan. 20	Des. 20
2	Ny strategi/tiltak for å auka bruk av Intranett.	Auka kompetanse om eigen organisasjon og fleire mogelegheiter for ressursdeling.	April. 20	Des. 20
3	Frukostseminar-rekke (i samarbeid med Domprostiet?)	Sjølve sette agenda for sentrale samfunnstema i kyrkja, som ikkje media fangar opp.	Juni. 20	Des. 20
4	Undersøka moglegheit for å starta podcast i samarbeid med fleire.	Sjølve sette agenda for sentrale tema i kyrkja, på ei plattform med stadig aukande bruk.	Juni. 20	Des. 20
5	Utarbeida innhalds/distribusjonsplan for stoff som eignar seg i media.	Auka kvantitet på medieoppdrag og fleire positive saker.	Jan. 20	Månadleg
RISIKOVURDERING				
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	
Høg	Høg	Middels	Middels	Risikoen for å vera usynleg og berre ha eit marginalt uttrykk i media er høg. Religion er ikkje lenger ein sjølvstøtt støttesystem i samfunnet. Samtidig er nok både media og andre meir opne for religiøse ytringar enn før, og media ynskjer tips og pressemeldingar om saker som gjeld mange. Med 66% medlems-oppslutnad er potensialet vårt godt.

KYRKJE I SOSIALE MEDIUM

NASJONALT MÅL	AUKA DIGITALT KYRKJELEG NÆRVÆR			
INDIKATOR	TALET PÅ SO-ME-KANALAR, TALET PÅ FØLGJARAR PR. KANAL OG TALET PÅ POSTAR PR. VEKE			
BISPEDØMMETS STRATEGI	Styrka kyrkja sitt nærvære i sosiale medium og det offentlege rommet Skapa fleire kyrkjelege møteplassar for ungdom og unge vaksne. Vera engasjerte, livsnære og tydelege formidlarar og å bruka eit mangfald av uttrykk.			
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?		KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFaktorAR)		
Lågt digitalt nærvære grunna manglande ressursar i fellesråd og sokn og manglande kompetanse mellom medarbeidarar.		Å vera levande og aktivt til stades på Facebook, Instagram og Snapchat og skapa relevant og kyrkjenært innhald som mange vil sjå og dela.		
TILTAK		ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Sosiale media-lunsjer /seminar, prostivis og lokale samlingar.	Auka kompetanse og samarbeid blant medarbeidarar, slik at SoMe-arbeidet blir styrka kvalitativt og kvantitativt.	Jan 20	2020
2	Invitera til samlingar for alle med kommunikasjons-stillingar.	Skapa nettverk, dela kompetanse og styrka medvit om digital kommunikasjon i sokn og fellesråd.	Jan. 20	Des. 20
3	Oppretta ein instagramkonto for bispedømmet / biskop.	Auka nærvære på ein ny plattform for bispedømmet, nå ut til fleire med budskap om tru og kyrkje.	April 20	Des. 20
RISIKOVURDERING				
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	At kyrkja ikkje er til stade i sosiale medium vil for mange medlemmer bety at kyrkja ikkje er ein del av deira liv. Auka ressursbruk og betre kompetanse kan minska risikoen for dette.
Høg	Høg	Middels	Høg	

KYRKJE-SKULE-SAMARBEID

NASJONALT MÅL		STYRKA SAMARBEIDET MELLOM KYRKJE OG SKULE			
INDIKATOR		TALET PÅ BARNEHAGE- OG SKULEGUDSTENESTER			
BISPEDØMMETS STRATEGI		Vera til stades lokalt			
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?			KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFATORAR)		
<ul style="list-style-type: none"> Den nye overordna delen i læreplanverket og dei nye læreplanane i skulen (særleg KRLE), endrar nokre av dei tidlegare premissa i kyrkje-skule samarbeidet. Nokre rektorar er negative til samarbeid med kyrkja ut frå eigen ståstad 			Endringane føreset at dei tilsette i kyrkja er orientert om endringane, og at kyrkja kan gi gode tilbod til skulen ut frå dei nye læreverka.		
TILTAK			ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Møtepunkt med skulane på visitasar		God kontakt mellom kyrkje og skule lokalt	2020	2020
2	Kyrkje-skule-samarbeid som tema i prostia		God kvalitet på kyrkje-skulesamarbeid.	2020	2020
RISIKOVURDERING					
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING	
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	Me opplever at det stort sett er gode relasjonar mellom kyrkje og skule lokalt. Dette må det arbeidast kontinuerleg med for å oppretthalda samarbeidet.	
Middels	Middels	Middels	Middels		

RELIGIONSIALOG

NASJONALT MÅL		STYRKA ARBEIDET MED RELIGIONSIALOG			
INDIKATOR		TALET PÅ FORA FOR RELIGIONSIALOG			
BISPEDØMMETS STRATEGI		Skapa engasjement for religionsdialog			
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?			KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFATORAR)		
<ul style="list-style-type: none"> Manglande kontakt mellom menneske med ulik tru og livssyn Manglande kunnskap om verdiar hjå menneske med ulik tru Problematiske haldningar til andre grupper menneske 			<ul style="list-style-type: none"> God kyrkjeleg kommunikasjon i det offentlege Kontakt med andre trus- og livssynssamfunn 		
TILTAK			ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Støtta og samarbeida med Kirkelig Dialogsenter i Stavanger		Eit breitt spekter av tiltak innafor religionsdialog	2015	
2	Delta i samarbeidsrådet for trus- og livssynssamfunn		God kontakt med leiarar for andre trus- og livssynssamfunn	-	
3	Møte mellom biskopen og muslimske leiarar		God kontakt mellom muslimar og kristne	2020	2020
RISIKOVURDERING					
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING	
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	Det er gode relasjonar mellom ulike trus- og livssynssamfunn i Stavanger bispedømme. Utfordringa er skepsisen til flyktningar og innvandrarar i befolkninga.	
Middels	Høg	Middels	Høg		

D5. ORGANISASJON

PERSONALARBEID				
NASJONALT MÅL		KYRKJELEGE MEDARBEIDARAR TRIVST I JOBBEN		
INDIKATOR		MEDARBEIDERUNDERSØKING/SJUKEFRÅVÆR		
BISPEDØMMETS STRATEGI		Legga grunnlag for rekruttering, trivsel og vekst		
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?		KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFaktorAR)		
<ul style="list-style-type: none"> Arbeidstakarane har uklare forventningar om arbeidstid og fritid, samt rettar og plikter i prestenesta. 		<ul style="list-style-type: none"> God kvalitet på medarbeidersamtalen. Arbeidsgjevar har god kontakt og dialog med arbeidstakarane. Oppfølging av medarbeiderundersøking, vernerundar og avvik. 		
TILTAK		ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Opplæring av prostar i arbeidsvilkår og avtaleverk	Arbeidstakarane har større kunnskap og forståing om egne rettar og plikter	2020	2020
2	Motivera til deltaking i innføringsprogram for nye prestar, arbeidsvegleiing og samtaletilbod	Meistring og fagleg utvikling i arbeidet	2020	
3	Opplæring i beredskapsarbeid og eigen tryggleik	Tryggleik og god handtering av vanskelege situasjonar	2020	2020
4	Arbeid med psykososialt arbeidsmiljø og vernerundar, samt oppfølging av sjukemelde arbeidstakarar	Trivsel på arbeidsplassen og lågt sjukefråvær	2020	
5	Informasjon om livsfasetiltak og velferdsordningar	Betre tilpassing av tenesta til arbeidstakarane sin livssituasjon	2020	
RISIKOVURDERING				
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	
Låg	Svært høg	Låg	Svært høg	
Medarbeiderundersøking viser at dei tilsette grunnleggjande sett trivst. Ved utfordringar som ikkje blir handterte blir risikoen høg.				

REKRUTTERING

NASJONALT MÅL		STYRKE REKRUTTERINGA TIL VIGSLA STILLINGAR			
INDIKATOR		TALET PÅ VIGSLINGAR			
BISPEDØMMETS STRATEGI		Legga grunnlag for rekruttering, trivsel og vekst			
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?			KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFaktorAR)		
<ul style="list-style-type: none"> • Det er for få som fullfører utdanning som prest, kateket eller kyrkjemusikar til å dekkja opp for dei som sluttar • Folk med kyrkjeleg utdanning vel andre arbeidsplassar • Kyrkja kan ha eit ufortent dårleg rykte som arbeidsplass 			<ul style="list-style-type: none"> • At folk trivst i kyrkjeleg arbeid og deler dette med andre <ul style="list-style-type: none"> • Breitt og strategisk rekrutteringsarbeid • Kyrkjeleg ungdomsarbeid 		
TILTAK			ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING
1	Faste arbeidsmiljøtiltak i personalarbeidet		Kyrkjelege medarbeidarar trivst og gjev kyrkja godt rykte.		
2	Satsing på kyrkjeleg ungdomsarbeid		Godt rekrutteringsgrunnlag for kyrkjelege stillingar		
3	Film og opplegg til bruk i konfirmantarbeid		Interesse for kyrkjeleg teneste blant konfirmantar	2019	2020
4	Besøk på utdanningsmesser og folkehøgskular		Gjera kyrkjeleg teneste til eit aktuelt alternativ	2020	
5	Stimulera tilsette til å kvalifisera seg for vigsling som kateket, diakon eller kyrkjemusikar		Fleire vigsla medarbeidarar		
6	Tiltak for å auka medvitet om rekrutteringsarbeid lokalt – fokus i prostemøte og på andre arenaar		Større lokalt fokus på rekruttering	2020	
7	Oppfølging av studentar gjennom VTVT, innslag i undervisninga og Forum for teologistudentar		Motivasjon til å velja kyrkjeleg teneste		
RISIKOVURDERING					
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING	
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	Her er risikoen svært høg. Situasjonen i dag krev umiddelbare og klare tiltak og utan endring vil problema for kyrkja veksa.	
Svært høg	Svært høg	Høg	Svært høg		

REDUKSJON I ADMINISTRATIV RESSURSBruk

NASJONALT MÅL		REDUKSJON I ADMINISTRATIVE KOSTNADAR			
INDIKATOR		ADMINISTRATIVE KOSTNADAR			
BISPEDØMMETS STRATEGI		Bidra til gode prosesser i arbeidet med ny organisering			
KVA ER UTFORDRINGANE PÅ DETTE OMRÅDET I DAG?		KVA ER VIKTIG FOR Å LUKKAST (KRITISKE SUKSESSFAKTORAR)			
<ul style="list-style-type: none"> Kyrkja er til dels fragmentert Det finst mange parallelle funksjonar mellom einingar som kunne vore samla Nokre administrative prosessar blir opplevde som unødvendig tunge 		<ul style="list-style-type: none"> Plassering av ansvar på passende nivå i kyrkja Bidra til god kontakt mellom dei ulike einingane i kyrkja for å utnytte ressursar godt. Evaluering av administrative krav og prosessar 			
TILTAK		ØNSKA EFFEKT	OPPSTART	AVSLUTNING	
1	Delta i gjennomgangen av kyrkjefagavdelingane	Betre samarbeid, meir effektiv ressursbruk og styrking av det faglege arbeidet i kyrkja	2019	2020	
2	Delta i prosessen med ny kyrkjeleg organisering	Betre ressursbruk, godt samarbeidsklima internt i kyrkja og fokus på det utadretta arbeidet			
3	Godt samarbeid mellom bispedømme og fellesråd	Lågt konfliktnivå og felles satsingar			
RISIKOVURDERING					
FØR TILTAK		ETTER TILTAK		KOMMENTAR TIL RISIKOVURDERING	
SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	SANNSYNLEGHEIT	ALVORSGRAD	Arbeidet med kyrkjeleg organisering er krevjande, men har også potensial til å skapa meir samling og fokus utover.	
Høg	Høg	Middels	Middels		

Bruk av sosiale medier og nettdebattforum som ansatt i Den norske kirke

Retningslinjene er utarbeidet av kommunikasjonsavdelingen i Kirkerådet, Den norske kirke høsten 2018 og skal gjennomgås i kontaktmøtet i Kirkerådet 13. februar 2019. Eventuelle endringer vil bli oppdatert.

Sosiale medier og nettdebattforum er vesentlige og nyttige redskap i den daglige kommunikasjonen med andre mennesker. Den norske kirke bruker sosiale medie-kanaler aktivt for å være tilstede der mange mennesker er. Målsetningen er å spre kirkens budskap i ulike digitale formater, være synlige og tilgjengelige.

Kirkerådets kommunikasjonsansatte har et overordnet ansvar for hva som skrives på kirkens egne sentrale sosiale medier-konti - moderere, svare og i noen tilfeller fjerne innlegg og om nødvendig blokkere enkeltpersoner. Kommunikasjonsansatte på bispedømme- og fellesrådsnivå gjør det samme for kirkens regionale og lokaleonti. Noen menigheter har også egne kommunikatører i staben som følger opp dette.

