

PROSJEKTPLAN

Det digitale kirkerommet

En relevant, tilstedeværende og tilgjengelig
kirke på nett

Satsing 2019

Januar 2019

Kristine Ekeberg-Andersen/Ingeborg Dybvig

Versjonslogg

Versjon	Dato	Forfatter	Endring
0.1	30.01.2019	KEA	Første utkast
0.2	30.01.2019	ID	Noen tillegg
1.0	31.01.2019	KEA	Ferdigstillelse
1.1	13.02.2019	ID/KEA	Justeringer etter ledergruppens innspill

Innhold

1. Bakgrunn	4
2. Mandat	4
2.1 Tidshorisont	4
2.2 Overordnet digital strategi	4
3. Organisering	5
a. Prosjekteier	5
b. Prosjektleder	5
c. Styringsgruppe.....	5
d. Arbeidsgrupper.....	5
4. Generelle satsingsområder	5
5. Tiltak og arbeidsgrupper	6
a. Medlemsundersøkelse	6
b. SoMe-konferanse for prester/diakoner	6
c. SoMe-vaktordning 24/7	6
d. Videreutvikling av samarbeidet med nettprestene/nettkirken	7
e. Instaprest/Snap-prest.....	7
f. Bønnestund	7
g. Tanker til helgen.....	7
h. Andakt	7
i. Økt satsing i følgende digitale kanaler	7
6. Målgrupper i ulike kanaler	8
7. Milepælsplan	9
8. Samarbeid.....	9

1. Bakgrunn

Kirken står midt i store endringer, krav og forventninger, der en stadig mer fragmentert og mangfoldig medievirkelighet forsterker behovet for en synlig og proaktiv tilstedeværelse. En gjennomført digital satsing er avgjørende for å lykkes.

KR sak 72/18 Digital satsing i Den norske kirke er en konkret oppfølging av Kirkemøtet-vedtaket fra 2017 om digital satsing og medlemskommunikasjon (KM 12/17). KR sak 72/18 ble enstemmig vedtatt på Kirkerådsmøtet i desember 2018, og samtidig vedtok Kirkerådet i sak KR 76/18 Årsplan for de sentralkirkelige råd at digital satsing og kirke på nett skulle være en av to store satsinger i 2019.

På bakgrunn av disse vedtakene besluttet Kirkerådets ledergruppe på sitt møte 14. januar 2019 å opprette prosjektet «Kirke på nett». Dette har nå endret navn til «Det digitale kirkerommet – en relevant, tilstedeværende og tilgjengelig kirke på nett», for å tydeliggjøre enda bedre hva satsingen dreier seg om.

2. Mandat

KM 12/17 beskriver Den norske kirkes utfordringer og muligheter, og vedtaket viser Kirkemøtets store ambisjoner for kirkens digitale nærvær: Kirkens digitale kommunikasjon skal være aktuell og troverdig i sin tilstedeværelse, fremoverlent og offensiv i bruken av ulike plattformer, sette dagsorden og være i forkant, fortelle den gode historien og formidle evangeliet om Jesus. Kirkemøtekomiteen så også utfordringene med ressurser til å øke kommunikasjonskompetansen på alle nivå i Den norske kirke, og oppmuntret Kirkerådet til å se på ambisjonsnivået til Svenska kyrkans kommunikasjonsarbeid.

2.1 Tidshorisont

Bakgrunnen for å prosjektorganisere denne satsingen er å sikre fremdrift, dokumentasjon og systematisk arbeid med noen helt konkrete tiltak for å øke kirkens tilstedeværelse på nett, både kvantitativt og kvalitativt. I dette ligger at en del av de tiltakene som settes i gang, tenkes videreført i alminnelig drift etter prosjektets slutt, og at stillinger som opprettes som en del av satsingen også videreføres. Prosjektet vil derfor ha som hovedmål å sørge for opprettelse/igangsettelse av arbeid og tiltak som er beskrevet i avsnitt 5, noe milepælsplanen også vil bære preg av. Prosjektperioden er derfor definert til 01.01.2019-31.12.2019.

