



Saksbehandler	Arkivkode	Arkivsak	Ugradert
Geir Skårland	025	25/01610-1	

Saksnummer	Råd/utvalg	Møtedato
	Stavanger bispedømmeråd 2024 - 2027	03.06.2025

Kommunikasjonsstrategi for Stavanger bispedømmeråd

Saksorientering

Innledning

En kommunikasjonsstrategi er ikke en isolert størrelse. Kirkens kommunikasjonsstrategi handler om å virkeliggjøre kirkens mål.

Den norske kirke definerer seg som en bekjennende, åpen, tjenende og misjonerende folkekirke, som vitner i ord og gjerning om frelse, frihet og håp i Jesus Kristus, under visjonen «Mer himmel på jord». Kirken skal åpne rom for tro, være der livet leves og ha mål om å være mer for flere.

Dette gjelder også for Stavanger bispedømmeråd. For tiden har bispedømmerådet vedtatt et særlig fokus på *unge*, *diakoni* og *rekruttering* til kirkelige stillinger.

En kommunikasjonsstrategi er et verktøy som skal sikre at denne overordnede strategien virkeliggjøres. Den skal speile både hvordan vi vil være som kirke, og hva vi må gjøre for å komme dit.

Stavanger bispedømme har hatt en kommunikasjonsstrategi fra 2020. Strategien har vært et godt verktøy for å strukturere og målrette informasjon og kommunikasjon fra bispedømmerådet og biskopen.

Nå har Kirkerådet vedtatt en [ny kommunikasjonsstrategi for Den norske kirke](#), som tar utgangspunkt i kirkens nåværende strategi, vedtatt i 2021. Derfor er det naturlig at Stavanger bispedømmeråd nå reviderer sin kommunikasjonsstrategi på grunnlag av denne. Oversikter over kommunikasjonsansvar, kanaler og rutiner for bispedømmeadministrasjonen videreføres fra strategien fra 2020.

Den nye strategien for kommunikasjon i Stavanger bispedømme skal si hva vi ønsker å satse på i kommunikasjonsarbeidet de neste årene. Den skal også vise hvordan målene om å styrke arbeidet med unge, diakoni og rekruttering kan realiseres gjennom kommunikasjonsarbeidet. I tillegg kan det utvikles handlingsplaner som konkretiserer arbeidet.

Kirkerådets nye kommunikasjonsstrategi er blant annet opptatt av sammenhengen mellom kirkerådets og bispedømmets arbeid, og menighetenes kommunikasjon. Bispedømmerådet har som oppgave å inspirere, styrke og støtte menighetsarbeidet. Bispedømmets strategiplan for kommunikasjon skal dermed forgreine seg videre ut i fellesråd og sokn. Samtidig oppfordres menighetene til å lage sine egne planer på bakgrunn av den nasjonale strategien og verktøyene som følger den. Slik kan den nasjonale strategien bli en samlende paraply for et målrettet kommunikasjonsarbeid.

Kommunikasjon kommer av ordet *communicare*, som betyr å «gjøre felles», det vil si at det finnes en relasjon mellom avsender og mottaker. For at kommunikasjonen skal fungere, må avsenderen ha oppmerksomheten henvendt på mottakeren. Kirkens kommunikasjon skal bygge tillit, relasjoner og skape endring – en positiv bevegelse hos mottakeren. Da må kirken være utadvent, og søke å komme i møte mangfoldet av kirkens medlemmer og det de er opptatt av.

Nettopp dette er det Kirkerådets nye kommunikasjonsstrategi vektlegger. Den «skal gi verktøy og mot til at vi som kirke vender ansiktet ut». Den stiller gjennomgående spørsmålet «Vet noen om det?» Flotte og viktige arrangement og tiltak fylt av kvalitet er en vesentlig del av lokalkirkens arbeid. Men hvis man ikke kommuniserer det ut, hvem vet egentlig om tilbudet og får gleden av å delta på alt det gode som skjer?

Den nasjonale kommunikasjonsstrategien har fire mål for kirkens kommunikasjon:

1. medlemmene opplever en god relasjon til Den norske kirke
2. flere som leter etter noe større oppsøker kirken for dette
3. kirken deltar i samfunnet på en synlig, proaktiv måte
4. kirken samarbeider om kommunikasjon

Forslaget til ny kommunikasjonsstrategi bygger på den nye nasjonale strategien, med tilpassinger for Stavanger bispedømme.

Hvordan kommuniserer menighetene i bispedømmet i dag?