Positiv meningsutveksling

Stadig flere mennesker er aktive debattanter og kommentatorer store deler av døgnet. Sosiale medier gir nye muligheter for kontakt, kunnskapsformidling og meningsutveksling som på mange måter er svært positive.

Mange av kirkens ansatte, både på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå er aktive i sosiale medier. De aller fleste er aktive som privatpersoner, samtidig er det positivt at mange også aktivt liker og deler innlegg fra Den norske kirke. Dette bidrar til å skape engasjement for, og spre kirkelige budskap og arrangementer.

Nye utfordringer

Mulighetene som ligger i sosiale medier, kan også representere nye utfordringer.

Det er ikke alltid enkelt å skille mellom det å opptre som privatperson og som en representant for sin arbeidsplass. Meninger og ytringer kan oppfattes som om de kommer fra en ansatt i Den norske kirke. Derfor er det viktig å være bevisst sin rolle og tenke gjennom om man opptrer som privatperson eller som ansatt i Den norske kirke, eller om mottaker kan oppfatte det annerledes enn det avsender har tenkt.

Grunnlovens § 100 om ytringsfrihet er klart gjeldende. I mediesituasjoner oppfattes ofte uttalelser fra en som er kirkelig ansatt som et representativt bidrag til kirkens omdømme. Derfor er det særdeles viktig at dette tas i betraktning før man deltar i en debatt der denne rollen har relevant betydning.

Det er også viktig å være klar over at mange vil forvente ekstra høy etisk standard og bevissthet fra personer som arbeider i Den norske kirke. Derfor har Kirkerådets administrasjon samlet noen råd, tips og sjekkpunkter som kan være nyttige å tenke gjennom.

Generelt:

- Vurder nøye hvilke personopplysninger du legger ut om deg selv, kollegaer og andre personer.
- Tenk nøye gjennom hvilken informasjon relatert til ditt konkrete arbeidsfelt, til din egen arbeidsplass og til kirken mer generelt du eventuelt velger å dele, kommentere eller omtale i sosiale medier, nettdebatter eller nettsamfunn.
- Husk at intern informasjon, fremstilt muntlig eller publisert internt, og som åpenbart er beregnet for kollegaer, ikke hører hjemme i offentlige kanaler.
- Diskuter alltid sak og ikke person.
- Vær spesielt varsom med å legge ut opplysninger/informasjon om barn og unge under 18 år.

Deling av foto:

- GDPR. Lær deg reglene om bildebruk og personvern på www.kirken.no/personvern
- Det er klare regler for publisering av foto i offentlige kanaler, og disse reglene gjelder også for sosiale medier. Datatilsynet (www.datatilsynet.no) gir full oversikt over dette regelverket.
- Man skal alltid ha tillatelse fra avbildede personer i type portrettfoto før man kan publisere disse.
- Gruppebilder og situasjonsbilder, samt bilder fra arrangementer av offentlig karakter kan generelt sett deles uten tillatelse.
- Intranettet til Den norske kirke har flere tusen brukere, de samme reglene gjelder for bildebruk på Kirkebakken som ellers.

Ved bruk av barnebilder gjelder strengere regler: Foreldre/foresatte må gi skriftlig tillatelse for barn under 18 år. Vær oppmerksom på at man trenger en slik tillatelse fra begge foreldre/foresatte.

Respekter opphavsrett og andres åndsverk:

- Man skal ikke publisere andres materiale uten tillatelse. Dette gjelder både tekst, bilde/illustrasjon, film og musikk. Det er tillatt å sitere korte utdrag og sitater fra en tekst, med forbehold om at kilden kommer tydelig frem.
- Dette gjelder også bruk av andres bilder på Internett: Oppgi alltid fotografens navn, gjerne med tydelig link til opphavspersonens nettsted/nettavis eller lignende. Tillatelse må være innhentet i forkant.
- Å hente bilder fra Google krever høy grad av årvåkenhet: De fleste bilder en finner via Google har opphavsrett, og tillatelse skal alltid innhentes, og/eller rettigheter kjøpes. Når

du publiserer et bilde har du ansvaret for at de som er avbildet har godkjent å bli tatt bilde av. Å bruke bilder som ikke er godkjent for dette, kan føre til krav om økonomisk erstatning. Det er også viktig å huske at om et bilde fra en bildebank portretterer barn, gjelder samme krav for tillatelser som nevnt over. Derfor er det langt sikrere å bruke Den norske kirkes egen bildebank og andre godkjente kilder for illustrasjonsfoto. Se film om dette på www.kirken.no/opplaring.

Visuell retorikk:

- Personer med vigslede stillinger som diakon, kateket, kantor eller prest må være oppmerksomme på bruken av rundsnipp, prestekjole eller andre liturgiske klær på profilbilder i sosiale medier og som vedlagt bilde i debattinnlegg. Liturgiske klær og symboler har en sterk symbolfunksjon og bidrar til at ytringer oppfattes som en ytring fra en kirkelig ansatt og ikke fra en privatperson.

Vær obs på falske identiteter:

- Det er enkelt å opprette en falsk identitet på e-post og profil i sosiale medier og nettdebattforum. Vær særlig oppmerksom på dette ved forespørsler om sensitiv informasjon.

Privatperson eller offentlig stemme?

Rollen som privatperson og rollen som ansatt kan noen ganger gli over i hverandre. Til tross for at man selv mener man opptrer som privatperson, kan mottaker/leser se det som en kommentar fra en kirkelig ansatt.

Her er noen enkle sjekk-punkter når man er aktiv på sosiale medier og/eller i nettdebatter:

Spør deg selv ...

... før du poster noe i debattforum og/eller på sosiale medier:

- Er dette noe jeg kan stå for offentlig?
- Er dette noe jeg kan fronte om det blir plukket opp av media?
- Er dette hensiktsmessig kommunikasjon med tanke på den stillingen jeg har i kirken?
- Kan dette på noe vis være skadelig eller ubehagelig for kolleger eller andre personer?
- Er det jeg ønsker å si, bundet av taushetsplikt? (Ansatte i Den norske kirke skal ikke formidle informasjon om personer, saksforhold eller andre taushetsbelagte temaer).

Mediesaker:

- Kirkelige anliggender blir innimellom gjenstand for nasjonale mediesaker med en kritisk innfallsvinkel. Disse sakene fører ofte til stor aktivitet i sosiale medier og kommentarfelt. I slike tilfeller bør alle ansatte utvise stor aktsomhet:
 - I nasjonale mediesaker vil Kirkerådets kommunikasjonsavdeling koordinere hvem som uttaler seg.
 - Debatter og kommentartråder i sosiale medier og i ulike debattfora kan variere i kvalitet, kunnskap og saklighet. Det er viktig å vurdere nøye hvilke man ønsker å involvere seg i, hvilken rolle man kan innta eller bli gitt og hvordan innlegg kan bli oppfattet. Engasjement i nettdebatter kan fort kreve mye tid og oppfølging.
 - Husk at en kirkelig ansatts kommentar lett kan oppfattes som en «offentlig» kommentar på vegne av hele Den norske kirke, selv om det ikke var intensjonen.

Er du i tvil?

Er du usikker på om eventuell informasjon bør postes eller skal formidles, anbefales du å rådføre deg med en kollega eller, om sakens karakter tilsier det, din overordnede.

Petter Skants
Mai 2012

Sjekkliste - Mediehandtering

Menneskets ønske om å vite er legitim og media har samfunnsoppgaven å informere allmennheten ved akutte hendelser, ulykker og katastrofer. Medietrykket ved akutte hendelser er stort, og trykket kan i alle fall i den første fasen knapt overvurderes.

Medias oppgave er å formidle informasjon om selve hendelsen og om et eventuelt rednings- og oppfølgingsarbeid. Medias arbeidsmetode er å forenkle kompliserte fakta og å stille kritiske spørsmål til hvordan arbeidet gjøres. Journalister velger ofte en personlig vinkling

Media bruker intervju som hovedarbeidsmetode. Selv om journalisten skal skrive en artikkel på nett, bygger det vedkommende skriver som regel på en eller annen form for intervju.

I sitt arbeid har media følgende prioriterer:

- Bilder
- Uttalelser fra ansvarlige personer
- Intervjuer med/uttalelser fra berørte personer

Ingen har plikt til å snakke med media. Berørte personer som ikke ønsker å bli intervjuet eller som åpenbart er sterkt preget av hendelsen eller i psykisk ubalanse bør frarådes å la seg intervju. Det kan uansett være hensiktsmessig å forberede de rammede, pårørende og etterlatte om eventuell medieinteresse og oppfordre dem til å sette grenser for seg selv.

Ved intervju for *avis* og *nettavis* har du rett til å korrigere deg selv, og journalisten har plikt til å la deg lese gjennom sitatene og endre disse dersom du er blitt feilsitert.

Ikke døm deg selv for hardt etter et intervju, du har som regel gjort det bedre enn du selv oppfatter.

Når du blir intervjuet, husk:

- Journalister *ikke* er samtalepartnere. Man drøfter ikke ting med journalister eller betror seg til dem. Gi *aldri* «off the record»-informasjon til journalister.
- Selv ivrige journalister hører på fornuftige argumenter, særlig hvis de tilbyr et alternativ.
- Som kirkens representanter har du rollen som «offentlige sjelesørgere». Ikke la deg lokke til generell samtale om hendelsen, årsaksforhold, skyldspørsmål, spekulasjoner eller rykter.
- Som lokal kirkelig representant kan du referer hva du selv og kirken bidrar med. Overlat all annen informasjon til de som har det som oppgave, for eksempel politiet.
- Husk taushetsplikten, ikke viderebring betrodde opplysninger.
- En grunn til å være særlig tilbakeholden med å gi informasjon i en hektisk, første fase er at det er vanskelig å skille mellom fakta og rykter. Vær særlig forsiktig med tall, de endrer seg raskt.
- Vær forberedt på at journalisten kan stille spørsmål hvor du blir mistenkeliggjort og hvor det oppleves at de blir utsatt for (delvis) skjulte beskyldninger.
- Svar aldri uforberedt på spørsmål.
- Om mulig, svar ikke med en gang. Be om å få sjekke noe først for å få tenkt gjennom hva du vil eller kan si.
- «Ingen kommentar» er den dårligste kommentaren det er mulig å gi.
- For spørsmål du ikke vil eller kan svare på, vær sikker på at du har en god grunn.
- Si det du vil si, og ikke si noe mer. Det er journalistens ansvar å fylle ut pauser i intervjuet..
- Ved direkte sendte intervjuer: Tenkt ut ett eller to hovedbudskap på forhånd.
- På TV: Hold øyekontakt med journalisten. Hvis du synes det er vanskelig, fest blikket på nesegropen, øret eller litt til siden for journalistens ansikt.

Petter Skants

Media og mediehandtering

Når noe akutt skjer, har mennesker behov for å vite. Dette er ikke bare et utslag av nysgjerrighet, men av at ingen ting skremmer mennesker mer enn å ikke vite når de opplever noe dramatisk og føler seg berørt. Menneskets ønske om å vite er legitim. Media har samfunnsoppgaven å informere allmennheten, og de har derfor en naturlig interesse for akutte hendelser. Deres oppgave er å formidle informasjon om selve hendelsen og om rednings- og oppfølgingsarbeid. Medienes oppgave er å stille kritiske spørsmål til hvordan arbeidet gjøres. Vi kommer heller ikke fra at informasjon er det viktigste verktøyet vi har for å kontrollere store folkemengder.

Berørte søker media for å få informasjon, og medias tolkning av det som skjer vil lett oppfattes som riktigere enn det som kommer fra involverte instanser som objektereiere, redningstjenesten eller politiet. Folks tro på at media har oppfattet ting rett og at deres tolkninger er riktige, er stor. Ledsagende bilder kan fort få større «dokumenteringseffekt» enn det bildets innhold faktisk skulle tilsi.

Mediehandtering vil i stor grad ha betydning for hvordan den samlede psykososiale håndteringen skjer og ofte hvilke rammebetingelser og utfordringer oppfølgingen får. Det er på sett og vis en interaktivitet mellom media og det psykososiale oppfølgingsarbeidet. Blant oppfølgingspersonellet og i kriseledelsen er det ofte stor irritasjon og frustrasjon over medias tilstedeværelse og ikke minst arbeidsmåte. Mange har opplevelsen av at media er i veien og bryr seg på en uheldig måte, og at i alle fall noen av journalistene ikke har medias samfunnsnyttige oppgaver helt i fokus, men heller egen deadline, profitt og forsøk på å «sette dagsorden», er åpenbart. Vi kan vel også være ærlige nok til å peke på at noe av medias interesse for akutte hendelser er å spille på det postmoderne menneskes fasinasjon for fare og det ekstreme. Ikke noe av dette tar imidlertid vekk medias betydning og rolle ved akutte hendelser.