2.2 Overordnet digital strategi

Kirkerådet ønsker at kirkens digitale kommunikasjon skal

- Berøre mennesker med kristendommens sentrale budskap
- Peke på kirkens relevans i menneskers liv og vise at kirken bryr seg om enkeltmennesket
- Skape stolthet blant ansatte
- Høvle ned terskelen inn i kirkerommet og skape lyst til å utforske kirken og dens ulike tilbud
- Virke rekrutterende til arbeid og frivillighet

- Tekstlig og visuelt speile samfunnets mangfold, både i form av etnisitet, geografi, kjønn og alder.

3. Organisering

a. Prosjekteier

Kirkerådet ved/Ingeborg Dybvig

b. Prosjektleder

Kristine Ekeberg Andersen

c. Styringsgruppe

Ledergruppen i kirkerådets sekretariat

d. Arbeidsgrupper

Det er etablert flere ulike arbeidsgrupper for de ulike del-satsingene som er skissert i kirkerådssaken, se punkt 5. Disse gruppene er i ferd med å bli bemannet nå begynnelsen av februar 2019), og i første statusrapport ved utgangen av februar 2019 vil det foreligge flere detaljer om navn og geografisk fordeling.

Første statusrapport på prosjektet vil foreligge ved utgangen av februar 2019 og vil blant annet inneholde oversikt over etablerte arbeidsgrupper og deres skisserte fremdriftsplaner.

4. Generelle satsingsområder

Noen overordnede satsingsområder er viktige elementer for å bygge en mer tilstedeværende digital kirke på alle flater. Fellesnevneren er å forenkle, fornye og forbedre arbeidet og disse satsingsområdene vil gå igjen også i flere av Kirkerådets prosjekter og satsinger for 2019:

- **Historiefortelling:** Fortelle flere historier – med mennesker, erfaringer faktakunnskap, refleksjon og rom for ettertanke. Historiene kan være i ulike format, film eller tekst
- **Tonalitet:** Kirkens ord, historier, tekster og filmer – all kommunikasjon – skal berøre og skape engasjement. Kirkens tonalitet (tone of voice) i tekster på kirken.no skal gjennomgås og forenkles, det enkle og varme språket skal kombineres med enkelt brukergrensesnitt.
- **Økt bruk av film og animasjon:** Filmbruk skal økes betydelig, både på kirken.no og i SoMe. Filmene skal passe inn med tanke på de ulike kanalenes primærmålgruppe.
- **Mer strømming:** Med strømming kan flere delta på et arrangement i sanntid, samtidig som det er tilgjengelig i ettertid. Det nasjonale strømmetilbudet skal utvides, blant annet med å strømme andakter. Erfaring med og kompetanse på strømming skal deles med bispedømmer. Det må også arbeides med strømmingens utfordringer mtp personvern og musikkrettigheter.

- **Visuell strategi – bedre bilder:** Kirkerådet bruker flere gratis bildebanker, men regelmessig fornying av egen bildebank er viktig både nasjonalt og regionalt, og også viktig i forhold til personvern og rettigheter.
- **Flere interaktive tjenester:** Interaktive tjenester gjør det enkelt for medlemmet å melde seg på til kirkelige handlinger og aktiviteter, stille spørsmål og få informasjon. Menighetskontorers begrensede åpningstider gjør dette ekstra viktig, men manglende felles tekniske løsninger er utfordrende. Kirkerådet vil likevel fokusere mer på dette.

