

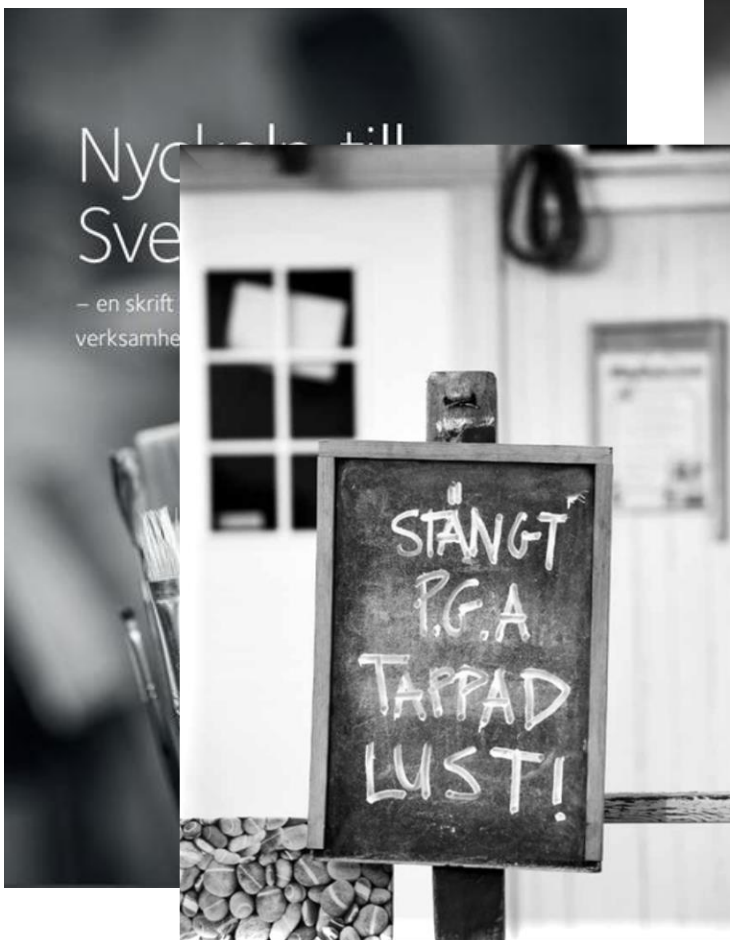


GUL KOMMUNIKATION

PERSPEKTIVSKIFTE - SYNLIG OCH RELEVANT KYRKA

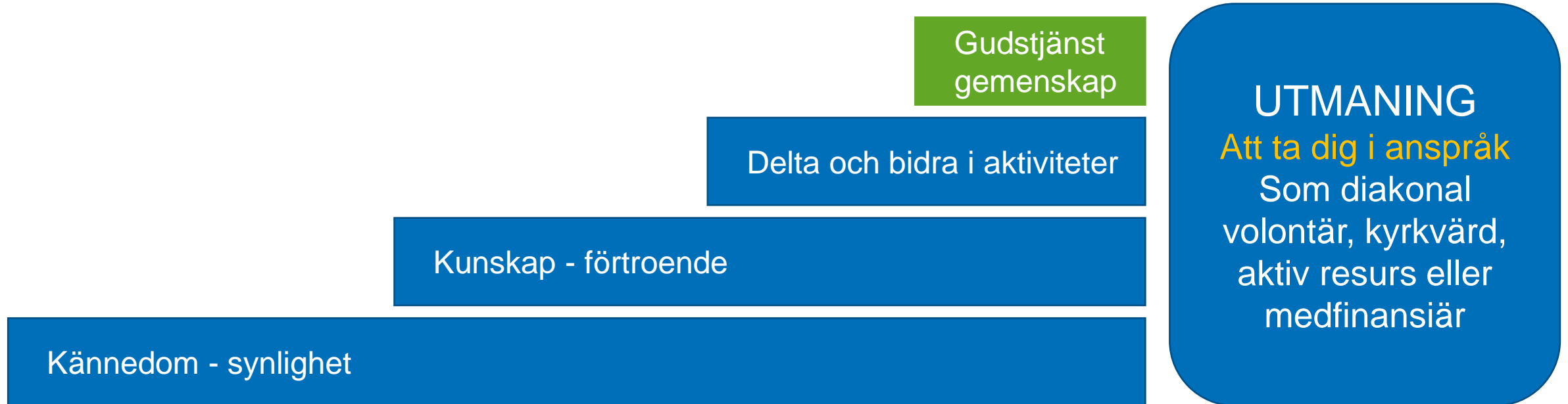


Uppdrag: Kommunikativ förmåga



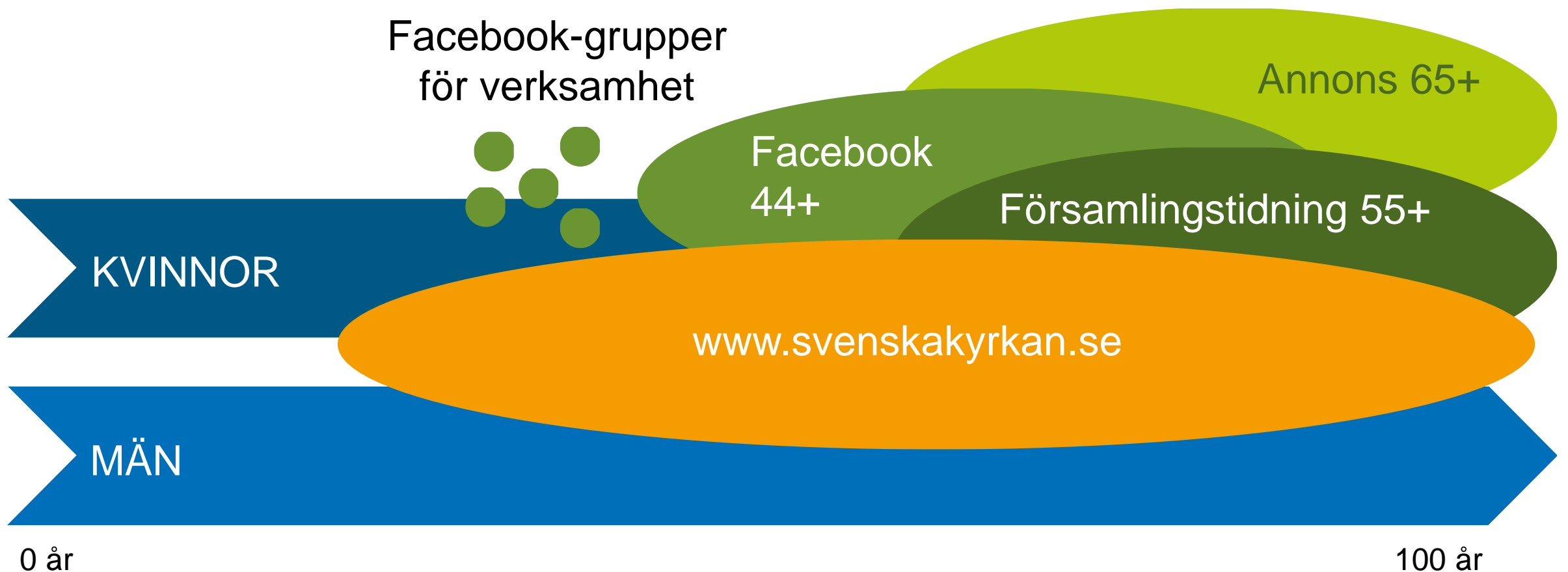
Kommunikationens syfte – jobb

Stärka förmåga att i varje tid och sammanhang
räcka evangelium i ord och handling