Uansett personlig forhold til media: De er der det skjer og har en legitim rett til å skildre hendelser og oppfølging slik de ser det. Man kommer derfor lenger med å samarbeide med media og legge forholdene til rette for deres arbeid enn å ha en negativ og motarbeidende holdning. Samarbeidslinjen gir i tillegg muligheter for å legge noen føringer, noe som erfaringsmessig særlig kommer de rammede og involverte til gode.

Medias arbeidsmetode er å forenkle kompliserte fakta. Ulempen blir at det som er lett å forklare eller lett å skildre får ofte mer oppmerksomhet enn kompliserte, og kanskje mer relevante, forhold. Media er også opptatt av noe som fanger oppmerksomhet. De har derfor en tendens til å finne det spesielle, det som skiller seg ut, og beskrive det som det normale. Hvis noe ved et oppfølgingsarbeid ikke fungerer hensiktsmessig, kan det generaliseres og fremstilles som om hele oppfølgingsarbeidet ikke fungerer.

Medietrykket ved akutte hendelser er stort, og trykket kan i alle fall i den første fasen knapt overvurderes. Media er ofte de som først fanger opp at noe har skjedd og konkurrerer om å ha saken først og best på sin nettavis. Erfaringen fra utlandet er at de som naturlig står sentrale i oppfølgingsarbeidet blir nedringt de første timene. Riksmedia vil ha de store linjene og

lokalavisene den lokale vinklingen. Alle ringer og vil helst ha både bilder og intervju med rammede personer, nå. Nettavisenes «kontinuerlige» deadline har vist seg å forsterke dette trykket vesentlig. Alle skal ha «noe», hele tiden. Og nettavisene formidler nå også film de skal ikke bare ha en historie, de skal ha bilder og film til historien.

Realistisk vurdert er dessverre det som står igjen i folks bevissthet, ikke hvordan man har håndtert hendelsen, men hvordan media har oppfattet at man har håndtert hendelsen.

Medias arbeidsgrunnlag

Journalister som arbeider i norske medier og er medlem av Norsk journalistlag har forpliktet seg til å følge visse presseetiske normer også når det gjelder dødsfall, ulykker og katastrofer:

«Opptre hensynsfullt i den journalistiske arbeidsprosessen. Vis særlig hensyn overfor personer som ikke kan ventes å være klar over virkningen av sine uttalelser. Misbruk ikke andres følelser, uvitenhet eller sviktende dømmekraft. Husk at mennesker i sjokk eller sorg er mer sårbare enn andre.»

Vær Varsom-plakaten pt 3.9

Formuleringen kom inn i Vær Varsom-plakaten etter det såkalte «Hedrum-drapet» i august 1999, hvor pressen hadde vist en svært pågående og aggressiv holdning. Formuleringen er et godt utgangspunkt for journalister og burde være tilstrekkelige kjøreregler for god journalistikk i forbindelse med akutte hendelser.

Men hvorfor er da det inntrykket mange sitter igjen med at journalister ikke følger disse retningslinjene? Er formuleringen blitt journalistenes alibi fremfor arbeidsverktøy? Har manglende bakgrunnskunnskap, manglende kunnskap om psykiske reaksjoner, deadlines og innskrenking av kilder i praksis tatt over styringen? Når journalister har gjort overtramp, unnskylder redaktørene seg med at det var en glipp. Men hvorfor skjer slike glipper så ofte?

Når det gjelder bilder, må fotografer også under akutte hendelser forholde seg til Åndsverkloven (§ 45c), som setter forbud mot å publisere bilder av personer uten deres samtykke. Det er imidlertid unntak fra loven «dersom avbildningen av personer er mindre viktig enn hovedinnholdet av bildet», noe som vanligvis vil bli lagt til grunn ved reportasjer fra akutte hendelser. Selv om fotografene nok kan støtte seg på unntaksregelen i innledningsfasen, bør denne loven kunne brukes for å skjerme etterlatte når det skal rapporteres fra for eksempel en minnegudstjeneste.

En særlig utfordring utgjør det når media velger å bruke amatørfoto eller amatørøpptak. Dette er ikke noe nytt, men det som er nytt de siste årene, er at media nå *oppfordrer* til å sende inn bilder fra hendelser. «Er du på stedet, send oss bilder nå!» Dette fører til at det fort blir «mobilpaparazzier» på et hendelsessted som ofte ikke har den samme etiske standard som profesjonelle fotografer har. Dette, kombinert med en stadig bredere forståelse av ytringsfriheten, er ikke noe godt utgangspunkt for skjerming av rammede og pårørende.

Støttepersonell må antakelig bare ta inn over seg den utvikling som skjer i media og at vi fremover får mer en aggressiv holdning både for journalistiske henvendelser, bilder og det som publiseres. Enkelte land har ikke den etiske begrensning vi har i Norge at man ikke publiserer navn på døde før nærmeste familie er varslet. La oss i alle fall håpe det tar lang tid før den grensen brytes.

Mediekontakt

I Norge har politiet og andre offentlige myndigheter plikt til å svare media, mens i utlandet er det UD's oppgave å gi informasjon. Andre aktører kan i prinsippet bare henvise til disse; de har ingen plikt å svare.

Men det anbefales sterkt å ha en mer åpen og møtende holdning. «Ingen kommentar» er kanskje den dårligste kommentaren det er mulig å gi. Uansett hvor dårlig man opplever sin egen sak, er det antakelig bedre å stille opp å svare på spørsmål enn å la være. Å overlate kommentaren til medias frie spekulasjon vil av de fleste informasjonsrådgivere oppfattes som risikosport.

Erfaringen er at media ofte er gode å samarbeide med når man har dem ansikt til ansikt, mens situasjonen blir en annen og mer pågående når media graver etter stoff gjennom telefonhenvendelser. En god tilnærming er å respektere medias arbeid og arbeidssituasjon, å legge forholdene til rette og gi media mulighet. Helst bør de få stoff de er alene om, i alle fall først. Alle medier skal i utgangspunktet behandles likt, men man bør være klar over at riksdekkende medier konkurrerer.

En kjøreregul er at man lokalt gir faktiske opplysninger, det en selv har sett og bekreftet informasjon. Representant for kirken på bispedømmeplan eller sentralt uttaler seg om strategi- og policy spørsmål.

Er det en litt større hendelse eller en gudstjeneste eller gravferd som man må forvente har medieinteresse bør det være en egen mediekontakt. Dette gjør at de som forestår midt i arbeidet blir mindre forstyrret og får bedre arbeidsmulighet, samtidig som media også får gode arbeidsmuligheter.

Hvis menigheten eller kirken selv er en del av hendelsen må vi være forberede på at media, særlig i startfasen, vil stille spørsmål hvor de blir mistenkeliggjort og hvor det oppleves at de blir utsatt for (delvis) skjulte beskyldninger. Det er viktig å understreke at dette er medias arbeidsmetode og ikke personlig ment eller orientert mot den aktuelle hendelsen. Denne mistenkeliggjøringen må derfor ikke tas personlig eller føre til en aggressiv måte å svare på. På den andre siden er spørsmålene fra media normalt en god indikator på hvordan media, og antakelig også befolkningen, oppfatter situasjonen. Vi må være forberedt på at media trekker raske konklusjoner av det vi sier og ofte har vinklingen (og konklusjonen) klar før intervjuet. Våre motiver blir ofte av mindre interesse.

Kirkelige ledere eller kirkelige medarbeidere som er ansvarlig i en krise eller et oppfølgingsarbeid må være forberedt på å bli intervjuet. Andre berørte personer som ikke ønsker å bli intervjuet, bør få slippe. Personer som åpenbart er sterkt preget av hendelsen eller i psykisk ubalanse bør frarådes å la seg intervjuet. Erfaring tilsier at de ikke har tilstrekkelig dømmekraft over egen situasjon; de er ofte i psykisk sjokk og dermed ikke helt seg selv. De kan si ting de senere ikke kjenner igjen eller vil identifisere seg med, og angsten gjør ofte uttalelser mer aggressive enn de berørte kjenner igjen i etterkant. Å være i psykisk sjokk er åpenbart en tilstand som kommer inn under Vær Varsom-plakatens punkt 3.9: «Misbruk ikke andres følelser, uvitenhet eller sviktende dømmekraft.» Spørsmålet blir hvem som skal vurdere vedkommendes dømmekraft. Støttepersonellet eller journalisten? Det er dessverre altfor mange eksempler på at berørte en tid etter ulykken opplever uttalelser de har kommet med til media som en tilleggsbelastning til selve hendelsen, og det kan nettopp være denne belastningen det kan være vanskelig å komme til rette med for å få livet på plass igjen. Det er

kanskje ikke å vente at ivrige journalister husker dette, og det kan derfor være en viktig psykososial oppgave å minne journalistene om det og på den måten skjerme de rammede. Selv ivrige journalister hører på fornuftige argumenter, særlig hvis de tilbys et alternativ.

Det kan uansett være hensiktsmessig å forberede de rammede, pårørende og etterlatte om eventuell medieinteresse og oppfordre dem til å sette grenser for seg selv. At media kan komme til å bringe foto/film av savnede eller forulykkede kan det også være hensiktsmessig å forberede de pårørende på. Får journalister ikke tilgang til berørte, forventer de at støttepersonell som har kontakten med dem kan si noe forenklet og fortettet om den følelsesmessige siden av det dramatiske som har skjedd. Støttepersonellet kan på den måten bidra til å dempe medietrykket mot de berørte. Det kan være nyttig for ledende støttepersonell å forberede seg på å uttale seg kortfattet om de berørtes situasjon.

Kirkens representanter har i kontakt med media i hovedsak rollen som «offentlige sjelesørgere», og det er da om å gjøre at man beholder denne tilnærmingen og ikke lokkes inn i generelle samtaler om hendelsen, årsaksforhold eller skyldspørsmål.

Det er også all grunn til å minne om at støttepersonell må ha klart for seg at journalister *ikke* er samtalepartnere. Man drøfter ikke ting med journalister eller betror seg til dem. Denne fellen er det lett å gå i, i en oppjaget situasjon når man har fått mange inntrykk og man egentlig har behov for en som lytter til egne opplevelser og frustrasjoner.

Retningslinjer for mediehandtering

Bispedømme og menigheter bør ha retningslinjer for mediekontakt. Slike retningslinjer bør ha tatt høyde både for den situasjonen som kan oppstå ved større akutte hendelser og hendelser som rammer en selv. Det viktig at vedtatte medieretningslinjer følges, også om man ikke er helt enig i dem. Hvis det ikke finnes retningslinjer for akutte hendelser, kan følgende råd være til hjelp:

Det er alltid enklere å takle pågående journalister med vennlighet og imøtekommenhet enn med avvisning og sure miner. Fortell om mulig hvorfor ting skjer, ikke bare at det skjer. Ikke la deg provosere av at en journalist mener menigheten eller kirken ikke har gjort det journalisten mener at dere burde ha gjort. Grunnregel er: Referer fakta, spekuler ikke og lyv for all del aldri.

Media vil spekulere om årsaks- og skyldforhold, og «troverdige» kilder som vil spekulere i årsaken er derfor kjærkomne. Enkelte ganger kan man oppleve at journalister kommer med helt grunnløse påstander, nærmest tatt ut av lufta og vil ha kommentar på denne. Tanken er at intervjuobjektet i slike situasjoner velger å komme med fakta for å avkrefte den grunnløse påstanden. Det er selvfølgelig rett å tilbakevise grunnløse påstander, men det må ikke gjøres på en slik måte at man sier ting som på det aktuelle tidspunktet burde vært usagt.

En grunn til å være særlig tilbakeholden med å gi informasjon i en hektisk, første fase er at det er vanskelig å skille mellom det en tror, det en har «hørt» og det som faktisk er bekreftet som sant. Å videreformidle noen en tror eller har hørt, for eksempel antallet overlevende, kan gjøre stor skade hvis det viser seg ikke å stemme.. Er det mulig å rådføre seg med beredskapsorganisasjonens informasjonsansvarlige før et intervju, er dette avgjort en fordel.

Vær forsiktig med tall, de har en lei tendens til å endre seg raskt. Ikke oppgi tall som ikke er absolutt sikre. Det er bedre å si at «dette kan vi ikke si noe om nå» enn å spekulere i et tall som senere må korrigeres, kanskje mange ganger.

Tenk gjennom hva du vil si og ikke vil si. Svar aldri uforberedt på spørsmål. Om mulig, svar ikke med en gang. Be om å få ringe tilbake, bruk noen minutter til å summe deg, men sørg i så fall for at du ringer tilbake som avtalt. Når du ikke vil eller kan svare, vær sikker på at du har en god grunn. Noen journalister venter litt etter at du har svart i håp om at du sier noe mer, noe du ikke hadde tenkt å si. Si det du vil si, og ikke si noe mer. Det er journalistens ansvar å fylle ut pauser i intervjuet, ikke ditt. Gi *aldri* «off the record»-informasjon til journalister! Det er for øvrig lov å ta initiativet; journalister behøver ikke bestemme hva som er viktig.

