



Burson·Marsteller

Evalueringsrapport – Klimavalg 2013

November 2013

Innhold

1. Bakgrunn.....	3
2. Medieanalyse	4
3. Befolkningsundersøkelse.....	9
4. Intern questback.....	13
5. Intervjuer med politikere	17
6. Konklusjoner og anbefalinger.....	21
7. Appendiks	23
7.1. Spørsmålsbatteri befolkningsundersøkelse	23
7.2. Spørsmålsbatteri: Questback	25
7.3. Spørsmål til politikere.....	27

1. Bakgrunn

Burson-Marsteller (B-M) har på oppdrag fra Kirkerådet gjennomført en evaluering av oppfatninger av kirkens deltakelse i alliansen Klimavalg 2013. Deltakelse i kampanjen er vedtatt på Kirkemøtet i 2012 og 2013. Prosjektet Skaperverk og bærekraft (SoB) initierte en egen kommunikasjonsplan i tilknytning til eiernes deltakelse i kampanjen vinteren 2012. Planen har vært ledet og drevet av Kirkerådets kommunikasjonsavdeling.

Evalueringen er initiert med utgangspunkt i at verken Kirkerådet eller Mellomkirkelig råd, herunder KUI – Den norske kirkes nord-sør informasjon tidligere har gått inn i en sammenlignbar nasjonal kampanje, eller benyttet seg av strategisk kommunikasjonsarbeid i en kampanjeperiode for å oppnå ett av sine overordnede mål om økt kunnskap og oppmerksomhet om klima- og miljørelaterte verdipørsmål.

Den norske kirkes nord-/sør-informasjon har en fireårig rammeavtale over Norads støtteordning til frivillige organisasjoners opplysningsarbeid, Folkeopplysning i en ny tid.

I retningslinjene for tildelingen står det at støtten skal «bidra til at aktørene kan ivareta rollen som pådrivere i den offentlige utviklingsdebatten» og at det er «forventet at tilskuddsmottakerne setter dagsorden og deltar i det offentlige ordskiftet om disse spørsmålene». Støtten skal videre «bidra til at frivillige organisasjoner kan representere et kritisk korrektiv til myndighetenes politikk og ivareta rollen som pådrivere og vaktbikkjer i utviklingspolitiske beslutningsprosesser». Ordningen skal også videreutvikle kompetansen i organisasjonene, både når det gjelder informasjonsfaglige spørsmål og utviklingsspørsmål. Med bakgrunn i dette vurderte Den norske kirkes nord/sør informasjon det som hensiktsmessig å bidra aktivt med ressurser til Den norske kirkes gjennomføring av kampanjearbeidet.

Hensikten med denne evalueringen er å gi en vurdering av hvorvidt Den norske kirkes deltakelse har bidratt til å skape oppmerksomhet om klimasaken, samt hvorvidt arbeidsmetoden «kampanjevirkosomhet» har vært formålstjenlig for å nå bredere ut både internt i Den norske kirke og eksternt overfor offentligheten, i hvor stor grad deltakelsen er blitt oppfattet, og hvorvidt deltakelsen oppfattes som positiv.

Det er ikke gjennomført nullpunktmålinger forut for kampanjen, og funnene i de ulike undersøkelsene har derfor ikke noe sammenligningsgrunnlag. Dette betyr at rapporten ikke kan gi fullgode svar på hvilke effekter kampanjen har hatt. Vi har tatt høyde for dette i utarbeidelsen av spørsmålsbatteriene. Det er vår anbefaling at kirken ved senere kampanjer foretar en nullpunktmåling. Når vi omtaler «kirken» her og i det følgende viser vi til «Den norske kirke».

Evalueringsrapporten består av fire ulike undersøkelser:

- 1) Medieanalyse
- 2) Befolkningsundersøkelse
- 3) Intern questback
- 4) Intervjuer med politikere

Undersøkelsene kombinerer kvantitative og kvalitative parametere. Hver delundersøkelse innledes med en kort redegjørelse for spørsmål og metode og gir deretter en oppsummering av de viktigste

funnene, samt noen kommunikasjonsfaglige vurderinger. Evalueringsrapporten avsluttes med noen overordnede konklusjoner basert på alle de fire delundersøkelsene. Spørsmålsbatteriene for undersøkelsene er lagt i et appendiks.