Synlig kyrka

Svenska kyrkans kommunikation

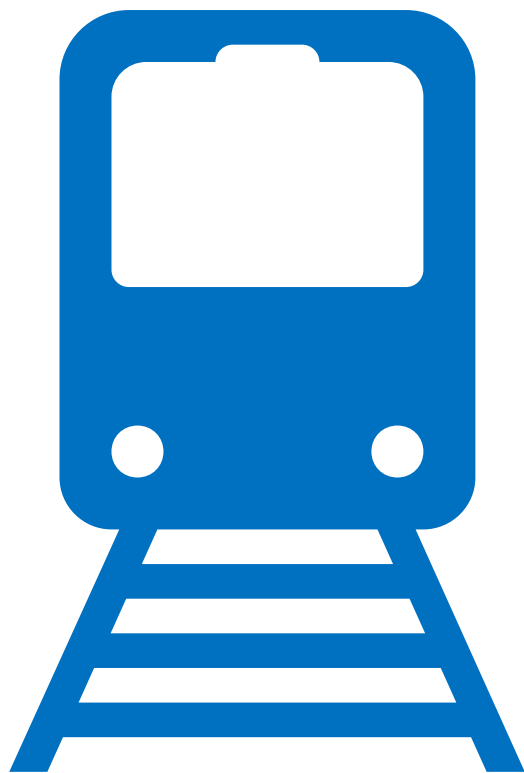


0 år

100 år

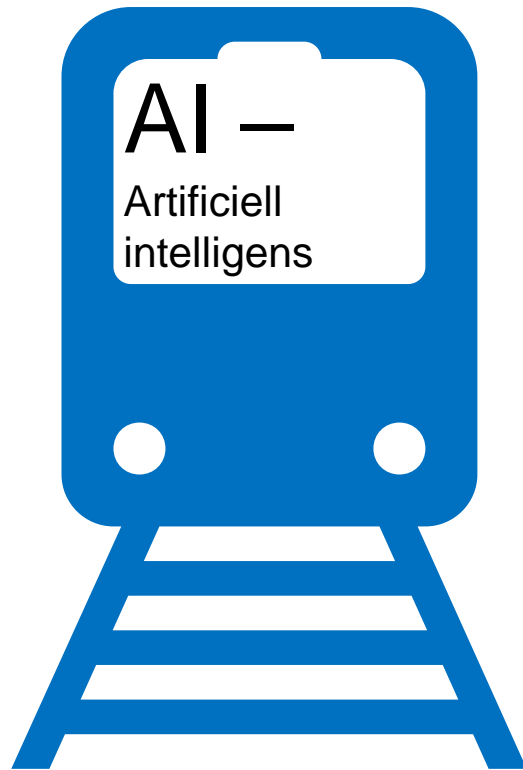
Kommunikationens paradigmskifte

Medlemsstrategiarbete



-
- Papperstidning
 - Kanal-TV
 - Enhetssamhälle
 - Brevlådan

Vi har båda världar – de påverkar oss



Automatisering

- Robotskrivna nyheter
- innehåll, Google
- **omvärldsbevakning**
- Digital "post"
- Personifiering
- Sociala digitala bubblor



-
- Papperstidning
 - Kanal-TV
 - Enhetssamhälle
 - Brevlådan

Hur fort? Är kyrklig kommunikation segregerad?

NYHETER Brevinkasten försvinner och du kan få gå upp mot 200 meter till en postbox. Hyresgäster kan påverkas på flera sätt om ett nytt regelverk för postutdelning går igenom.



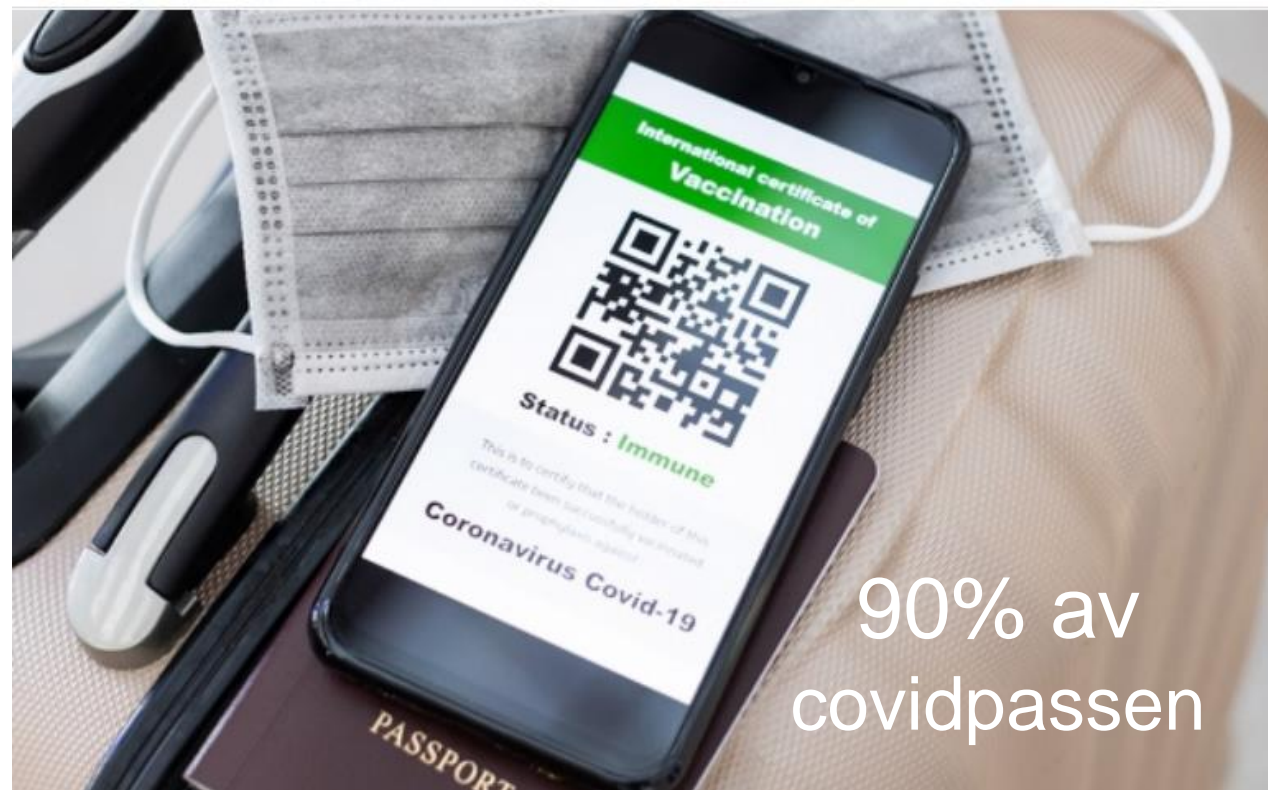
Post Nord avslutar
o-adresserad
direktreklam april 2023
- olönsamt

[Remiss av förslag till föreskrifter och allmänna råd om postutdelning dnr 22-10152 | PTS](#)
[Större förändring i PostNords reklamerbjudande | PostNord](#)

”All viktig post är digital”



32 000 företag och myndigheter
5 miljoner användare



90% av
covidpassen

Strategiarbetet – Några djupgående trender:

- Fragmentisering och avsaknad av gemensamskapande berättelser
egna uttryck för andlighet
- Mer av allt, ökat tempo
anpassning och plats för eftertanke
- Marknadens språk
medlem – ett av flera sätt att bidra
- Polarisering
vikt av lokal kontext för relevans
- Digitaliseringen – integreras i **möten** – men ger också krav på **digital service**