Noen spørsmål er det nærmest garantert at man får, i alle fall om man tilhører en objekteier eller en beredskapsorganisasjon. «Har menigheten/bispedømme/kirken en beredskapsplan?», «Når ble beredskapsplanen oppdatert?», «Når hadde dere siste øvelse?». Dette er spørsmål man kan tenke ut svarene på forhånd, og det er unødvendig å fomme med det i en hektisk fase. Det er for øvrig ikke hensiktsmessig å svare at beredskapsplanen «oppdateres kontinuerlig». I en journalists ører høres det ut som en dårlig unnskyldning for ikke å ta oppdateringsjobben på alvor. Si heller noe om når planen sist ble oppdatert. Dette er en god motivasjon til jevnlig oppdatering av planen

I den grad man har informasjon man ikke kan gi videre, er det viktig å ikke gi inntrykk av at man har slik informasjon. Dette virker avvisende på en svært uheldig måte. Media prioriterer følgende:

- Bilder
- Uttalelser fra ansvarlige personer
- Intervjuer med/uttalelser fra berørte personer

Mange medier ønsker en personlig vinkling. De forsøker å «menneskeligjøre» stoffet ved å subjektivisere det. Et eksempel kan være når en forulykkedes nærmeste familie omtales som den forulykkedes «kjære». Men strengt tatt vet vi ingen ting om de forulykkete har sine nærmeste kjær eller ikke. En objektiv måte å beskrive dette på ville være «den forulykkedes nærmeste».

Intervjuteknikker

Media bruker intervju som hovedarbeidsmetode. Selv om journalisten skal skrive en artikkel på nett, bygger det vedkommende skriver som regel på en eller annen form for intervju. For deg som intervjuobjekt er det forskjell på om du intervjues for et skriftlig medium, for radio eller for TV.

Ved *avisintervju* kan du korrigere deg selv, og journalisten har plikt til å la deg lese gjennom sitatene og endre disse dersom du er blitt feilsitert. Men husk at avisredaksjonen kan forme artikkelen ut fra dine sitater slik at du ikke kjenner dem igjen. For øvrig er det verd å merke seg forskjellen på sitatetegn (--) og anførselstegn (»). Etter sitatetegn plikter media å gjengi meningsinnholdet, men ikke nødvendigvis ordrett. Mellom anførselstegn skal det som gjengis være ordrett.

Ved *radiointervju* og *TV-intervju* er det viktig å ha tenkt ut ett eller to hovedbudskap på forhånd. Det hjelper deg å holde fokuset i intervjuet. Korte innlegg fungerer bedre enn lange

utgreiinger og gjør at du lettere får ditt budskap igjennom. Snakk litt med journalisten på forhånd om hva hun ønsker med intervjuet og spør hva hun vil spørre om som første spørsmål: Det hjelper deg til å komme godt inn i intervjuet og ikke begynne å stotre fra begynnelsen. For å møte spørsmål man ikke liker, kan man bruke tre teknikker:

Lukke spørsmål

Spørsmål kan lukkes ved for eksempel å henvise til at det ikke er riktig å uttale seg i forhold til en annen part: «Det er ikke riktig av hensyn til ... », eller ved å henvise til et prinsipp; «Vi gir aldri opplysninger om ... ». Man kan også henvise til et manglende forløp: «Det er for tidlig å si noe om dette nå», eller avvise hele spørsmålet; «Dette er ikke et aktuelt spørsmål».

Bygge bro

Den vanligste måten å bygge bro mellom intervjuerens spørsmål og det man ønsker å si er å anerkjenne intervjuerens spørsmål uten å kommentere det videre, for så å bruke bindeord (men, og, dessuten, i tillegg) til å si det man ønsker: «Det er riktig at ..., men ... ».

Man kan også tilbakevise intervjuerens påstand: «Det er ikke riktig. Denne saken gjelder ... », eller omformulere spørsmålet: «Det viktigste er ... », «Utfordringen her er ... ». En annen måte er å gå fra det spesifikke til det generelle: «Ved denne typen henvendelser gjør vi ... ».

Snakke om noe annet

Denne teknikken går ut på å fullstendig overhøre spørsmålet og bare gi det svar man ønsker å svare. Enkelte politikere er spesialister i dette, men teknikken kan også fungere ved akutte hendelser. Intervjueren vil gjerne gjenta spørsmålet, men gir seg som regel. Denne teknikken er mest anvendelig i direktesendinger, og man slipper forunderlig ofte unna med den.

Hvis du kommer ut av det og det gjøres opptak, avbryt og be om å få begynne på nytt. Også journalisten er interessert i at intervjuet blir så godt som mulig. Husk at intervjuet klippes, og lite av det du sier kommer med. Opptaket kan redigeres og klippes til det ugjenkjennelige. Det kan derfor være lurt å gjenta det viktigste budskapet og i alle fall gi konklusjonen først. Ikke la deg provosere selv om journalisten både er provoserende og gir kritikk! Si det du har å si, og ikke la deg provosere av pauser slik at du legger til ting du egentlig ikke hadde tenkt å si. Det er journalistens ansvar å stille et nytt spørsmål når du er ferdig.

Ved direktesending gjelder: «Gjort er gjort og spist er spist.» Tenk derfor ekstra nøye gjennom formuleringer du vil bruke på forhånd.

På TV: Hold øyekontakt med journalisten. Hvis du synes det er vanskelig, fest blikket på nesegropen, øret eller litt til siden for journalistens ansikt. Flakkende blikk gjør seg dårlig på TV.

Etter radio eller TV-intervjuer er det viktig at du ikke dømmer deg selv for hardt. Du har som regel gjort det bedre enn du selv oppfatter. Ikke minst TV-intervjuer handler mye om å formidle et inntrykk. Det er gjerne inntrykket, ikke det du sier, som blir sittende igjen.

Til sist er det viktig å understreke at å gi hensiktsmessige intervjuer krever trening. Medietrening er derfor en viktig del av beredskapstreningen.

Pressemeldinger, pressekonferanser og kunngjøringer

Nettavisenes kontinuerlige deadline gjør pressekonferanser mindre aktuelt enn tidligere. Nå handler det mer og mer om å gi den enkelte journalist en eksklusiv nyhet. Samtidig ser vi ved akutte hendelser at organisasjoner, for eksempel politiet, bruker pressekonferanser til å formidle informasjon til alle interesserte. Prinsippet om å behandle alle medier likt ivaretas på den måten. Også andre organisasjoner kan nok med fordel bruke pressekonferanse som verktøy ved akutte hendelser, kanskje særlig om man er objekteier.

Pressekonferanser arrangeres ved at pressen innbys, for eksempel gjennom NTB. Det kan være greit at det i alle fall er to representanter til stede i tillegg til den som leder pressekonferansen. Det gir mulighet til å gi ordet videre hvis man kommer ut av det. Man kan gjerne ha en profesjonell informasjonsrådgiver til å lede.

Det skrives ferdig en pressemelding på forhånd. Denne deles ut på pressekonferansen og sendes samtidig til NTB. Etter at den som leder har ønsket velkommen, begynner pressekonferansen med at hovedrepresentanten leser opp pressemeldingen og eventuelt knytter noen kommentarer til denne. Etter det er det vanlig å gi mulighet for spørsmål, ev. gi beskjed om spørsmål man ikke kommer til å svare på. I så tilfelle må man gi en begrunnelse for dette.

Det er hensiktsmessig å sette en tidsgrense for pressekonferansen.

Etter pressekonferansen er det mulig at tilstedeværende TV- og radiomedier vil ha intervjuer med representantene.

Et alternativ til en pressekonferanse er en *kunngjøring* eller såkalte "statments". Ved en kunngjøring kommer en representant frem, for eksempel til en talerstol, og sier eller leser opp en melding. Når den er avsluttet, går representanten uten at media får stille spørsmål. Man sier det man har å si og går. Formen har noe «statsmannsaktig» over seg og passer nok best ved de store ulykkene og katastrofene hvor det kan være behov for hyppige uttalelser. Skal kunngjøringsformen fungere, forutsetter den jo en viss forståelse for formen fra medias side.

Bruk av internett og sosiale medier

Internett er blitt den viktigste informasjonskanal i forbindelse med akutte hendelser. Folk har vent seg til at informasjon finnes på nettet og søker slik informasjon umiddelbart når noe skjer. Dette gjelder så godt som alle: journalister, egne ansatte, pårørende, berørte og befolkningen som helhet.

Riksaviser tar etter hvert konsekvensen av denne utviklingen og definerer nettutgavene sine som de viktigste informasjonskanalene for nyheter, mens i papirutgavene legger de mer vekt på oppfølgende stoff. En konsekvens av dette er at beredskapsorganisasjoner som er involvert i akutte hendelser bør legge ut faktainformasjon på nettet, raskt og kontinuerlig. På denne måten kan man ta bedre styring over informasjonsformidlingen.

Behovet for rask informasjon gjør at man som en del av planleggingen enten bør ha et eget nettsted klart eller ha forberedt et særskilt område på bedriftens eller organisasjonens nettsted som umiddelbart kan tas i bruk når hendelsen har skjedd. Det kan så enten legges en tydelig

link på hovedsiden eller, hvis hendelsen er stor og alvorlig nok, kan hovedsiden byttes ut med beredskapssiden/beredskapsnettstedet med link til den vanlige hovedsiden.

Dataverktøyet som brukes må være lett å håndtere og de personer som skal betjene det, må ha fått opplæring i bruken på forhånd. Det hjelper ikke å ha alt klart hvis den eneste som kan håndtere teknikken er på ferie. Under oppfølgingen av hendelsen må en eller flere personer avsettes til tilnærmet kontinuerlig oppdatering. Det er ikke tilstrekkelig at noen gjør dette «når de ikke har noen annet å gjøre». Når den situasjonen oppstår er det mye for sent.

Samtidig med at særskilte sider for hendelsen legges ut, er det viktig å gå gjennom innholdet på i alle fall de viktigste sidene på det vanlige nettstedet. Innhold som passet godt før hendelsen kan brått få en ubehagelig og utilsiktet mening. Det passer ikke like godt at fyrverkerifabrikken annonserer med «pangsalg» når deler av bedriften er skadet i en eksplosjonsulykke. Vasking av de viktigste nettsidene må derfor inngå i beredskapsplanen for informasjonsavdelingen.

I dag bruker det offentlige og mange organisasjoner/bedrifter sosiale medier som Facebook og Twitter som viktige informasjonskanaler for å få ut informasjon. Disse har i alle fall i praksis, langt på vei erstattet pressemeldingen som informasjonskanal. Også i kirkelige sammenhenger har vi jo mulighet til å bruke disse kanalene.

Vi ser dessverre i en del miljøer, særlig litt yngre, at man er vant til å formidle ting som skjer kontinuerlig og derfor fort kan legge ut meldinger om akutte hendelser og hva som har skjedd før informasjonen er kvalitetssikret og før den har fått gå de offisielle kanaler de skal gå, for eksempel ved død. Og oppdra til gode nettvettregler som ivaretar de funksjoner og begrensinger som samfunnet må ha ved større hendelser er viktig, og utfordrende.

Det er også verd å merke seg at det er lett å glemme at syns- og særlig hørselshemmede ikke har samme tilgang til informasjon som resten av befolkningen og lett kan oppleve seg satt utenfor. Informasjon på nett kan være et aktivt bidrag for å hjelpe på dette.

Kilde: Petter Skants; Omsorg i kriser, Gyldendal akademiske 2007



DEN NORSKE KIRKE

- en evangelisk-luthersk folkekirke



Foto: Finn Falke Thorp

Mer himmel på jord

Kirken vitner i ord og gjerning om frelse, frihet og håp i Jesus Kristus ved å være

bekjennende

Vi tilber og bekjenner troen på den treenige Gud sammen med den verdensvide kirke.

åpen

Vi viser barmhjertighet, deltakelse og respekt for mangfold.

tjenende

Vi viser barmhjertighet, fremmer rettferdighet og verner om skaperverket.

misjonerende

Vi vitner om Jesus Kristus lokalt og globalt.

I perioden 2019–2021 skal vi arbeide for at:

1. Gudstjenestelivet blomstrer.
2. Flere søker dåp og trosopplæring.
3. Kunst- og kulturuttrykk er en del av kirkelivet.
4. Kirken engasjerer seg i samfunnet.
5. Flere finner sin plass i kirkelig arbeid.
6. Kirken skaper trygge rom.
7. Kirken har en demokratisk og velfungerende organisasjon.

1 Gudstjenestelivet blomstrer:

- Gudstjenesten gir et møte med det hellige, med Gud.
- Gudstjenesten er et åpent, deltakende og inkluderende fellesskap.
- Gudstjenesten knytter oss til den verdensvide kirke.
- Kirken har visler der vi feirer kjærligheten, og ber om Guds velgjørelse over etteskapet.
- Kirken lar etterlatte møte omsorg og få oppleve en verdig gravferd.
- Kirken ivaretar og fornyer kirkemusikken.