Følgende personer fra B-M har bistått med intervjuer og rapport: Julie R. Andersen, Ida Holen og Åste Dahle Sundet.

Oslo, 13. november 2013

2. Medieanalyse

Som del av evalueringen av Den norske kirkes deltakelse i alliansen Klimavalg 2013, har Burson-Marsteller (B-M) gjennomført en medieanalyse for perioden 1. januar til 9. oktober 2013. B-M har brukt Intermedium som kilde og gjort et hovedsøk for hele perioden med følgende søkemetode og søkeord:

The screenshot shows the search interface of Intermedium. It features a header with options: 'Hvordan vil du søke', 'Søk i', 'A/a', and 'Søkeord'. Below this are six search rows, each with a dropdown menu for search criteria, a dropdown for search scope, a checkbox for 'Hele teksten', and a search box with a search term and options to 'Kombinere med' or 'Ekskludere ord'.

Hvordan vil du søke	Søk i	A/a	Søkeord
Ord i nærheten av hverandre (1-50)	Hele teksten	<input checked="" type="checkbox"/>	Kirken* klimarettferdighet* Kombinere med og/eller Ekskludere ord
Ord i nærheten av hverandre (1-50)	Hele teksten	<input checked="" type="checkbox"/>	Kirke klimarettferdighet* Kombinere med og/eller Ekskludere ord
Ord i nærheten av hverandre (1-15)	Hele teksten	<input type="checkbox"/>	Den Norske Kirke miljø* Kombinere med og/eller Ekskludere ord
Alle ordene må være med	Hele teksten	<input type="checkbox"/>	Klimavalg* Kombinere med(1) og/eller Ekskludere ord
Ord i nærheten av hverandre (1-10)	Hele teksten	<input checked="" type="checkbox"/>	Kirken miljø* Kombinere med og/eller Ekskludere ord
Ord i nærheten av hverandre (1-15)	Hele teksten	<input type="checkbox"/>	Den Norske Kirke klima* Kombinere med og/eller Ekskludere ord

Figur 1: Søkemetode og søkeord i Intermedium

B-M har også gjort et parallellsøk i samme periode på tolv navngitte personer som har uttalt seg om Klimavalg 2013. Disse er:

- Ingeborg Midttømme, biskop i Møre
- Helga Haugland Byfuglien, preses
- Tor B. Jørgensen, biskop i Sør-Hålogaland
- Atle Sommerfeldt, biskop i Borg
- Halvor Nordhaug, biskop i Bjørgvin
- Laila Riksaasen Dahl, biskop i Tunsberg
- Stein Reinertsen, biskop i Agder og Telemark
- Paul Erik Wirgenes, prosjektleder i Den norske kirke
- Hans Jürgen Schorre, seniorrådgiver Kirkerådet, koordinator for Kirkelig nettverk for miljø, forbruk og rettferd
- Svein Arne Lindø, leder i Kirkerådet

- Per Ivar Våje, prosjektkoordinator for Skaperverk og bærekraft
- Knut Refsdal, generalsekretær i Norges Kristne Råd

Hoveddelen av analysen er kvantitativ. Her vurderes antallet mediesaker som omhandler Den norske kirke og Klimavalg 2013, hvilken medietype som dominerer, hvilke redaksjoner som har omtalt saken, samt spredning av sakene både geografisk og tidsmessig. Dette gir et godt bilde av hvordan dekningen har vært samlet sett.