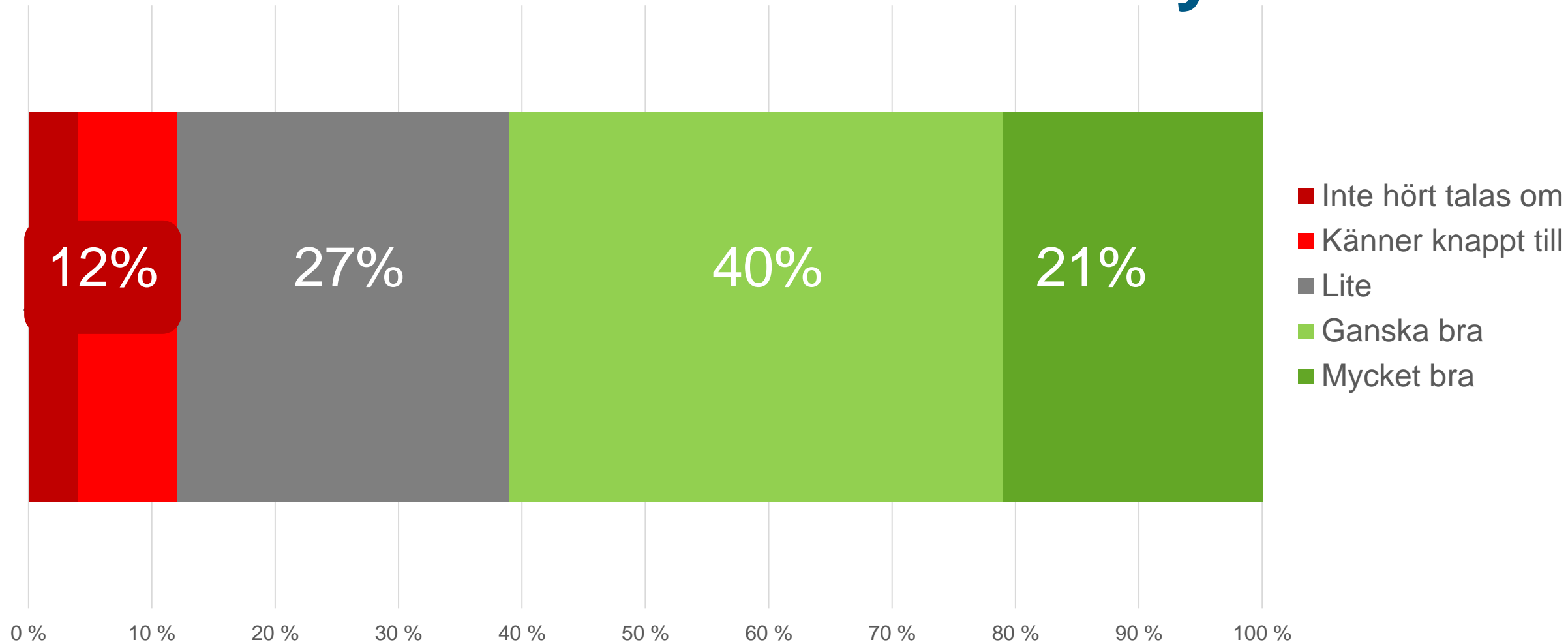
Strategiarbetet – Några djupgående trender:

Ordet medlem exkluderar

Söndagen finns kvar
– men bara till namnet

Kyrkan är en plats utan krav på prestation för barn

Synlighet: Hur väl känner svenskarna till kyrkan?