2 Flere søker dåp og trosopplæring:

- Medlemmer i Den norske kirke bærer barna sine til dåpen.
- Alle døpte og tilhørende i alderen 0–18 år blir invitert til trosopplæring som gjør at de kjenner seg hjemme i kirken, og som gir kunnskap om kristen tro.
- Flere barn og unge deltar i barne- og ungdomsarbeid i menigheten og i de frivillige organisasjonene som er knyttet til kirken.
- Konfirmasjonstiden gir fellesskap og næring til tro og liv.
- Kirken legger til rette for mennesker med funksjonsnedsettelse.
- Aldersgruppen 18–30 år erfarer at kirken er relevant, livsnær og tilgjengelig.
- Kirken har trosopplæring for voksne.
- Kirken deler evangeliet gjennom ord, nærvær og handling, lokalt og globalt.
- Samisk kirkeliv er livskraftig og likeverdig og i stadig fornyelse og utvikling. Samisk språk og kultur blir ivarettatt i gudstjenestelivet og trosopplæringen.
- Kvensk språk og kultur blir ivarettatt i gudstjenestelivet og trosopplæringen.
- Tegnspråket og doves kultur blir ivarettatt i gudstjenestelivet og trosopplæringen.

3 Kunst- og kulturuttrykk er en del av kirkelivet:

- Kirken skaper rom for ulike uttrykk gjennom kunst og kultur, særlig for unge.
- Kirken arbeider målrettet med rekruttering innen kirkemusikk.
- Kirken er en relevant samarbeidspartner for kulturlivet ellers.
- Kirken som kulturarena er en bærebjelke i folkekirkens plass i samfunnet.
- Kirken er en aktiv forvalter av salmeskatten.

4 Kirken engasjerer seg i samfunnet:

- Kirken fremmer menneskeverd, fred, menneskerettigheter og vern om skaperverket.
- I samarbeid mellom menigheter og diakonale institusjoner fremmer kirken omsorg, rettferdighet og respekt.
- Kirken stimulerer mennesker til aktivt samfunnsengasjement.
- Kirken samarbeider med myndigheter, livssynssamfunn og ulike organisasjoner i sitt samfunnsoppdrag.
- Kirken er aktiv og synlig i media.
- Kirken styrker samarbeidet med skoler og barnehager.
- Kirken oppsøker og tilbyr fellesskap til de som er nye i Norge.
- Kirken fremmer religiondialog lokalt, regionalt og nasjonalt.

5 Flere finner sin plass i kirkelig arbeid:

- Kirken inspirerer til deltakelse i frivillig tjeneste.
- Kirken sikrer gode arbeidsforhold for sine frivillige og tilsatte.
- Kirken styrker rekruttering til kirkelig utdanning.
- Kirken medvirker til at flere søker kirkelige stillinger.

6 Kirken skaper trygge rom:

- Alle mennesker har ukrenkeleg verdi.
- Kirken deltar i arbeid mot undertrykkelse og alle former for vold og overgrep.
- Kirken fremmer språk for, og samtale om, grenser, makt og seksualitet.
- Kirken deltar i #metoo-bevegelsen, #torsdagerisvart og tilsvarende.

7 Kirken har en demokratisk og velfungerende organisasjon:

- Kirken har demokratiske ordninger som sikrer at den blir styrt i samsvar med sitt grunnlag og ønskene til kirkemedlemmene.
- Kirken styrker ungdomsdemokratiet, særlig lokalt og regionalt.
- Kirken utarbeider en kirkeordning som ivaretar både lokal tilknytning og helhetlig styring.



KOMMUNIKASJONSPLANER 2020

INGEBORG DYBVIG, KOMMUNIKASJONSDIREKTØR I KIRKERÅDET

Mer himmel på jorda

3 724 857
medlemmer



7500
ansatte

100 000
frivillige

1600
kirker



Mer himmel på jorda

MEDLEMSUNDERSØKELSEN 2019

- Hva tenker medlemmene våre om kirken?
- Hva betyr kirken for dem?
- Hva betyr kirkebygget og den kristne kulturarven?

- Nyanserte svar – vi skal være varsomme
- Kirken betyr mer enn vi tror
- Kirkebygget er inngangsporten

- Fortsatt info å hente ut
- Temperaturmålinger i 2020
- Ny undersøkelse 2021



DEN NORSKE KIRKE

Mer himmel på jorda

FORANKRING & SAMARBEID PÅ TVERS

Komm-avdelingens overordnede årsplan:

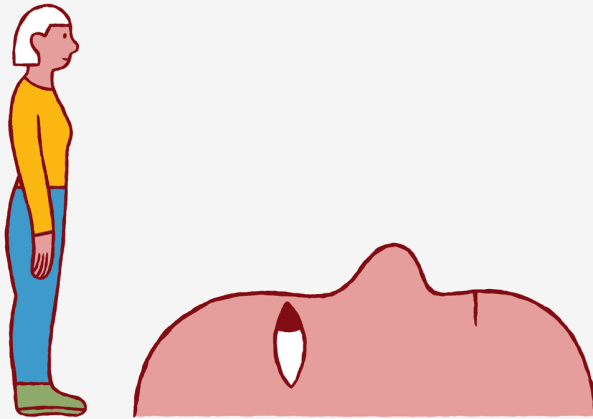
- Bygger på Kirkerådets årsplan med satsingsområder/hovedprioriteringer
- Ulike kampanjer og satsinger forankres i ulike fora, som KR, BM, stiftsdirektørmøter, KA, kirkevergelag
- Tett samarbeid med kommunikasjonsmedarbeidere på bispedømme- og fellesrådsnivå



DEN NORSKE KIRKE

Mer himmel på jorda

KIRKEN SKAL (FORTSATT) VÆRE DER FOLK ER

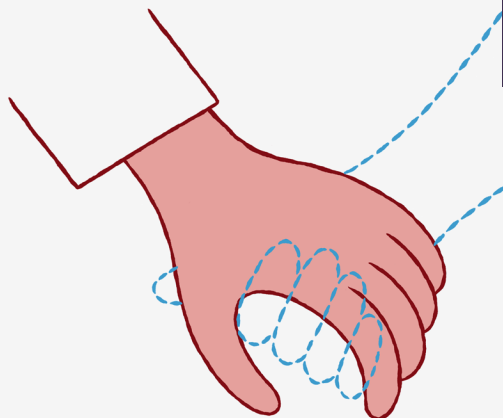


- ... som en naturlig del av deres digitale liv
- ... på en måte som mennesker ser, berøres av og kan relatere seg til



DEN NORSKE KIRKE

Mer himmel på jorda



KIRKE PÅ NETT - FOKUS 2020

- Historiefortelling
- Språk og tone
- Økt bruk av video, animasjon, strømming
- Mer kursing
- Visuell strategi – bedre bilder
- Flere interaktive tjenester



DEN NORSKE KIRKE

Mer himmel på jorda

KIRKE PÅ NETT - KONKRET

KIRKEN.NO:

- Innholdsgjennomgang – nye tekster
- Videofortellinger

KIRKEBAKKEN:

- Kurs, videobruksanvisninger
- Veien videre

RESSURSBANKEN:

- Ny og bedre på innhold og brukervennlighet
- Samle alt ressursmaterieil
- Ny grafisk utforming – bedre synliggjøring

FORNYE/FORBEDRE SOME-STRATEGIER:

- Bruke medlemsundersøkelsen
- Mer skreddersøm ift ulike målgrupper

PODCAST:

- «Søndagsskole for voksne»

NETTPREST:

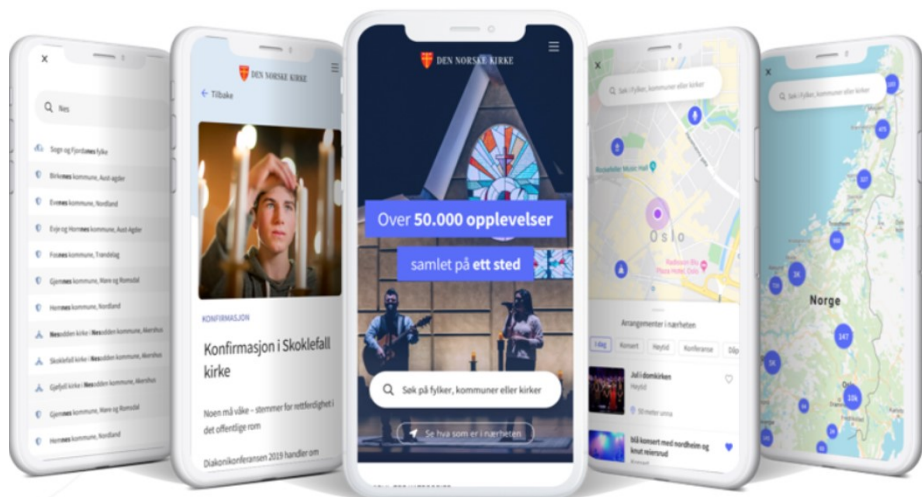
- Tettere samarbeid med Sjømannskirken
- «APP»:



DEN NORSKE KIRKE

Mer himmel på jorda

«APP»: HVA SKJER I KIRKEN?

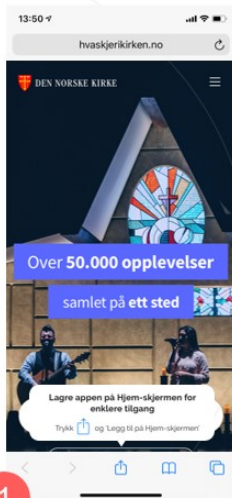


PROGRESSIV WEBAPPLIKASJON:

- Nettside og mobilapplikasjon – «app»
- Tilgjengelig på alle plattformer
- Fleksibel løsning
- Ikke ekstra-arbeid for menighetene

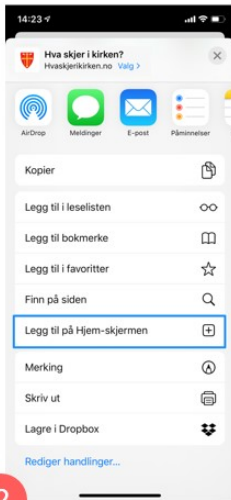
Mer himmel på jorda

«APP»: HVA SKJER I KIRKEN? 2



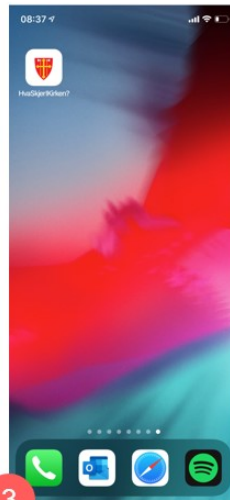
1

Boble informerer hvordan man kommer i gang med å lage nettsiden til app.



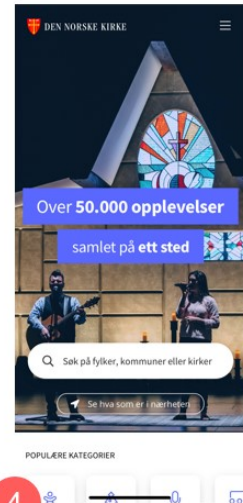
2

Bruker trykker på «Legg til på Hjem-skjermen»



3

Ny app med nettsidens logo og sidetittel dukker opp på Hjem-skjermen



4

Nettsiden åpnes nå i fullskjerm, uten netleser-attributtene



DEN NORSKE KIRKE

Mer himmel på jorda

KAMPANJE-/KOMMTILTAK 2020

Langsiktig planlegging og forankring ...

- Hva med påske- og drop in dåp-kampanje, vigsel?

Høytider, merkedager

- Digitalt
- Bruke «Rom for deg»-konseptet
- Utvikle ressurser nasjonalt til bruk lokalt



Mer himmel på jorda

ALLE HELGEN: ÅPNE KIRKER

- Bruke erfaringene fra i år til enda bedre opplegg neste år
- Tett kontakt og samarbeid med kirkeverger, proster, kommunikasjonsfolk
- Gjenbruk av materiell fra 2019
- Medieplan med ferdige saker til lokal-, regional- og nasjonale medier



Mer himmel på jorda

ADVENT/JUL: VIDEO

- Juleevangeliet 2019: 420.000 visninger – tallet øker fortsatt
- Rekord antall delinger og engasjement
- Gjenta – med en vri:
- Tidlig planlegging
- Bedre geografisk fordeling
- Mer detaljert medierigg rundt og flere synergiuttak



DEN NORSKE KIRKE

Mer himmel på jorda

Juli 2020

PROSJEKT KIRKEN TILSTEDE

Idé- og koordineringsgruppe:
Medlemmer fra bispedømmekontorer, fellesråd, KR's sekretariat og eksterne

Olavsfest

Juli 2020

- Prosjektgruppe med Nidaros bdkontor, Trondheim krk fellesråd, prestejeneste og KR.
- Tett samarbeid med Olavsfest-org

Arendalsuka

August 2020

- Prosjektgruppe med A&T bdkontor, krk fellesråd, prestejeneste og KR.
- Samarbeid KN og Sjømannskirken

TIFF

Januar 2020

- Prøveprosjekt i år – større satsing 2021
- Prosjektgruppe med bispedømmekontor, domkirken, fellesråd, Samisk kirkeråd og KR

**Søndags-
skole for
voksne**

Høst 2020

- Ny satsing – podcast og video
- Prosjektgruppe «på tvers»

**Rom for
refleksjon-
samtaler****Frokostmøter**

Kontinuerlig

- Forskningsresultater, belyse aktuelle saker
- Kan også kjøres fra andre steder enn Oslo – strømmes til alle

**DEN NORSKE KIRKE**

MAL for kommunikasjonsplan for fellesråd og menigheter i Stavanger bispedømme

Hensikt: å strukturere og målrette kirkens informasjon og kommunikasjon.