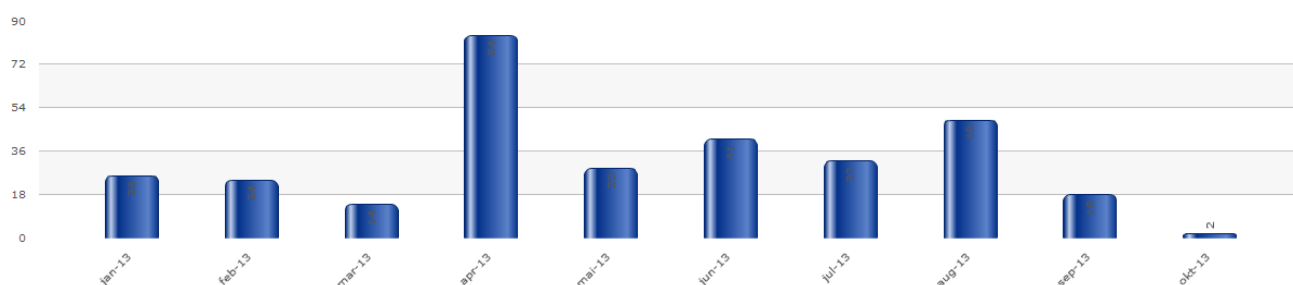
Parallellsøket av enkeltpersoner er mer kvalitativt. Også her er antallet saker og medietypen kartlagt, men B-M har i tillegg vektet disse artiklene som positive, nøytrale eller negative. Dette gir kunnskap om valøren i sakene der representanter for Den norske kirke uttaler seg eller er omtalt. Parallellsøket av enkeltpersoner er slått sammen til ett søk. Analysen går med andre ord ikke ned på personnivå. Vektingen er gjort etter følgende modell:

- Positiv: Artikler der kirken i hovedsak kommer positivt ut eller der talspersonen uttaler seg positivt om kirkens klimaengasjement
- Negativ: Artikler der kirken i hovedsak kommer negativt ut eller der talspersonen uttaler seg negativt om kirkens klimaengasjement
- Nøytral: Artikler der kirken verken kommer positivt eller negativt ut, eller saker som inneholder nøktern referanse til kirkens engasjement i klimasaken.

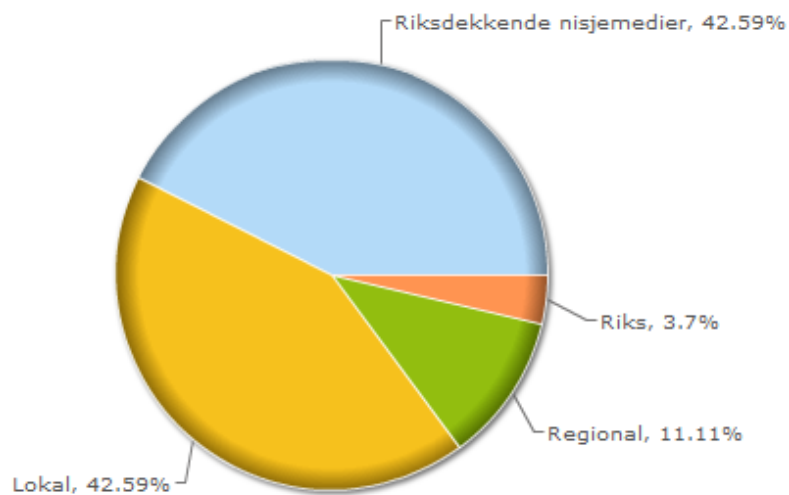
Drøyt 30 prosent av artiklene vektet. I arbeidet med vektingen av artiklene, er irrelevante treff slettet. Dette er saker som inneholder søkeordene, men som likevel ikke handler om kirkens engasjement innen klima og miljø. Denne gjennomgangen har bidratt til å redusere feilmarginen i hovedsøket.