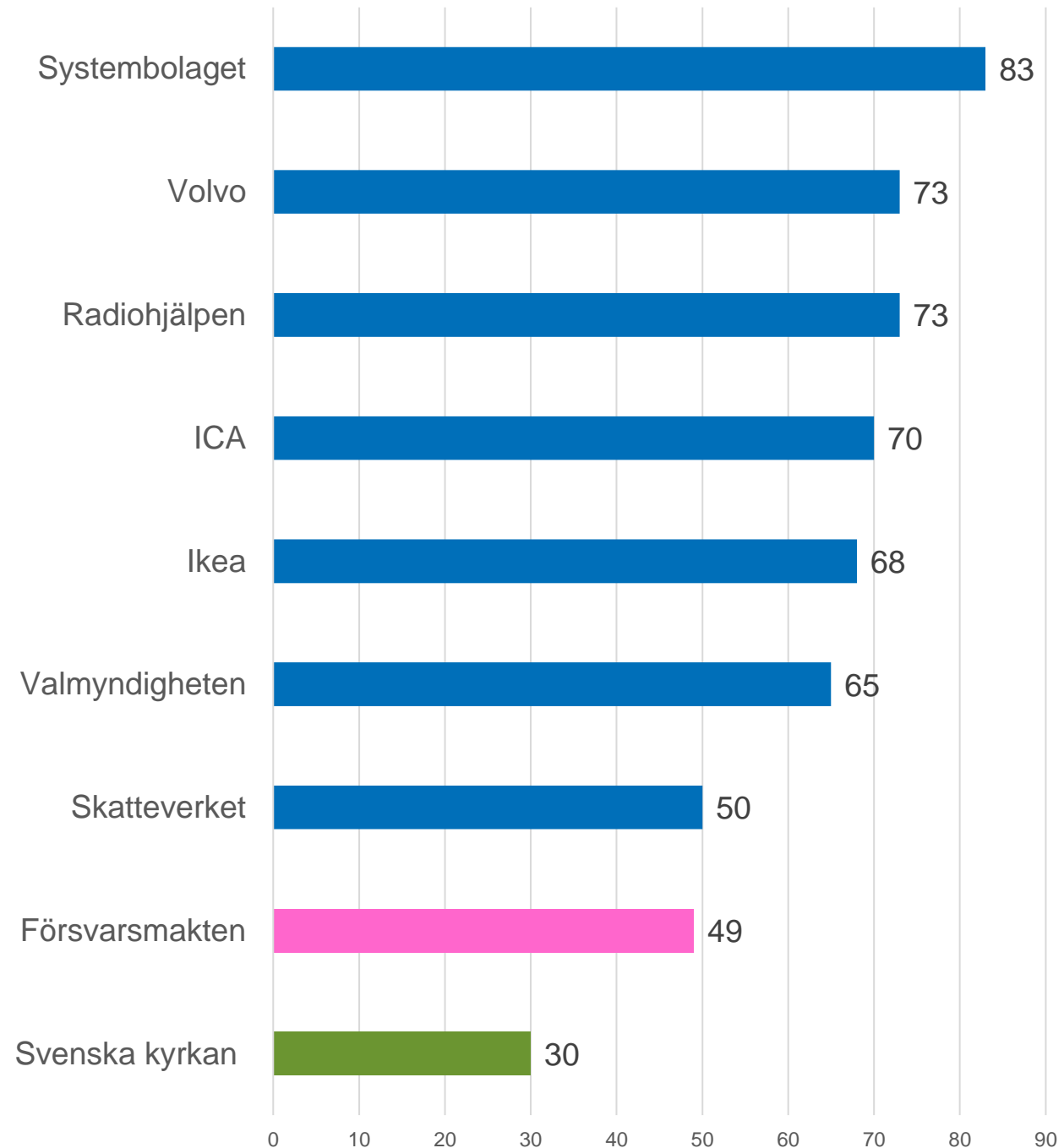


Utveckla kännedom

Kantar Sifos Anseendeindex

Kännedom + kontakt + mediebild + tillit + framgång

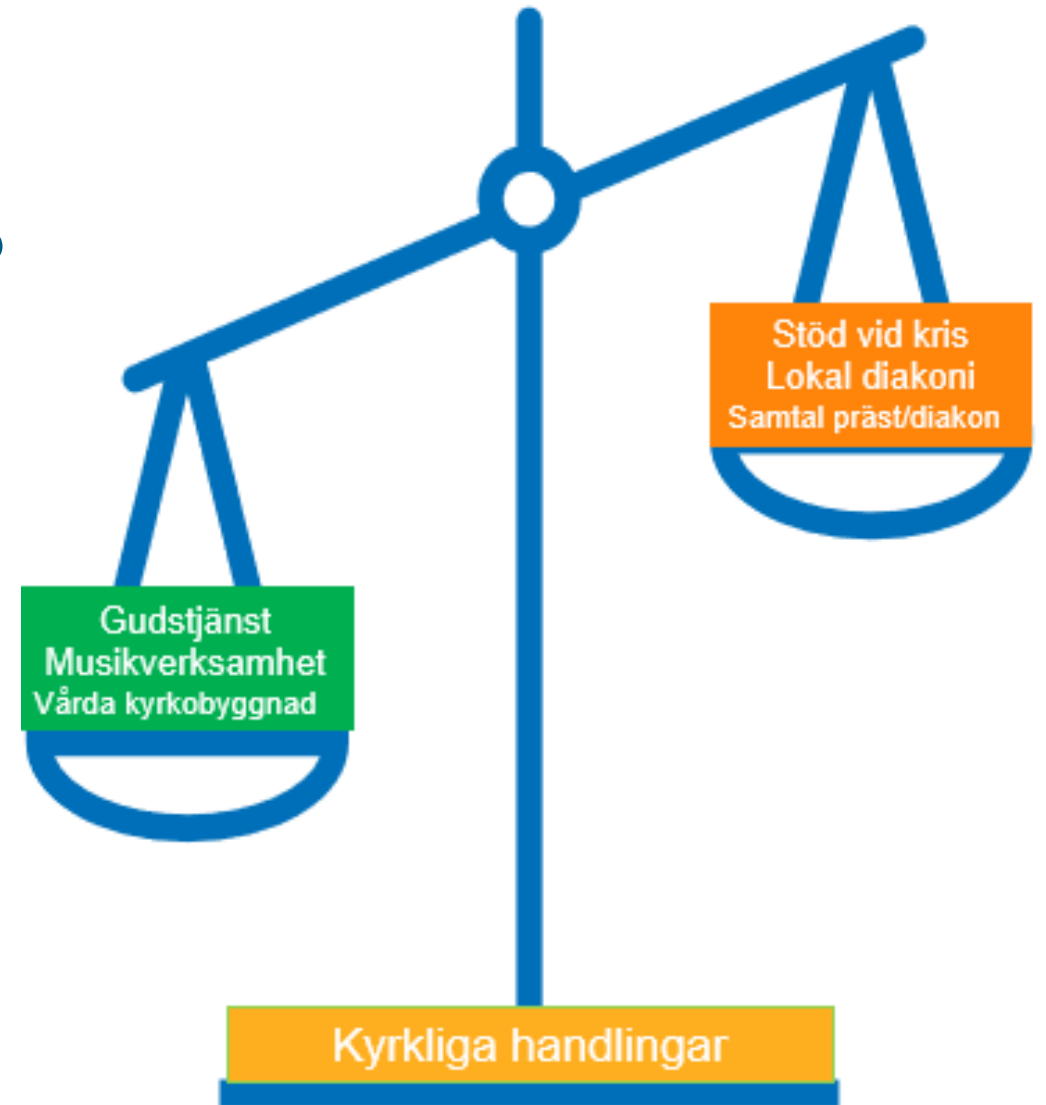
- Negativ mediebild
nyheter i sociala medier
drar ner (25%)
- Vi beskrivs inte som
framgångsrika
- Förtroendet kan öka
- unga och män



Förtroende = kunskap + relevans

Kunskapen påverkar de som sannolikt går ur mer än möten

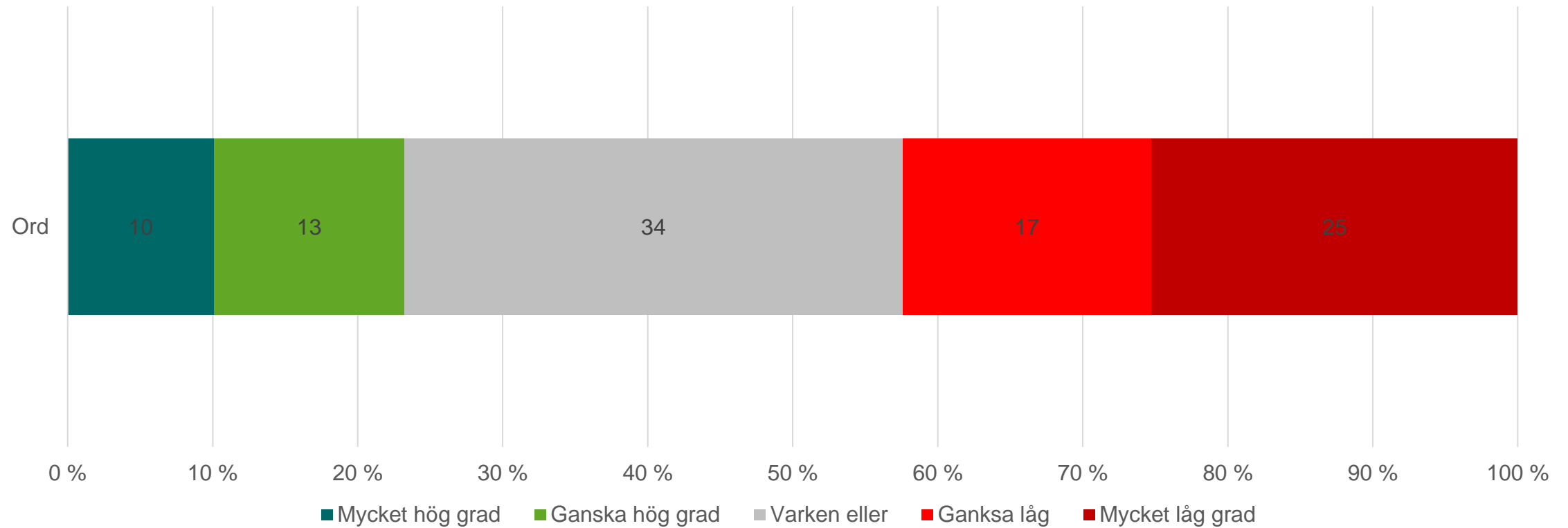
- Kris – nationellt och lokalt
- Bryta ensamhet
- Lokalt socialt arbete
- Stöd vid sorg
- Samtal med präst och diakon



Människors bild av Svenska kyrkan

Sätter ord på det som är viktig för mig

Urval alla



Var tar man del av nyheter?