Planen kan omfatte følgende områder:

1. **Verdigrunnlaget** for vår kommunikasjon - Hva ligger bak informasjonen?
2. **Målgrupper** for vår kommunikasjon - Hvem skal vi informere?
3. **Hva** skal vi kommunisere **hvor** – i hvilke kommunikasjonskanaler?
4. Ansvars- og rollefordeling for informasjonen - **Hvem** skal informere?

1. Menighetens verdigrunnlag

Menighetens visjon: *Eks: Mer himmel på jord*

Menighetens strategi: *Eks fra Stavanger bispedømme: Vi vil være en kirke som*

Tror - vi vil inspirere til å søke kilder til tro

Byr seg – vi vil se, engasjere oss og vise omsorg

Åpner - vi vil være en kirke med rom for alle

Deler - vi vil være engasjerte, livsnære og tydelige formidlere

Inviterer – vi vil skape gode fellesskap

Med dette grunnlaget skal følgende verdier prege kommunikasjonsarbeidet vårt: **(bør jobbes fram lokalt)**

For eksempel:

Imøtekommenhet – vi er åpne, tilgjengelige, tydelige og hjelpsomme. Vi svarer på henvendelser.

Respekt – vi anerkjenner alle menneskers verdighet og ulikheter. Vi bruker et inkluderende språk som bygger fellesskap og skaper dialog.

Kvalitet – kommunikasjonsarbeidet preges av profesjonalitet, godt språk, gode bilder. Vi kommuniserer relevant, meningsfullt og korrekt.

Kreativitet – kommunikasjonsarbeidet utvikles stadig både i form og innhold. Vi bruker de kanaler og muligheter som er tjenlige for å få budskapet fram.

Engasjement – vår kommunikasjon skal både speile kirkens engasjement, og inspirere til engasjement og handling og gi næring til tro og håp.

2. Målgrupper for vår kommunikasjon - Hvem skal vi informere

- Ansatte i menigheten
- Frivillige medarbeidere og rådsmedlemmer
- Medlemmer i menigheten
- Offentligheten gjennom medier og møtepunkt i lokalsamfunnet

3. Aktuelle kommunikasjonskanaler – Hva skal vi kommunisere hvor?

Hva	Hvor
Vår virksomhet – aktiviteter og endringer <ul style="list-style-type: none"> • Kirkelige handlinger • Barne og ungdomstiltak • Kultur • Diakoni • 	
Våre verdier og standpunkt <ul style="list-style-type: none"> • Uttalelser fra ansatte, vedtak og ytringer 	
Vedtak og saksdokumenter <ul style="list-style-type: none"> • Fra fellesråd og menighetsråd 	
Informasjon om ansatte og tillitsvalgte <ul style="list-style-type: none"> • Stillinger, kontaktinfo 	
Informasjon om kirkens tjenestetilbud <ul style="list-style-type: none"> • Dåp, konfirmasjon, bryllup, begravelse 	
Ressurser for tilsatte og frivillige <ul style="list-style-type: none"> • Planer, skjema, regler og rutiner, faglig materiell, håndbøker 	
Kalender <ul style="list-style-type: none"> • Oversikt over gudstjenester, aktiviteter og arrangement 	

4. Ansvars- og rollefordeling for informasjonen - Hvem skal informere?

Sokneprest hovedansvarlig for det teologiske og verdimesige

Daglig leder hovedansvarlig for informasjon om organisasjonen

Ansatte uttaler seg i samråd med daglig leder/sokneprest om sine fagområder

Menighetsrådsleder uttaler seg om beslutninger tatt av menighetsrådet

Tillitsvalgte uttaler seg i samråd med daglig leder/sokneprest om sine områder

Kirkeverge/daglig leder/menighetsrådsleder er ansvarlig redaktør for menighetens nettsider og sosiale medier.

Hvem er redaktører for

Hjemmesider:

Intranett:

Facebook:

Instagram:

Snap/youtube/tiktok med mer:
Førstelinje-kommunikasjon/sentralbord:

Felles ansvar: Kommunikasjonsansvar følger prosjektansvar. Hver ansatt har ansvar for å viderebringe informasjon til redaktører om ens ulike arbeidsområder og prosjekter, samt sikre at ens fagområde alltid er oppdatert på nettsider med mer.

Eksempler på vedlegg

“Markedsføre et arrangement?” Steg til god kommunikasjon

Menighetens publiseringsplan for sosiale medier (mal/skjema)

Menighetens årsplan med satsingsområder for kommunikasjon

Kommunikasjonsstrategi for Stavanger bispedømme

HVA er budskapet?

Den norske kirkes **visjon**: *Mer himmel på jorda*

Strategi for kirken i Stavanger bispedømme

Tror - vi vil inspirere til å søke kilder til tro

Bryr seg – vi vil se, engasjere oss og vise omsorg

Åpner - vi vil være en kirke med rom for alle

Deler - vi vil være engasjerte, livsnære og tydelige formidlere

Inviterer – vi vil skape og invitere til gode fellesskap

Verdier for arbeidet på Stavanger bispedømmekontor skal også gjelde kommunikasjonsarbeidet vårt:

- ✓ *Imøtekommenhet* – vi er åpne, tilgjengelige, tydelige og hjelpsomme. Vi svarer på henvendelser.
- ✓ *Respekt* – vi anerkjenner alle menneskers verdighet og ulikheter. Vi bruker et inkluderende språk som bygger fellesskap og skaper dialog.
- ✓ *Kvalitet* – kommunikasjonsarbeidet preges av profesjonalitet, godt språk, gode bilder. Vi kommuniserer relevant, meningsfullt og korrekt.
- ✓ *Kreativitet* – kommunikasjonsarbeidet utvikles stadig både i form og innhold. Vi bruker de kanaler og muligheter som er tjenlige for å få budskapet fram.
- ✓ *Engasjement* – vår kommunikasjon skal både speile kirkens engasjement, og inspirere til engasjement og handling og gi næring til tro og håp.

Oppgaver og ansvar

Biskopen er hovedansvarlig for kommunikasjonen om det teologiske og verdimeslige, samt for offentlige uttalelser om ledelse av prestedtjenesten og om saker som vedrører tilsynet med ansatte, tillitsvalgte og menigheter.

Stiftsdirektøren er hovedansvarlig for kommunikasjon om organisasjonen og informasjon om økonomi og administrasjon.

Lederen av bispedømmerådet uttaler seg om beslutninger tatt av bispedømmerådet. **Lederen av ungdomsrådet** uttaler seg om beslutninger og resolusjoner fra ungdomsrådet.

Avdelingsledere ved bispedømmekontoret har ansvar for saksopplysninger og vurderinger innenfor sitt fagområde, og kan be andre i avdelingen om å uttale seg/informere om dette.

Rådgivere og konsulenter ved bispedømmekontoret kan gi saksopplysninger og vurderinger innenfor sitt fagfelt i forståelse med nærmeste overordnede.

Proster og prester har informasjonsplikt etter offentlighetsloven og rett til å uttale seg om aktuelle spørsmål. De er samtidig forpliktet på ordinasjonsløfte, tjenesteordninger og personvernbestemmelser. **Prostene** har et særlig ansvar for å synkronisere sin kommunikasjon med biskopen. Av prestene forventes det at de opptrer ryddig som kirkelige representanter og tar opp interne utfordringer i rette fora. Det forventes også at de opptrer klokt i forhold til å ivareta presterollen i offentlig kommunikasjon.

HVA	Nett	Sos. media	Intra-nett	PM	Kronikk	Nyhetsbrev
Vår virksomhet <ul style="list-style-type: none"> Biskopens virksomhet (feks. vigseling, visitaser, reiser, vennskaps-bispedømmer) Bispedømmerådets virksomhet (feks. årsrapport, nyheter fra vedtak) Ungdomsrådets virksomhet (feks. vedtak, resolusjoner, fokustema) Menighetenes virksomhet (feks. jevnlig gjemt fra menighetene på nettsidene, nyheter, fokustema) Den norske kirkes virksomhet (feks. kirkevalg, endringer i organisasjoner, Kirkemøtet, kirkeåret) 						
Våre verdier og standpunkt <ul style="list-style-type: none"> Biskopens taler, foredrag, innlegg Bispedømmerådets vedtak (verdier, standpunkt, samfunnsdebatten, kirkepolitiske spørsmål) Kirkens budskap og tro Strategiplan for Stavanger bdr 						
Vedtak og saksdokumenter <ul style="list-style-type: none"> Bispedømmerådets vedtak og saksdokumenter. 						
Personal: Søkerlister, tilsettinger, presentasjon av nyansatt <ul style="list-style-type: none"> Søkere og tilsatte i Stavanger bispedømmeråd (prester og administrasjon) 	X	X	X	X	X	X
Postjournaler	X					
Informasjon om kontorets ansatte <ul style="list-style-type: none"> Stillinger, kontaktinfo 	X					
Informasjon om kirkenes tjenestetilbud <ul style="list-style-type: none"> Dåp, konfirmasjon, bryllup, begravelse 	X	X	X	X	X	X
Informasjon om å jobbe i kirken <ul style="list-style-type: none"> Kirken som arbeidsplass Ledige stillinger 	Alle passende kanaler aktuelle, i noe ulik grad					
Ressurser for tilsatte og menigheter <ul style="list-style-type: none"> Planer, skjema, regler og rutiner, faglig materiell, håndbøker 	X		X			X
Kalender <ul style="list-style-type: none"> Oversikt over arrangement, kurs og tilbud 	X	X	X			X

Kommunikasjonsstrategi for Stavanger bispedømmeråd

Juni 2020

Målet med strategien

Hensikten med strategien er å styrke kvaliteten på kommunikasjonsarbeidet i Stavanger bispedømme. Strategien skal være et verktøy for å strukturere og målrette informasjon og kommunikasjon fra Stavanger bispedømme.

HVORFOR skal kirken kommunisere?

✓ Kommunikasjon og informasjon er en del av kirkens kjernevirksomhet.

«Hvor fagert det er når den som bringer gledesbud kommer løpende over fjell, melder fred og bærer godt budskap.» (Jes. 52,7)

«Gå derfor og gjør alle folkeslag til disipler: Døp dem til Faderens og Sønnens og Den hellige ånds navn og lær dem å holde alt det jeg har befalt dere.» (Matt. 28,19)

✓ Bispedømmerådets formål: *Vekke og nære det kristelige livet i menighetene.*

For å oppfylle formålet må vi kunne nå ut med ulike budskap på en god måte, samt være mottakelige for tilbakemeldinger og dialog. Slik skaper de ulike rådsnivåene sammen kirkens kommunikasjon, både internt og utadrettet.

Visjon og verdier

HVA er budskapet?

Den norske kirkes **visjon**: *Mer himmel på jorda*

Strategi for kirken i Stavanger bispedømme

Tror - vi vil inspirere til å søke kilder til tro

Bryr seg – vi vil se, engasjere oss og vise omsorg

Åpner - vi vil være en kirke med rom for alle

Deler - vi vil være engasjerte, livsnære og tydelige formidlere

Inviterer – vi vil skape og invitere til gode fellesskap

Kommunikasjon er et verktøy for å understøtte de sju hovedpunktene i **Kirkemøtets visjonsdokument**.

I perioden 2019–2021 skal vi arbeide for at:

- 1 - Gudstjenestelivet blomstrer.
- 2 - Flere søker dåp og trosopplæring.
- 3 - Kunst- og kulturuttrykk er en del av kirkens liv.
- 4 - Kirken engasjerer seg i samfunnet.
- 5 - Flere finner sin plass i kirkelig arbeid.
- 6 - Kirken skaper trygge rom.
- 7 - Kirken har en demokratisk og velfungerende organisasjon.