De færreste menigheter eller fellesråd har egne stillinger til kommunikasjon. For mange kommer dette arbeidet på toppen av en allerede fyldig stillingsbeskrivelse. Likevel leveres det mye god kommunikasjon, selv om få menigheter kan beskrives som «framoverlente» på området. Tid,

fagkompetanse og en generell bevissthet om at kommunikasjon øker menighetenes muligheter for å nå sine mål – og ikke bare er noe man «må få gjort» – er de faktorene menighetene vil ha størst effekt av å endre i positiv retning.

Menighetsbladene er den kanalen som når flest, mens nettsidene er det medlemmene foretrekker å bruke når de lurar på noe om kirken. For mange menigheter er det likevel en utfordring å ha gode og oppdaterte nettsider. Sosiale medier når som regel bare ut til de aller mest aktive, og fungerer sjelden som god breddekommunikasjon.

Lokalmedier er ofte interessert i kirken, ikke minst i folk – enten det er ansatte, frivillige eller deltakere. Å kontakte media om aktuelle saker kan oppleves vanskelig, men de som er frimodige og ikke gir opp, ender med å få flere medieoppslag. Synlighet i lokalmedier er en svært viktig kanal til kommunikasjon med medlemmer som ikke oppsøker kirken så ofte, og har mye å si for både omdømme, medlemmenes relasjon til kirken og om de ønsker å oppsøke den.

Kanskje lanseringen av ny kommunikasjonsstrategi inspirerer til å ha kommunikasjon som tema på felles samlinger i prostiet eller fellesrådet og ta et nytt blick på hva som finnes av planer for kommunikasjon lokalt?

Ofte ser vi at kirkekommunikasjon kan bli mer informasjon enn invitasjon og inspirasjon. De spørsmålene Kirkerådet har laget til å kartlegge og planlegge kommunikasjonen lokalt, er en god hjelp til å gi området et løft på en overkommelig måte.

Hvordan kommuniserer bispedømmerådet og biskopen?

Bispedømmets kommunikasjon er i stor grad internkommunikasjon til menigheter, fellesråd, ansatte, rådsmedlemmer og frivillige. Det er en naturlig følge av rådets formål om å styrke og nære livet i menighetene. Arbeidet skal støtte og bidra til utvikling i menighetenes kommunikasjon.

Bispedømmet håndterer også en del spørsmål fra media og felles kommunikasjonstiltak. Kommunikasjonsrådgiveren i bispedømmeadministrasjonen er en viktig rådgiver for ledere og menigheter, både generelt og i situasjoner der media tar kontakt i ulike typer saker.

Det er en utfordring å nå alle ansatte som arbeider med kommunikasjon. Et eget nettverk for disse vil bidra til bedre kommunikasjonsflyt internt, også når det gjelder fagkunnskap og deling av ressurser.

Biskopen er den kirkelige talspersonen som har størst gjennomslag i media og som dermed har størst mulighet til direkte kommunikasjon med medlemmer og samfunnet. Det er en kontinuerlig utfordring å tenke klokt og strategisk rundt hvilke tema og budskap biskopen kommenterer eller bringer fram selv. Å agere med egen dagsorden, og ikke bare reagere, er en viktig balansegang. Biskopen har en særlig anledning til å være med å realisere både kommunikasjonsstrategiens hovedmål og underpunkter.

Bispedømmerådets arbeid har potensiale til å kommuniseres enda tydeligere ut til både medlemmer og menigheter. Det kan jobbes videre med å tydeliggjøre hva rådets ulike saker og vedtak har å si for menighetene og medlemmene. Det vil variere fra sak til sak hvem som er den viktigste målgruppen å nå med informasjon. Saksdokumenter og protokoller er tilgjengelige på nettsiden, og enkelte saker kan også refereres i nyhetsbrev.

Å vende ansiktet ut og vise at kirken er opptatt av det folk er opptatt av, er viktige punkt i strategien å koble seg på for biskop og bispedømmeråd.

Biskop og bispedømmerådet har disse kommunikasjonskanalene:

- www.kirken.no/stavanger
- [Biskopens Facebook-profil](#)
- [Bispedømmets Facebook-profil](#)
- [Bispedømmets nyhetsbrev](#)
- [Kirken i Rogaland på Instagram](#)
- Pressemeldinger og medieuttalelser
- E-post
- Kurs, arrangementer og samlinger
- Direkte kontakt med medarbeidere
- Medlemskontakt i forbindelse med saksbehandling
- Telefon
- Personlige møter

Forslag til strategi for kommunikasjonsarbeidet i Stavanger bispedømme

Menighetene møter medmennesker hver dag. Kommunikasjonsarbeidet skal styrke dette møtet. Vi vil vende «kirkens ansikt» ut til folk og møte dem på deres egne premisser.

Kommunikasjonsarbeidet skal bidra til at flere som leter etter noe større, kan vende ansiktet mot Gud og oppleve seg ønsket i kirkens tilbud.