SVT 22%
9-24 år

SVT 38%
25-44 år

SVT 66%
45-64 år

SVT 88%
65-85 år

Morgontidning
– traditionellt eller digitalt

15-24 år 13%

25-44 år 25%

45-64 år 44%

65-85 år 61%

Olika bilder av vad som händer

Ung invasion på TikTok - äldre på Aktuellt



Anseendet

Samtalet *OM* vad kyrkan är och gör (SIFO Anseendeindex 2022)

Desinformation

Kyrkan används för egna syften

Kunskap och relation är ett vaccin

Människor tar kyrkan i försvar

**Mitt i detta står
Gula gruppen**

Glädje, värde och stolthet



Tro – mening!
Volontär, gåva



Tradition – mening?
25% har inte haft kontakt
senaste året



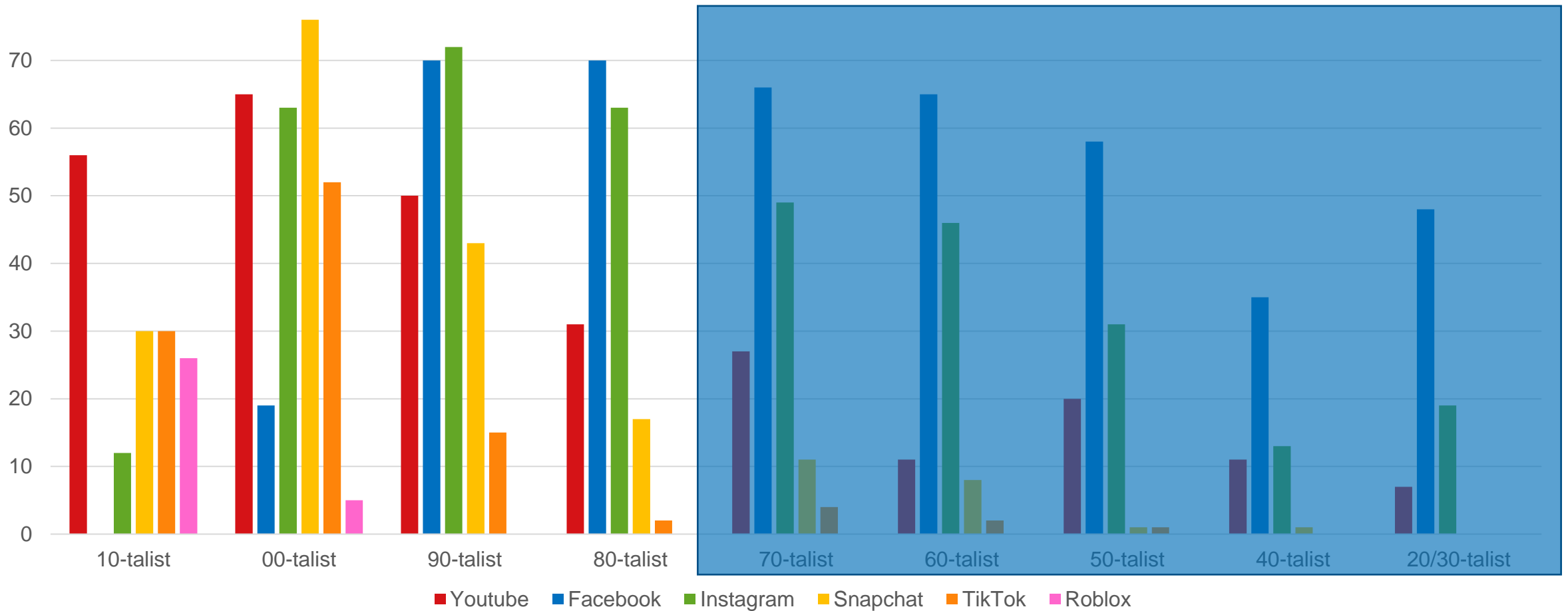
Samhällsnytta
- mening!

39 %
ja!

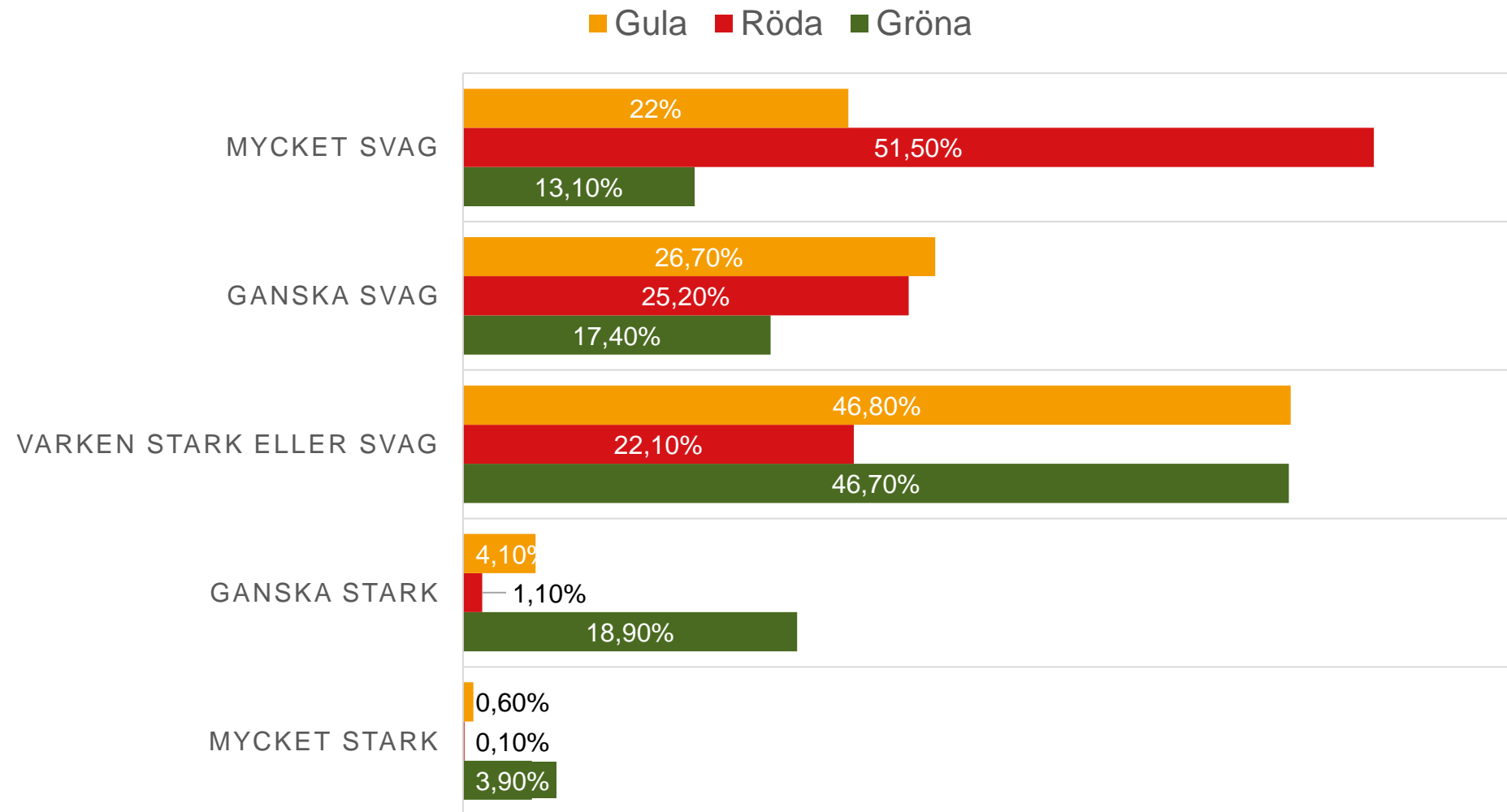
18 %
nej...

43 %
vet inte

Var är gula gruppen? Dagliga användare 2022



Hur är din relation till kyrkan?



Allmänt intryck om dop

Relationssvaga gruppen

”En fin tradition och möjlighet för barnet att bli del av ett sammanhang.”