Verdier for arbeidet på Stavanger bispedømmekontor skal også gjelde kommunikasjonsarbeidet vårt:

- ✓ *Imøtekommenhet* – vi er åpne, tilgjengelige, tydelige og hjelpsomme. Vi svarer på henvendelser.
- ✓ *Respekt* – vi anerkjenner alle menneskers verdighet og ulikheter. Vi bruker et inkluderende språk som bygger fellesskap og skaper dialog.
- ✓ *Kvalitet* – kommunikasjonsarbeidet preges av profesjonalitet, godt språk, gode bilder. Vi kommuniserer relevant, meningsfullt og korrekt.
- ✓ *Kreativitet* – kommunikasjonsarbeidet utvikles stadig både i form og innhold. Vi bruker de kanaler og muligheter som er tjenlige for å få budskapet fram.
- ✓ *Engasjement* – vår kommunikasjon skal både speile kirkens engasjement, og inspirere til engasjement og handling og gi næring til tro og håp.

HVORDAN kommuniserer vi?

Strategisk kommunikasjon – kommunikasjon er et av mange verktøy for å nå organisasjonens visjoner og mål.

Internkommunikasjon – informasjonsflyten og utvekslingen av ideer og synspunkter mellom ledere og medarbeidere, og også kommunikasjonen mellom enkeltpersoner og grupper på forskjellige nivåer og i ulike enheter eller deler av organisasjonen.

Omdømme - bygges innenfra, i intern og ekstern kommunikasjon, og gjennom:

Mediekontakt – samarbeidspartner både når det gjelder informasjon og omdømme.

Til HVEM?

Ansatte i Den norske kirke i Stavanger bispedømme, både i BDR og fellesråd

Frivillige og tillitsvalgte

Medlemmer i Den norske kirke

Medier lokale, regionale og nasjonale

Offentligheten

Samhandling

Kommunikasjon i og fra Stavanger bispedømme skjer ikke i et vakuum, men i samhandling med både menigheter, fellesråd, andre bispedømmer og Kirkerådet.

Vi tar del i nasjonale kampanjer, samarbeider både lokalt og regionalt og ser det som en viktig oppgave å koordinere og legge til rette for kommunikasjonskampanjer som gjelder hele Den norske kirke. Viktige samhandlingspunkt for å få til dette er blant annet jevnlig kontakt med menighetsråd, aktivt bruk av kommunikasjons-nettverk lokalt og regionalt, samt deltakelse i nasjonale forum.

Sammenfattet:

Vi forteller gode historier om og fra Stavanger bispedømme, og om hvordan visjonen vår blir satt ut i live. Vi løfter fram soknene med positive fortellinger om kirke og menighetsliv, om ansatte og frivillige. Vi formidler nåde og godhet.

Hva kommuniserer vi hvor? Hvilket stoffområde skal ut i hvilken kanal.

HVA	Nett	Sos. media	Intra-nett	PM	Kro-nikk	Nyhets-brev
Vår virksomhet <ul style="list-style-type: none"> Biskopens virksomhet (feks. vigsling, visitaser, reiser, vennskaps-bispedømmer) Bispedømmerådets virksomhet (feks. årsrapport, nyheter fra vedtak) Ungdomsrådets virksomhet (eks. vedtak, resolusjoner, fokustema) Menighetenes virksomhet (feks. jevnlig glimt fra menighetene på nettsidene, nyheter, fokustema) Den norske kirkes virksomhet (feks. kirkevalg, endringer i organisasjoner, Kirkemøtet, kirkeåret) 	Alle kanaler aktuelle, i noe ulik grad avhengig av sak.					
Våre verdier og standpunkt <ul style="list-style-type: none"> Biskopens taler, foredrag, innlegg Bispedømmerådets vedtak (verdier, standpunkt, samfunnsdebatten, kirkepolitiske spørsmål) Kirkens budskap og tro Strategiplan for Stavanger bdr 	Alle kanaler stort sett aktuelle, i noe ulik grad avhengig av sak.					
Vedtak og saksdokumenter <ul style="list-style-type: none"> Bispedømmerådets vedtak og saksdokumenter. 	Alle kanaler stort sett aktuelle, i noe ulik grad avhengig av sak.					
Personal: Søkerlister, tilsetninger, presentasjon av nyansatt <ul style="list-style-type: none"> Søkere og tilsatte i Stavanger bispedømmeråd (prester og administrasjon) 	X	X	X	X		X
Postjournaler	X					
Informasjon om kontorets ansatte <ul style="list-style-type: none"> Stillinger, kontaktinfo 	X					
Informasjon om kirkens tjenestetilbud <ul style="list-style-type: none"> Dåp, konfirmasjon, bryllup, begravelse 	X	X		X	X	
Informasjon om å jobbe i kirken <ul style="list-style-type: none"> Kirken som arbeidsplass Ledige stillinger 	Alle passende kanaler aktuelle, i noe ulik grad.					
Ressurser for tilsatte og menigheter						

<ul style="list-style-type: none"> Planer, skjema, regler og rutiner, faglig materiell, håndbøker 	X		X			X
Kalender <ul style="list-style-type: none"> Oversikt over arrangement, kurs og tilbud 	X	X	X			X

Fordeling av informasjonsoppgaver og ansvar

Biskopen er hovedansvarlig for kommunikasjonen om det teologiske og verdimeslige, samt for offentlige uttalelser om ledelse av prestedtjenesten og om saker som vedrører tilsynet med ansatte, tillitsvalgte og menigheter. (Jfr. tjenesteordning for biskoper §§ 1 og 2).

Stiftsdirektøren er hovedansvarlig for kommunikasjon om organisasjonen, samt for informasjon om det økonomiske og administrative.

Lederen av bispedømmerådet uttaler seg om beslutninger tatt av bispedømmerådet.

Lederen av ungdomsrådet uttaler seg om beslutninger og resolusjoner fra ungdomsrådet.

Avdelingsledere ved bispedømmekontoret har ansvar for saksopplysninger og vurderinger innenfor sitt fagområde, og kan be andre i avdelingen om å uttale seg/informere om dette.

Rådgivere og konsulenter ved bispedømmekontoret kan gi saksopplysninger og vurderinger innenfor sitt fagfelt i forståelse med nærmeste overordnede.

Proster og prester har informasjonsplikt etter offentlighetsloven og rett til å uttale seg om aktuelle spørsmål. De er samtidig forpliktet på ordinasjonsløfte, tjenesteordninger og personvernbestemmelser. Prostene har et særlig ansvar for å synkronisere sin kommunikasjon med biskopen. Av prestene forventes det at de opptre ryddig som kirkelige representanter og tar opp interne utfordringer i rette fora. Det forventes også at de opptre klokt i forhold til å ivareta presterollen i offentlig kommunikasjon.

Ansvar for hjemmesider, intranett, sosiale medier og førstelinje-kommunikasjon

Stiftsdirektøren er ansvarlig redaktør for nettsidene www.kirken.no/stavanger

- Kommunikasjonsrådgiver har det daglige redaktøransvaret for hjemmesidene, samt bispedømmets Facebookside.
- Biskop og kommunikasjonsrådgiver har felles redaktøransvar for biskopens Facebookside.
- Det vurderes å opprette en redaksjonsgruppe som kan bidra med innspill og vurdering av det som publiseres på hjemmesider og i sosiale medier.
- Kommunikasjonsrådgiver er daglig redaktør for intranettsidene til bispedømmet. Andre kan publisere her i samråd med kommunikasjonsrådgiver eller avdelingsleder.

- Sentralbordfunksjonen skal være gjennomtenkt og godt organisert.
- Alle ansatte ved bispedømmekontoret har et grunnleggende ansvar for kommunikasjonsarbeidet på sitt fagområde, for eksempel for å melde aktuelle saker til kommunikasjonsrådgiver, bruke kommunikasjon aktivt som verktøy i arbeidet og tenke mottakerorientert i kommunikasjonen.

Eksisterende og planlagte vedlegg til strategien

1. Strategi for Stavanger bispedømme
2. Årsplan 2020 Stavanger bispedømme
3. Retningslinjer for bruk av SoMe
4. Beredskapsplan sjekklister ved mediehandtering
5. Møte med medier ved katastrofer og ulykker
6. Visjonsdokument for Dnk
7. Kommunikasjonsplan 2020 for Dnk
8. Mal for kommunikasjonsplan for menigheter i Stavanger bispedømme
9. Strategiplan Stavanger bdr kortversjon
10. Plan for hjemmesider (produseres)
11. Plan for Stavangers del av Kirkebakken (produseres når intranettet revideres)
12. Plan for SoMe (produseres)
13. Årshjul for kommunikasjonsarbeidet (produser)

Stiftsdirektørens rapport juni 2020

Personal

Oppstart i tjeneste

Ole Amund Halvorsen Gaustad tiltrådte som kapellan i Haugaland prosti, med særskilt tjeneste i Rossabø sokn og Skåre sokn, den 1. mai 2020.

Ove Sjørusen tiltrer som prosti i Karmøy prosti den 20. juli 2020.

Nadine Vaagen tiltrer som prostiprest i Sandnes prosti, med særskilt tjeneste i Gand sokn og Ganddal menighetsfellesskap, den 1. august 2020.

Yngvar Nilsen går over i fast stilling som sokneprest i Jæren prosti, med særskilt tjeneste i Time sokn, den 1. august 2020.

Just Salvesen tiltrer som sokneprest i Jæren prosti, med særskilt tjeneste i Klepp sokn, den 1. september 2020.

Tor Egil Eriksen tiltrer som sokneprest i Haugaland prosti, med særskilt tjeneste i Bokn sokn og Tysvær sokn, den 1. september 2020.

Avslutning av tjeneste

Ove Sjørusen slutter i stillingen som sokneprest i Karmøy prosti, med særskilt tjeneste i Veavågen sokn, den 19. juli 2020.

Just Salvesen slutter i stillingen som sokneprest i Tungenes prosti, med særskilt tjeneste i Tananger sokn, den 31. august 2020.

Tor Egil Eriksen slutter i stillingen som sokneprest i Tungenes prosti, med særskilt tjeneste i Hesby sokn, den 31. august 2020.

Stillingsendring

Torbjørn Hestnes har gått fra stillingen som sokneprest i Stavanger domprosti, med særskilt tjeneste i Stokka sokn, til stillingen som sokneprest i Dalane prosti, med særskilt tjeneste i Sokndal sokn, den 1. juni 2020.

Terje Engstrøm går fra stillingen som sokneprest i Tungenes prosti, med særskilt tjeneste i Sjernarøy sokn og Talgje sokn, til stillingen som sokneprest i samme prosti, med særskilt tjeneste i Hesby sokn, den 1. september 2020.

Vikariater

Margun Pettersen fortsetter vikariatet i 20 % stilling som kulturmedarbeider ved Stavanger bispedømmekontor fra 1. juli til 31. desember 2020.

Teologistudent Aksel Johan Lund skal ha sommerjobb som prestevikar i Karmøy prosti i perioden 15. juni til 16. august 2020.

Teologistudent Jon Olav Meling Kvamsøy skal ha sommerjobb som prestevikar i Haugaland prosti i perioden 29. juni til 2. august 2020.

Teologistudent Rolv Henrik Øye skal ha sommerjobb som prestevikar i Ryfylke prosti i perioden 29. juni til 2. august 2020.

Teologistudent Anders Primstad skal ha sommerjobb som prestevikar i Ytre Stavanger prosti i perioden 20. juli til 23. august 2020.

Tracy Jane Rishton skal vikariere i 50 % stilling som prostiprest i Sandnes prosti i perioden 1. august til 31. desember 2020. Det meste av stilingen er knyttet til Gand sokn og Ganddal menighetsfellesskap.

Anne Berit Mathisen skal vikariere i 60 % stilling som prostiprest i Sandnes prosti i perioden 1. august til 31. desember 2020. Halvparten av stilingen er knyttet til Bogafjell sokn.

Stedfortredende LRS-prest

Stavanger biskop er representert i Sør-Vest politidistrikt sin LRS (lokal redningsentral) med en prest i en rådgivende funksjon. LRS-prest er for tiden Bjarte Hetlebakke, sokneprest i Gjesdal sokn.

Stedfortredende LRS-prest, Øyvind Tjelle, sokneprest i Gausel sokn, har bedt seg løst fra sitt verv.

Stavanger biskop har utpekt Anne Margrethe Ree Sunde, prest i Ukirke, som ny stedfortredende LRS-prest.

Kirken i en tid med pandemi i samfunnet

Korona pandemi preger hverdagen vår fremdeles. Det preger også kirkens arbeid i stor grad.

Gleder er derfor stor over at vi kan åpne samfunnet litt igjen, og det kjennes godt å kunne åpne dørene for flere til gudstjenester, kirkelige handlinger og arrangement. Menighetene jobber svært godt med å legge til rette for at det skal være trygt å komme til kirken. Smittevernveiledere for mange typer arrangement og samlinger i menighetene er på plass, se mer info om det her:

<https://kirken.no/nb-NO/infotilmedarbeidere/>

Pilegrim

Pilegrimsturer sommeren 2020

Det var planlagt 3 pilegrimsturer i sommer. Vi måtte dessverre avlyse turen fra Stavanger til Bergen med båten Caroline på grunn av korona-restriksjonene. Men turen til Røldal går som planlagt har og nå 20 påmeldte, og turen fra Egersund til Stavanger med 17 påmeldt og noen på venteliste.