5. Tiltak og arbeidsgrupper

Det er satt opp arbeidsgrupper til hvert enkelt tiltak, og frister ligger i milepælsplanen avsnitt 7.

a. Medlemsundersøkelse

Undersøkelsen skal bygge på tidligere gjennomførte undersøkelser, og bidra til en langt mer konkret kunnskap om Den norske kirkes medlemmer enn det vi har i dag, blant annet knyttet til sammenhengen mellom tro og deltakelse i ulike kirkelige arrangement og aktiviteter. Med en så stor og fragmentert medlemsmasse er vi avhengige av god og oppdatert kompetanse for å kunne spisse vår kommunikasjon rettet mot ulike målgrupper. Resultatene skal brukes både nasjonalt og regionalt, og legge til rette for tiltak for å øke deltakelse og engasjement som i større grad bygger på medlemmenes egne tilbakemeldinger.

b. SoMe-konferanse for prester/diakoner

For å oppfylle ønsket om mer kompetanse inn i SoMe-arbeidet, trengs prester/diakoner/kateketer som er interessert i å arbeide med dette, både på nasjonalt nivå og lokalt. For å finne frem til disse og for å øke kompetansen rundt strategisk bruk av SoMe på alle nivå i kirken, planlegges en konferanse, der prester/diakoner/kateketer fra hele landet inviteres. I tillegg inviteres nettprestene i Sjømannskirken. Det er viktig at alle bispedømmer og også samisk språkkompetanse er representert. Som beskrevet i avsnitt i, har Kirkerådets kommunikasjonsavdeling vurdert Facebook, Instagram og Twitter som de mest relevante kanaler å være tilstede i. Men dette gjelder for de nasjonale kanalene. Regionalt og lokalt finnes det etter hvert en del kompetanse på bruk av blant annet Snapchat, og dette er kompetanse som vil være viktig å få samlet så vi får kartlagt den totale kirkelige tilstedeværelsen på nett, både nasjonalt, regionalt og lokalt. Målet må være å sikre lokalt eierskap og særegenhet, men en helhetlig strategi og kompetansedeling.

c. SoMe-vaktordning 24/7

Det planlegges å etablere et vaktteam bestående av maksimum 10 kommunikasjonsmedarbeidere, prester, diakoner og kateketer. En slik modell sikrer bred kirkelig kompetanse, god geografisk fordeling, god kjønnsfordeling og bokmål/nynorsk og samisk språkkompetanse. Det krever en del ressurser å være aktivt tilstede i sosiale medier. Medlemmer og andre tar kontakt via direkte meldinger med spørsmål om både teologisk, eksistensiell og praktisk karakter, vi skaper til tider stort engasjement med våre publiserte poster. Da er det viktig at vi sikrer en organisering så vi er i stand til å svare, moderere og følge opp de som ønsker dialog.

d. Videreutvikling av samarbeidet med nettprestene/nettkirken

Kirkerådet har i en årrekke hatt et tett samarbeid med Sjømannskirken om nettprestetjenesten, og også de siste årene vært med på å finansiere en god del av dette arbeidet. Dette samarbeidet skal forsterkes i 2019. Vi opplever at mange ønsker å snakke med en prest/sjelesørger i det digitale kirkerommet fordi det fysiske kirkerommet oppleves utilgjengelig. Vi har vurdert å opprette en egen chatte-tjeneste, men ønsker heller å være med å styrke og utvide tilbudet til nettprestene som har en etablert infrastruktur og organisasjon som fungerer godt i dag.

e. Instaprest/Snap-prest

Kirkerådets kommunikasjonsavdeling ønsker i første omgang å etablere en «Instaprest» som også kan bruke Snap som kanal. Målgruppen er unge og deres hverdag og virkelighet, tro, tvil, verdispørsmål og mening med livet. Selv om et utgangspunkt for denne satsingen er @helsesista, er det mer aktuelt å etablere en gruppe som står bak denne kontoen, og ikke kun profilere en person. Planen er blant annet lagt frem for Ufung – Kirkerådets utvalg for ungdomsspørsmål som har besluttet å legge frem saken for Ungdommens Kirkemøte høsten 2019. Innspillene herfra vil bli viktige i videreutviklingen av en slik konto.