Strategien vil oppfordre til å frimodig formidle troen på Gud, og til å invitere raust inn til kirkens tilbud. Den vil oppmuntre til å omfavne det som betyr noe for folk og i samfunnet. Strategien skal styrke rollen kirken og troen har i menneskers liv.

Kommunikasjonsstrategien skal i særlig grad styrke arbeidet med bispedømmerådets satsinger på unge, diakoni og rekruttering.

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.

Stavanger bispedømmeråd vil prioritere følgende kommunikasjonsmål de neste årene:

- 1. Unge medlemmer opplever en god relasjon til Den norske kirke**
 - kirken tar ordet i saker som angår unge, og møter dem med kirkens budskap, identitet og nærvær
 - forteller historier om ungdom og unge voksnes tro og kirkeliv
 - prioriterer synlighet for arrangement for unge/unge voksne
 - forteller om kirken som arbeidsplass og oppmuntrer til å vurdere jobb i kirken
- 2. Det er naturlig å oppsøke kirken og det diakonale arbeidet**
 - prioriterer kommunikasjon som viser at kirken er åpen og for alle
 - vise at kirken er tilgjengelig for dialog med mennesker om mening, tro og liv
 - vise at kirken er til stede når det skjer en krise i lokalsamfunnet eller i enkeltmenneskers liv
- 3. Kirken deltar i samfunnet på en synlig og aktiv måte ved å**
 - styrke kontakten med lokalpolitikere og beslutningstakere
 - fortelle om medarbeidere og folkevalgte, og slik vise hva kirkens innsats betyr
 - løfte frem felles fortellinger om hva Den norske kirke er og bidrar med til den enkelte og til samfunnet
- 4. Bispedømmeråd, fellesråd og menigheter samarbeider om kommunikasjon**
 - etablere et felles kommunikasjonsnettverk for menigheter, fellesråd og bispedømme, for å øke kompetanse, tidsbruk og kvalitet på kommunikasjon

- delta i nasjonale kampanjer og samarbeide om å utvikle ressurser
- skape en kultur der fagkunnskap og produksjoner deles
- samarbeide om å styrke kommunikasjon rundt unge, diakoni og rekruttering

Bispedømmets administrasjon bringer disse målene inn som tema på samlinger for ansatte, råd og frivillige. Bispedømmet deler ressurser og tilbyr opplæring og rådgivning og lager konkrete planer for egen kommunikasjon.

Tre målgrupper prioriteres i kommunikasjonsarbeidet:

- Unge
- Lokalpolitikere og beslutningstakere
- Ansatte og frivillige medarbeidere i menigheter og fellesråd

Bispedømmerådet vil arbeide for å nå disse konkrete målene innen utgangen av 2027:

- Et aktivt kommunikasjonsnettverk i bispedømmet er på plass
- Alle menighetene har nettsider med den norske kirkes profil og med god tilgjengelighet på temaene dåp, konfirmasjon, bryllup og gravferd
- Alle fellesråd skal ha innarbeidet rutiner for politikerkontakt
- Det er definert hvem som har kommunikasjonsansvar i menigheter og fellesråd
- Minst en tredjedel av menighetene har fulgt opp den nasjonale kommunikasjonsstrategien med egne planer i Kirka Vår
- Menighetene bruker «skjerikirken» aktivt
- Bispedømmet tilbyr kompetanseheving på kommunikasjon med unge
- God informasjonsflyt mellom ulike organer og nivåer

Verdiene for arbeidet på Stavanger bispedømmekontor skal også gjelde kommunikasjonsarbeidet:

- ✓ *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 og gode bilder. Vi kommuniserer relevant, meningsfullt og korrekt.
- ✓ *Kreativitet* – kommunikasjonsarbeidet utvikles stadig både i form og innhold. Vi bruker de kanalene og mulighetene som er tjenlige for å få budskapet fram.
- ✓ *Engasjement* – Kommunikasjonen vår skal være et uttrykk for kirkens engasjement, og inspirere til handling og gi næring til tro og håp.

Spørsmål til samtale i rådet

- Hvilke kommunikasjonsutfordringer synes bispedømmerådet det er viktig å rette innsatsen inn mot?
- Hva er viktig for å skape interesse og tillit mellom alle som representerer kirken i kommunikasjon og kirkens medlemmer?
- Hvilke konkrete innspill har bispedømmerådet til kommunikasjonsstrategien?
- Hva er det viktig å prioritere for å styrke menighetenes kommunikasjon?
- Hvordan kan kommunikasjonsarbeid styrke satsingen på unge, diakoni og rekruttering?

Forslag til vedtak

Stavanger bispedømmeråd vedtar kommunikasjonsstrategi for 2025-2027, med de endringene som kom fram i møtet.