Merking

Det arbeides med å få på plass merking av Kystpilegrimsleden fra Egersund til Stavanger. Dette organiseres av regionalt pilegrimssenter på Avaldsnes som jobber med å få til avtaler med den enkelte kommune. Merking i Stavanger kommune, 5 km fra Sola til Stavanger domkirke, er på plass!

Boklansering

Reisehåndboken for Kystpilegrimsleia er nå ferdig og det blir boklansering i Byparken torsdag 18. juni kl 10:30. Det gleder vi oss til!

Strategi- og handlingsplan

Pilegrimsutvalget har startet arbeidet med å lage ny strategi- og handlingsplan for pilegrimsarbeidet i Stavanger bispedømme. 20. mai hadde utvalget en dag sammen på Utstein Pilegrimsgard. Tidligere prost Kjetil Aano og tidligere domprost Berit Andersen var invitert med som ressurspersoner og bidrog med gode bidrag og inspirasjon.

Kultur

Stavanger 2025

Arbeidet med jubileet i 2025 går sin gang og er både spennende og utfordrende. Vi er i en fase hvor ideer og muligheter dukker opp, løftes fram og meldes inn fra ulike hold. Det er mange mulige samarbeidsparter og mange som kan være med å bidra. Det er veldig inspirerende samtidig som det er utfordrende å finne en god struktur for selve arbeidet.

Hans Nielsen Hauge 2021

Hauge ble født 3. april 1771 og vi ønsker å være med å feire 250-års jubileum for hans fødsel. Hans Nielsen Hauge var en aktiv mann som beveget seg i store deler av landet, også i Rogaland. Vi har startet et samarbeid med Tor Øyvind Skeiseid og Ryfylke livsgnist med tanke på å benytte mulighetene som ligger i jubileet til å løfte fram verdier, tema og samarbeid med aktører utenfor kirken som f.eks. næringsforeninger, NHO og Bymisjonen. Dette berører diakoni, misjon, inkludering, kultur mm.

Åpne kirker

Det er sendt e-post til kirkeverger og menighetskontor med oppfordring om å finne ordninger for å holde kirkene åpne i sommer. E-posten inneholde både konkrete tips til hva en bør tenke igjennom og hvordan en kan tilrettelegge for et godt møte med en åpen kirke. Sjekk gjerne sommerkirken.no.

Misjon

«Sammen som kirke i hele verden» er en landsdekkende solidaritetsaksjon som startet i pinsen og varer til St.Hans.

"Sammen som kirke i hele verden" ønsker å bidra til å bevisstgjøre menighetene på sin globale tilhørighet og forpliktelse. I tillegg er det et mål å samle inn penger som kan styrke det diakonale arbeidet som samarbeidskirker rundt om i verden står i.

«Sammen som kirke i hele verden» er en solidaritetsaksjon med søsterkirker og partnere som er rammet hardt av korona-pandemien. I aksjonen samarbeider vi med de misjonsorganisasjonene som utgjør SMM organisasjonene, og deres verdensvide nettverk av søsterkirker

Aksjonen ble initiert av Agder og Telemark bispedømme i samarbeid med daglig leder for SMM, Knut Hallen. Alle bispedømmer har vært orientert om aksjonen og gradvis har alle sluttet seg til og oppmuntret menighetene til å bli med i aksjonen. Den 15.06 hadde 131 menigheter sluttet seg til aksjonen, deriblant 18 i Stavanger bispedømme.

Responser fra menighetene har vært positiv, men vi forstår også at det kan være utfordrende å bli med på så kort tidspunkt. Samtidig håper vi flere menigheter vil slutte seg til aksjonen.»

Inkluderende kirkeliv

Etter en vår med mye usikkerhet, utrygghet og lite aktivitet, ser vi nå at menigheter og tiltak begynner å planlegge høstsemesteret mer «som normalt».

Semesterplaner og datoer for ulike klubber og tiltak begynner å komme på plass, og avtaler om besøk og deltakelse gjøres.

Fellesarrangementer som Høsttakkefester i nord- og sør fylket er inne i programmet, og vi begynner også å legge planer for våren-21.

Samtidig vil det ennå være usikkerhet rundt hvordan alt blir, og hvilke rammer vi kan ha.

Vi har derfor jobbet sammen i Inkluderingsrådgivergruppa på landsplan med en «tilleggsveileder» for Smittevern, særskilt rettet mot arbeid for vår spesifikke målgruppe.

Denne er jobbet med i samarbeid med Kirkerådet, og er nettopp klarert for bruk der.

Den er nå lagt ut under korona-informasjonen på kirken.no her:

<https://kirken.no/nb-NO/infotilmedarbeidere/info%20til%20medarbeidere/tilrettelagte%20felleskap/>

Vi vil nå kunne sende denne ut til våre lokale ansatte og frivillige, og også bruke den som et ressursdokument når arbeid skal startes opp igjen etter sommeren.

Så sender vi også i disse dager ut en hyggelig sommerhilsen til mange av våre tur-deltakere og andre brukere og pårørende vi har nær kontakt med.

Medarbeiderdag 2020

Annet hvert år pleier vi å ha en felles dag for alle tilsatte i kirkene i Stavanger bispedømme. Den 11. juni var det planen å samle mellom 500-600 medarbeider i Frøyland og Orstad kirke. Pga Koronatiltakene valgte vi å ha en digital medarbeiderdag med direktesending fra Frøyland og Orstad kirke. Overskriften var:

Motivasjon, fellesskap og glede

i en tid full av endring

Vi anbefalte at stabene samlet seg i passende lokaler for å se på sendingen sammen.

Det var et allsidig program. Kantor Gro Årsvoll og Maren Sofia Årsvoll bidro med nydelig musikk, coach og kommunikator Morten Helliesen snakket om det å leve med hjemmekontor og store endringer, komiker Rune Bjerga utfordret oss på hvordan vi som kirke kommuniserer og hadde noen humoristiske betraktninger om egen og andres kommunikasjon, det var et godt intervju med næringsminister Iselin Nybø, og en fin prat med biskop Anne Lise. Det var direktesendinger fra 4 staber som var samlet for å delta på dagen, og vi deltok alle ved å svare på spørsmål via Mentimeter.

Programledere var prost Tomas Mjelde Røsbak og kirkeverge Hilde Kalvatn Eikeland.

Vi håper å kunne samle alle sammen neste år, men erfarte at det også kan være fellesskap i det å være sammen hver på vårt sted også.

260 Stavanger bispedømmeråd - rekneskap mot budsjett pr 31.mai 2020

Driftsrapport - detaljert	Faktisk %
31xx - Salgsinntekt avgiftsfri (varer og tjenester)	-12 850
34xx - Tilskudd fra stat, fylker, kommuner, stiftelse samt gaveinntekter	-25 102
3xxx - Andre inntekter	-8 125
Sum inntekter	-46 077
46xx - Tilskudd menigheter og fellesråd	
Sum tilskudd mv	
500x - Faste stillinger (inkl. tillegg mm)	6 810 075
50xx - Diverse tillegg	145 002
51xx - Midlertidige stillinger, ekstrahjelp, honorarer mm	194 428
53xx - Gruppeliv, honorarer og annen oppgavepliktig godtgjørelse	50 407
540x - Arbeidsgiveravgift	972 647
58xx - Refusjon sykepenger, fødeselspenger mv	-181 923
5999 - Refusjon lønnskostnader	
59xx - Andre personalkostn (gaver, forsikring, tjenestedrakt mm)	9 777
Sum Lønn og godtgjørelser	8 000 413
60xx - Avskrivninger	13 508
63xx - Leie lokaler, strøm, renhold mm	234 233
64xx - Leie maskiner, inventar, datautstyr, transportmidler mv	
65xx - Inventar, driftsmateriale, datautstyr, programvare, rekvisita mv	70 527
66xx - Reparasjon og vedlikehold bygninger og utstyr	10 454
67xx - Honorar rådgivning, regnskap, revisjon og kjøp div. tjenester	
6790 - Kjøp av andre fremmede tjenester	14 488
6796 - Flytting	
6797 - Annen bistand	
68xx - Kontorrekvisita, trykksaker, aviser, bøker, annonser mm	36 156
68xx - Møter, kurs og seminarer mm	16 346
69xx - Telefon, porto mv	1 873
Sum andre driftskostnader (drift og mindre anskaffelser)	397 585
71xx - Bilgodtgjørelse, diett, reiser mm	60 735
73xx - Reklamekostnad og representasjon	
74xx - Medlemskontingent og gaver	960
77xx - Annen kostnad	
Sum andre driftskostnader (reise, reklame, forsikring mm)	61 695
Sum	8 413 615

Det store mindreforbruket skuldast tilskot som ikkje er utbetalt. Ser vi bort frå det har Stavanger eit mindreforbruk i forhold til budsjett på kr 1.175.580. Av det er kr 934.481 sjukepengerefusjon. Sjøl med sjukepengerefusjonen inne er det i kontoklasse 5* - Lønn og godtgjørelser - eit lite meirforbruk; kr 111.576.

Det er på Andre driftskostnader (kontoklasse 6*) ein har det store mindreforbruket; kr 946.459, samt på reiser (kontoklasse 7*); mindreforbruk kr 510.910.

Budsjett	Avvik	Δ %	Hittil i år %	HIÅ bud.	Avvik	Δ %
-27 833	-14 983	-54	-3 350	-139 165	-135 815	-98
	25 102		-25 102		25 102	
	8 125		-40 500	-100 000	-59 500	-60
-27 833	18 244	66	-68 952	-239 165	-170 213	-71
			16 495 920	25 460 000	8 964 080	35
			16 495 920	25 460 000	8 964 080	35
7 085 733	275 658	4	34 689 661	35 428 665	739 004	2
206 108	61 106	30	981 073	1 030 540	49 467	5
94 667	-99 761	-105	1 141 199	473 335	-667 864	-141
67 697	17 290	26	265 164	338 485	73 321	22
1 039 683	67 036	6	4 999 670	5 198 415	198 745	4
	181 923		-934 481		934 481	
			-96 559	-1 710 000	-1 613 441	-94
59 582	49 805	84	123 199	297 910	174 711	59
8 553 470	553 057	6	41 168 926	41 057 350	-111 576	0
9 250	-4 258	-46	67 538	46 250	-21 288	-46
199 284	-34 949	-18	1 103 570	996 420	-107 150	-11
5 833	5 833	100	23 996	29 165	5 169	18
21 250	-49 277	-232	246 452	131 250	-115 202	-88
	-10 454		10 454		-10 454	
			1 874		-1 874	
23 750	9 262	39	455 080	258 750	-196 330	-76
16 667	16 667	100		83 335	83 335	100
100 000	100 000	100		500 000	500 000	100
22 168	-13 988	-63	133 556	110 840	-22 716	-20
305 499	289 153	95	672 249	1 527 495	855 246	56
3 083	1 210	39	37 692	15 415	-22 277	-145
706 784	309 199	44	2 752 461	3 698 920	946 459	26
262 919	202 184	77	819 235	1 314 595	495 360	38
6 250	6 250	100	4 494	31 250	26 756	86
3 167	2 207	70	46 178	15 835	-30 343	-192
8 333	8 333	100	22 500	41 637	19 137	46
280 669	218 974	78	892 407	1 403 317	510 910	36
9 513 090	1 099 475	12	61 240 763	71 380 422	10 139 660	14

Årsbudsjett	%	Prognose	Avvik	Δ %
-514 000	1	-378 185	-135 815	-26
		-25 102	25 102	
-335 000	12	-275 500	-59 500	-18
-849 000	8	-678 787	-170 213	-20
50 232 000	33	41 267 920	8 964 080	18
50 232 000	33	41 267 920	8 964 080	18
76 563 683	45	75 824 679	739 004	1
1 865 833	53	1 816 366	49 467	3
1 026 773	111	1 694 637	-667 864	-65
813 118	33	739 797	73 321	9
11 210 221	45	11 011 476	198 745	2
		-934 481	934 481	
-3 250 000	3	-1 636 559	-1 613 441	-50
715 000	17	540 289	174 711	24
88 944 628	46	89 056 204	-111 576	0
111 000	61	132 288	-21 288	-19
2 391 400	46	2 498 550	-107 150	-4
70 000	34	64 831	5 169	7
280 000	88	395 202	-115 202	-41
		10 454	-10 454	
		1 874	-1 874	
425 000	107	621 330	-196 330	-46
200 000		116 665	83 335	42
1 200 000		700 000	500 000	42
266 000	50	288 716	-22 716	-9
3 962 000	17	3 106 754	855 246	22
22 000	171	44 277	-22 277	-101
8 927 400	31	7 980 941	946 459	11
3 212 000	26	2 716 640	495 360	15
75 000	6	48 244	26 756	36
38 000	122	68 343	-30 343	-80
99 972	23	80 835	19 137	19
3 424 972	26	2 914 062	510 910	15
150 680 000	41	140 540 341	10 139 660	7