f. Bønnestund

Det inviteres til forbønn på Facebook på en gitt dag og tidsrom. Bønnene fordeles i sanntid til et presteteam, som besvarer hver enkelt bønn. For mange er det digitale kirkerommet det eneste kirkerommet de er i berøring med. Målet med å invitere til en slik bønnestund er blant annet å skape et helt konkret fellesskap også i det digitale kirkerommet. Selv om man ikke fysisk er tilstede i samme rom vil deltakerne oppleve en umiddelbarhet og nærhet til hverandre og til prestene som responderer i sanntid. Erfaringer fra Svenska kyrkan som har gjennomført dette flere ganger er at responsen er så stor at prestene blir sittende lenge etter de gitte tidsrammene er avsluttet for å sørge for at alle får svar og blir bedt for.

g. Tanker til helgen

En ny og mer digitalt tilpasset versjon av nettprestenes søndagstanker. En gruppe prester inviteres til å skrive kortere og enklere tekster med utgangspunkt i søndagens tekst. Utdrag fra disse tekstene kan også filmes med vedkommende prest. Ideelt sett er også vedkommende prest med og svarer på kommentarer i kommentarfeltet den dagen teksten legges ut.

h. Andakt

En kort andakt (5-6 minutter) som strømmes direkte og som senere blir liggende tilgjengelig. Et viktig mål vil være å sikre andaktsholdere fra hele landet, av ulike kjønn, alder og med ulik dialekt – inkludert andakter på samisk.

i. Økt satsing i følgende digitale kanaler

- **Kirken.no:** Høsten 2018 startet et større arbeid med å oppgradere kirken.no både innholdsmessig og funksjonelt, og dette arbeidet fortsetter utover i 2019. Kort oppsummert skal kirken.no sikre en sømløs brukeropplevelse med enkeltmedlemmet som hovedmålgruppe. Kirken.no skal være handlingsstyrt og gi svar og løse oppgaver for brukeren. Mobilskjermen blir styrende i forhold til innhold (mobile first), navigasjonen blir langt mer brukervennlig og

etter hvert skal det integreres langt flere interaktive tjenester enn i dag. Søk etter enhet vil basere seg både på adresse, men også geolokasjon og man vil kunne søke etter gudstjeneste i «min nærmeste kirke». Informasjonen som frontes vil først og fremst ha et praktisk tilsnitt, med de tyngre teologiske tekstene fortsatt tilstede, men ikke som det første man ser.

Det vil etableres følgende samlesider på kirken.no:

- Oversikt over og lenker til ulike blogger fra prester, andre kirkelige ansatte og andre aktører i kirken
- På samme måte som for blogger, etablere en samle side med oversikt over gode og relevante podcaster (f. eks «For Gud og hvermann» fra Hamar bispedømme og «Nyhus og Dokka» fra Vårt Land»
- **Facebook:** Det søkes å spisse arbeidet med den nasjonale Facebook-side. Poster som handler om tro og liv vil bli rendyrket, knyttet til årets kristne høytider og ritualer, andre type merkedager og hendelser. Dialog, interaktivitet, nærhet og tilstedeværelse vil bli prioritert. Filmer og gode bilder vil bli vektlagt.
- **Instagram og snap:** Instagram vil fortsette å være et satsningsområde, hovedsakelig med fokus på etablering av Instaprest (se punkt 5 c). Snap vil ikke bli en prioritert satsing, men vi vil fortsette å hente erfaringer fra de enhetene som bruker Snap i dag.
- **Twitter:** vil fortsatt være Kirkerådets hovedkanal for spredning av nyheter, debattinnlegg og kronikker, da Twitter er best egnet til korte, konkrete utspill og deling av informasjon via lenker til andre nettsteder.
- **Kirkebakken:** Intranettet ble lansert juni 2015 og pr 2019 er det i overkant 6000 brukere registrert. Det er et positivt antall, men utfordringen er å sørge for at disse er aktive brukere, samt få resten av de ansatte inn på løsningen. Videre satsing på Kirkebakken består i å øke bruken av Kirkebakken som verktøy-kasse på alle nivåer, publisere flere ressursdokumenter, retningslinjer og annet innhold som forenkler arbeidshverdagen – samt integrere andre sider og ressurssteder som ressursbanken.no og trykksak.no. Det gjøres mindre tilpasninger kontinuerlig, senest muligheten til å kunne like og kommentere aktuelt saker. I løpet av første kvartal 2019 vil vi ha oppgradert Sharepoint til Sharepoint online som vil gjøre samhandlingsdelen smidigere og mer oppgradert både hva gjelder design og funksjonelt. Arbeidet vil gå raskere og tilgangen til en egen Sharepoint app vil gjøre arbeidsrommene langt mer tilgjengelige og brukervennlige også fra mobil.