Vad är dopet?

- En **välkomstfest** där man uppmärksammar barnet inför de närmaste.
- Att barnet tas **in i kyrkan**, i församlingen

Hur uppfattas det?

- En **fin tradition** och en ceremoni som skapar **gemenskap**.
- **Kyrkorummet** uppskattas – högtid och trygghet
- Motståndet ligger i att man själv inte anser sig vara så religiös eller har svårt att **identifiera sig** med det religiösa. Att det känns **förlegat** och opersonligt.
- Vill **inte välja religion** åt sitt barn....
- men den generella inställningen är **positiv** – ”jag hjälper mitt barn om det vill döpa sig när det är äldre”



Möjlighet

I att fördjupa och förmedla den styrka som finns i känslan av **glädje** och **gemenskap** med släkt och vänner
– **bekräfta att tradition** är ett riktigt och viktigt skäl

Resultat

– undersökning och urval



Åldern 25-40

76% är döpta

Urval
relationssvaga

Resultat

– undersökning och urval



Åldern 25-40
76% är döpta

Urval
relationssvaga



Tror inte



**Barnet ska
välja själv**

Valfrihet

Resultat

– undersökning och urval

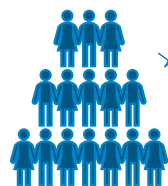


Åldern 25-40
76% är döpta

Urval
relationssvaga



Tror inte



Barnet ska
välja själv

Valfrihet

Otrendigt

Relationen

Trötta

Självdiskvalificeraren

Resultat

– undersökning och urval



Åldern 25-40
76% är döpta

Urval
relationssvaga



Tror inte



Barnet ska
välja själv

Valfrihet

Otrendigt

Relationen

Trötta

Självdiskvalificeraren

Trötta
Stöd?

Räcker
min tro?

Självdiskvalificeraren

- Gula gruppen
- Traditionen viktig
- 35% inte haft någon kontakt
- 36% har besökt en kyrkogård
- 34% varit på dop, vigsel etc

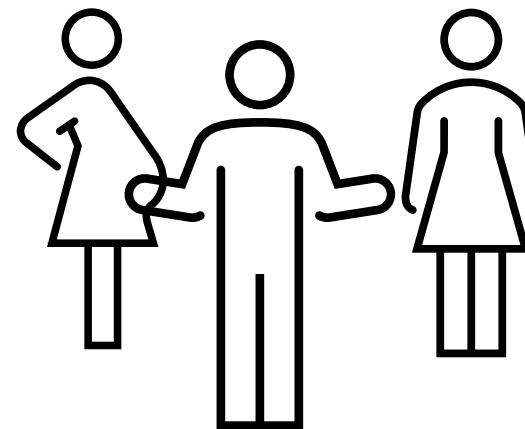
Jag är inte särskilt kristen

Utnyttjar man kyrkan om man inte vet vad man tror?

Tror jag tillräckligt mycket?

”Döpare?”

Står man i skuld om man döper?





Vad är tro?



Ungefär 17 900 000 resultat (0,43 sekunder)



wikipedia.org

<https://sv.wikipedia.org> › wiki › Tro ▾

Tro - Wikipedia

Religion är **tro** som grundar sig på föreställningen om en eller flera gudar, andar, transcendentia själar eller andra övernaturliga fenomen. Gudarna ses ofta som ...

Möjlighet
Vad är tro?

**Vad är gul
kommunikation?**

Egentligen ingen särskild – men...

- **Var intresserade av dem**
visa intresse för dem vi pratar med
- **Välj** – målgrupp
ALLA exkluderar – valet gynnar fler
- **Vara i de kanaler där de finns**
och prata om det som de själva är intresserade av.
- **Vara begriplig** – ta hänsyn till
bristande kunskap och erfarenhet
- **Effekten** är inte alltid gudstjänst
eller dop – nyfikenhet räcker långt



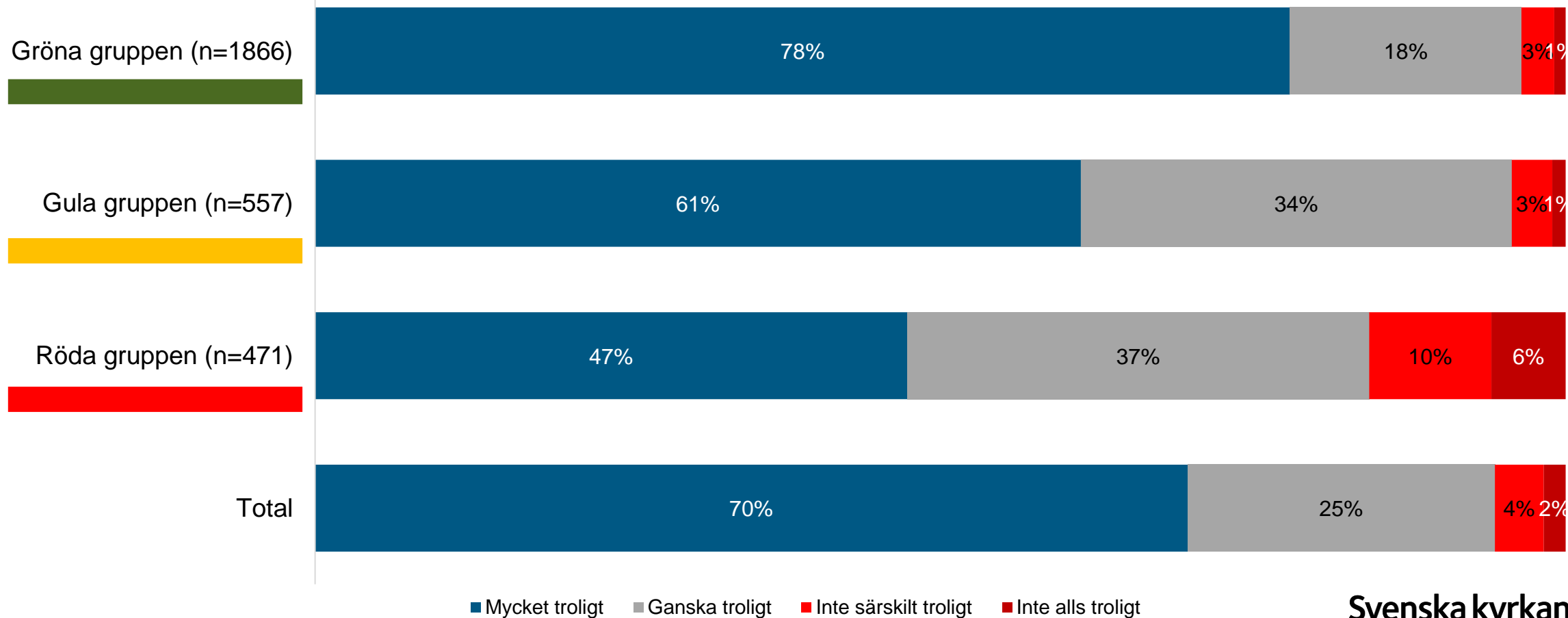
**Vad håller
människor vakna
på natten?**

40 % av kyrkans medlemmar är 35 år eller yngre

**Digitala – men
nästan
kommunikations-
resistenta**

30% kan tänka sig att engagerar sig i det sociala arbetet
20% av de som inte är medlemmar