6. Målgrupper i ulike kanaler

Kanal	Primærmålgruppe
Kirken.no	«Folk flest», brukere av kirkens tjenester. Media
Facebook hovedkonto*	Mennesker som er interessert i tro, tvil
Insta hovedkonto	Unge 15-30

Twitter hovedkonto	Media, meningsbærere, beslutningstakere
Kirkebakken	Ansatte og aktive frivillige

*Med hovedkonto menes kirkens nasjonale konto i den aktuelle kanalen. Mer spesifikke konti, f.eks Grønn kirke på Facebook, kan ha en annen primærmålgruppe

7. Milepælsplan

ID	Dato	Leveranse
BP1	04.02.2019	Prosjektplan versjon 1.0 vedtatt
MP1	Q1 2019	Etablering av SoMe-vaktordning
MP2	Q1 2019	Oppstart bønnestund på Facebook
MP3	Mars 2019	Sharepoint online implementert på Kirkebakken
MP4	Våren 2019	Gjennomføring SoME-konferanse for prester/diakoner
MP5	Jan-juni 2019	Oppstart strømming av andakt
MP6	Q2 2019	Etablere «tanker til helgen»
MP7	Mai 2019	Kirken.no 2.0 i drift
MP8	Q2 2019	Etablere bloggside på kirken.no
MP9	Q2 2019	Etablere podcasts side på kirken.no

8. Samarbeid

For å lykkes i en økt digital satsing er et godt og tett samarbeid i kirken helt avgjørende.

Kommunikasjonsmedarbeiderne rundt om i landet, både på bispedømmekontorer, i kirkelige fellestråd og i en del av de større menighetene er en viktig, eksisterende ressurs som må være en del av denne satsingen. Kommunikasjon er et fag, og for å lykkes i å være en proaktiv kirke på nett er det nødvendig med kompetanseheving og kompetansedeling i alle ledd, i form av verktøykasser med kursing, gode og enkle maler, veiledninger, bildebank og annet materiell som i praksis gjør det digitale arbeidet enklere, særlig for de som arbeider på menighetsnivå.

Intensjonen er at arbeidsgruppene nevnt i avsnitt 5 skal være tverrgeografisk sammensatt – både for å sikre forankring på tvers av enhetene; men også for å sikre bred og god nok kompetanse om virkeligheten i de ulike delene av landet. Dersom dette skal fungere optimalt må kirken samlet ha eierskap til denne satsingen. Det finnes mye god og viktig kompetanse i det store kirkelandskapet, både på bruk av digitale og sosiale medier, men også på den virkeligheten som er hverdagen ute. Hvis vi skal nå frem i jungelen av budskap og kanaler må vi være målrettet og relevant og da må vi ha kunnskap om helheten – både muligheter, ønsker og behov. Hvis denne satsingen lykkes vil dette kunne medføre et betydelig omdømmeløft for Den norske kirke, vi vil fremstå som profesjonelle, offensive og vise at vi tar vårt mandat som Norges største medlemsorganisasjon på alvor ved at vi setter medlemmenes behov og krav først.