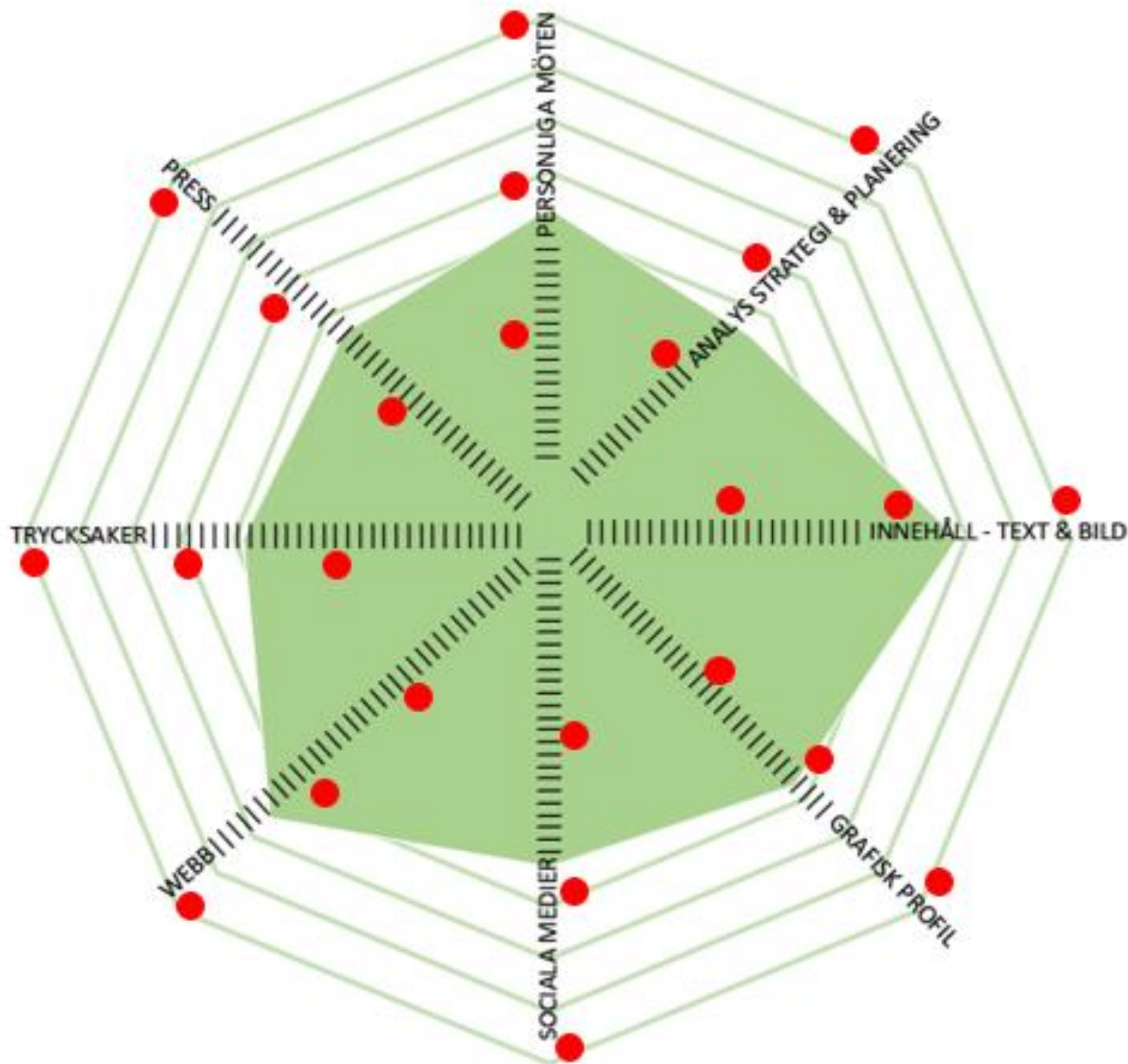
Tro, kunskap och ekonomi påverkar hur troligt är det att man är kvar medlem i Svenska kyrkan



Att skifta perspektiv

Förmåga

Kyrkoherdarnas sammanvägda skattning 2019



Skala 1-5

Instämmer inte alls till hög grad

EFFEKTER:

- Ökad synlighet
- Färre utträden, fler barn i verksamhet
- Kommunikatör som coach – arbetslaget gemensamt uppdrag
- Mer filmer, bilder, innehåll
- Effektivare arbete – planering och organisation
- Lättare att jobba

Vem "glöms" och vem lämnas utanför?



EFFEKTER:

- Valt fokus, prioriterat mål
- Handlingsplan
- Involverat arbetslaget

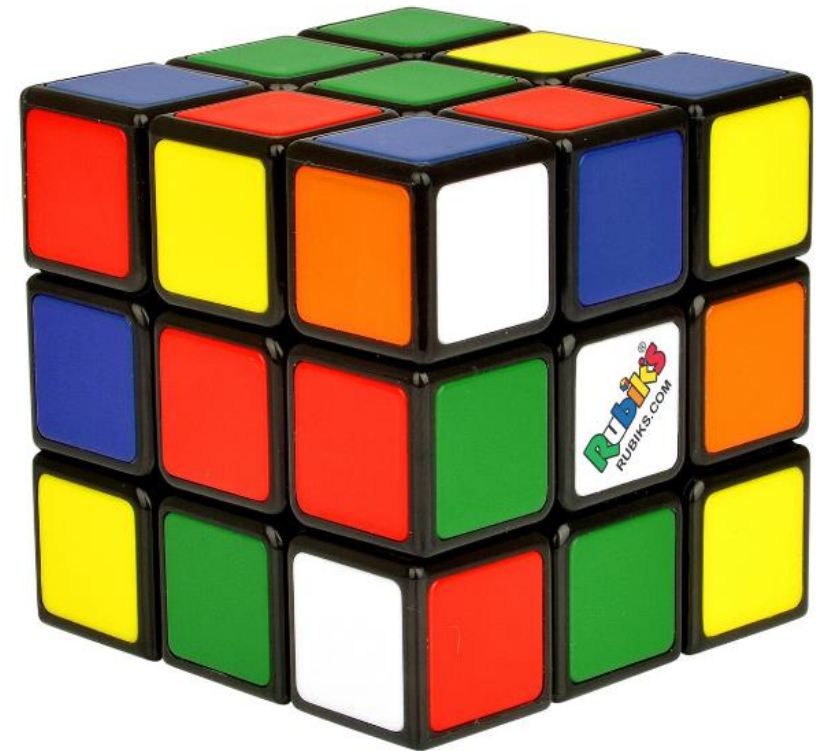
Aktiv ledning

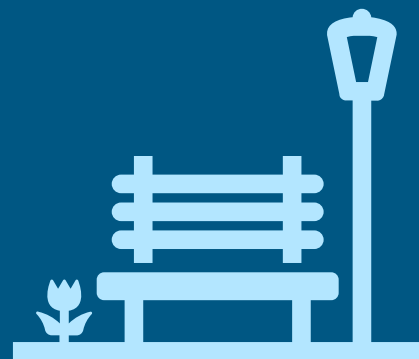
Målgruppsanalys med kanalstrategi

Närvarande och synlig kyrka – medlemsutveckling

Pilgrimsvandring – friluftsliv
Katekumenat – samtal om tro
Diakonalt arbete – social volontär

Intressen, relation osv





Tack!

Berätta om vad som är i centrum för att sprida evangelium i ord och handling



Mål för kommunikationen är att ge förutsättningar genom

- kännedomen om församlingen
- kunskapen om vad kyrkan gör
- relevans och förtroende

För att människor ska vilja

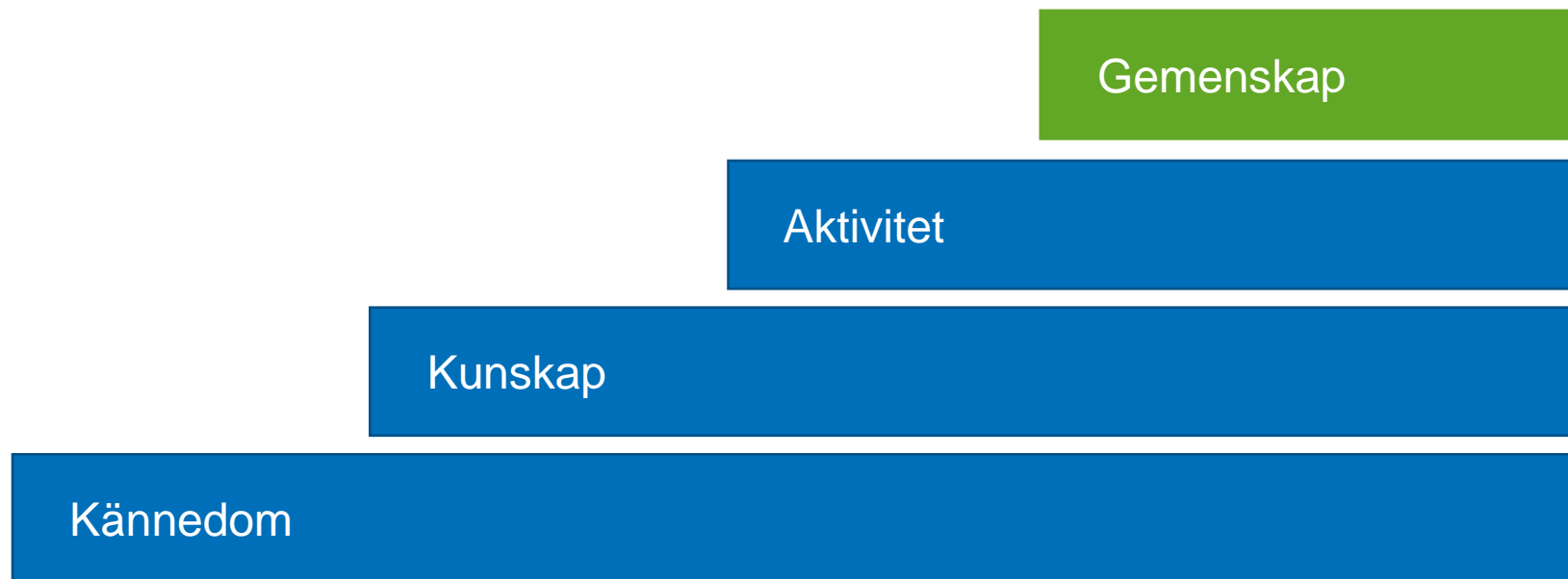
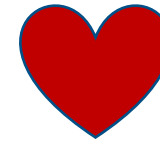
- delta i gudstjänst och aktiviteter
- vara medlemmar
- bidra ekonomiskt som volontär
- samverka i civilsamhället

För den som tror

För den som inte vet vad man tror

För den som inte tror

Förmåga: I varje tid och sammanhang erbjuda evangelium i ord och handling



EFFEKT:
Förtroende 42%

AKTIVITET
Kyrkogård 54%

Dop, vigsel,
begravning 41%

SYNLIGHET
Ingen info 41%

Kyrkan syns inte så bra som vi tror

2021 kom styrelsens uppdrag att synliggöra Svenska kyrkan under pandemin

Ett avsnitt från Ekot granskar

Hela reportaget: Kyrkans resor
Tis 31 maj 2016 kl 13:30

28 min

När anställda och politiker i Svenska Kyrkan åker utomlands på personalsesor bjuds på dyra krogbesök, medeltida faktning och engelska fotboll. Reportage av: Bo-Göran Bodin & Alexander Gagliano

+ MIN LISTA
↓ LADDA NER (28 min, MP3)



2016

62% av medlemmarna mindes inte att kyrkan granskats och om vad

2018

70% av medlemmarna såg ingen kommunikation från kyrkan

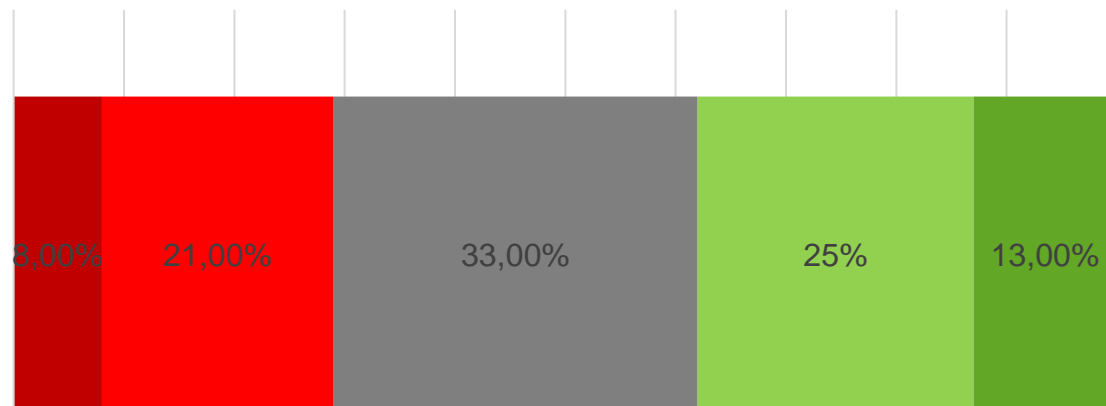
2020

70% av medlemmarna såg ingen kommunikation från kyrkan under våren.
MSB: Förtroendet för kyrkan sjönk 2020 – slutade mäta

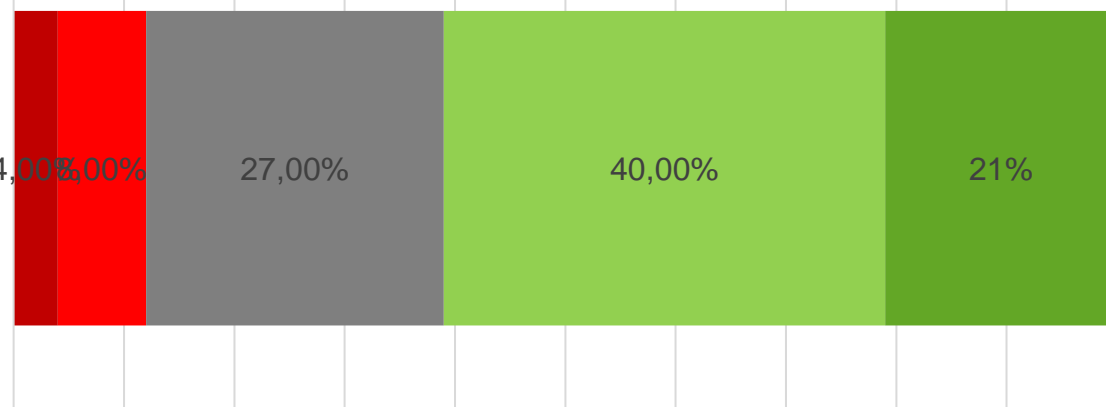
Tack

Hur väl skulle du säga att du känner till..?

Församlingen där jag bor



Svenska kyrkan



- Har inte hört talas om
- Hört, men känner knappt till
- Kanter till lite
- Kanter till ganska bra
- Kanter till mycket bra

0 % 10 % 20 % 30 % 40 % 50 % 60 % 70 % 80 % 90 % 100 %