Funn hovedsøk

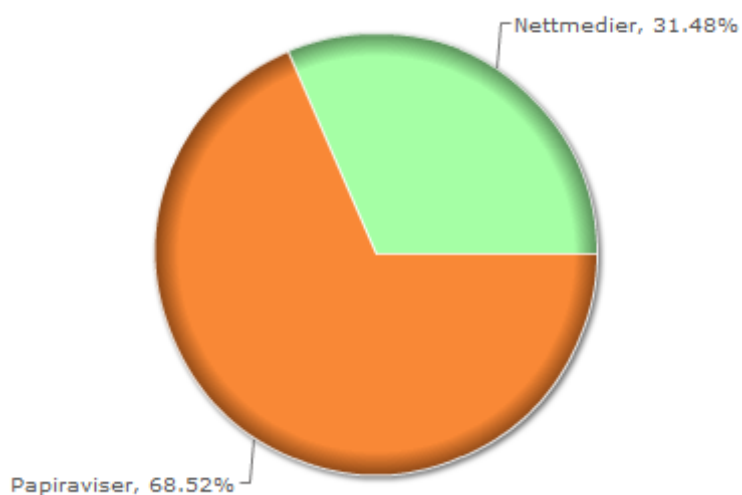
Fra 1. januar til 9. oktober 2013 er det publisert 319 artikler om kirkens miljøengasjement i norske medier. Figurene under viser tidsmessig fordeling av disse artiklene, samt hvilken medietype og hvilke redaksjoner som dominerer. I tillegg har vi lagt inn en geografisk fordeling av de regionale og lokale sakene.



Figur 2: Antall artikler fordelt per måned (1. jan.- 9. okt. 2013)

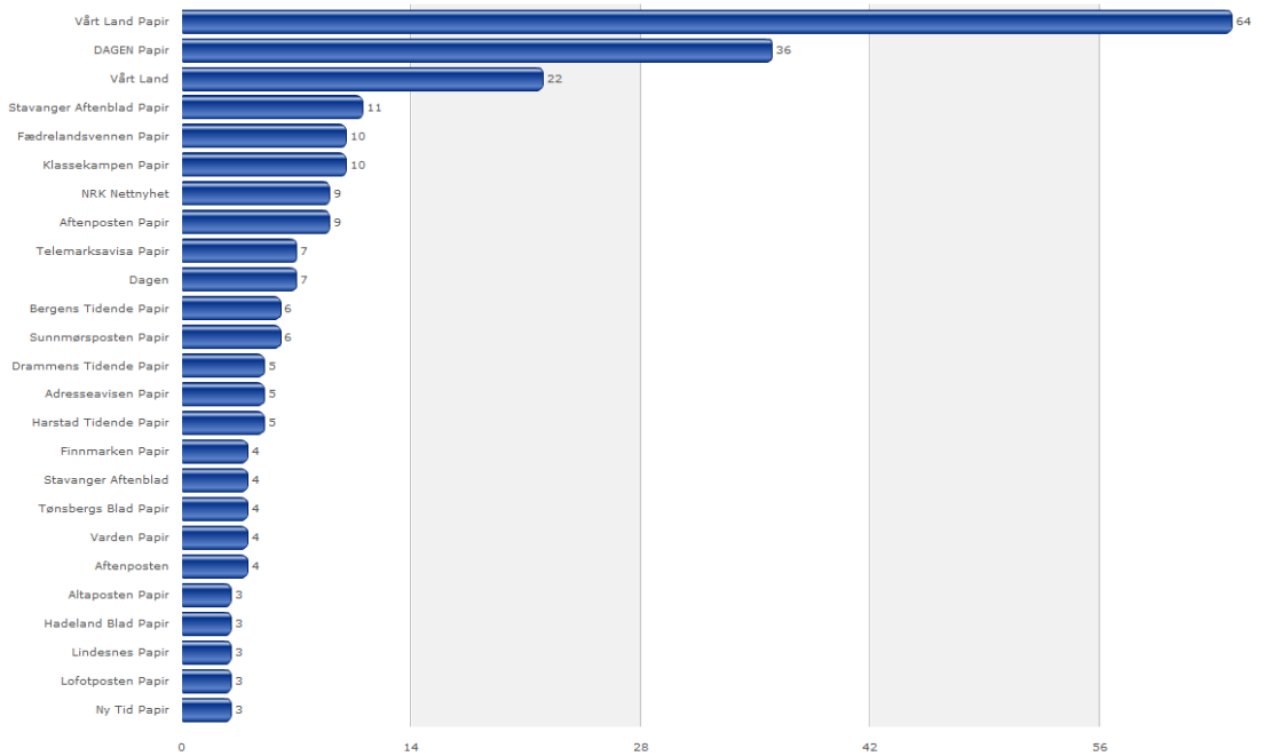


Figur 3: Artikkene fordelt på medietype



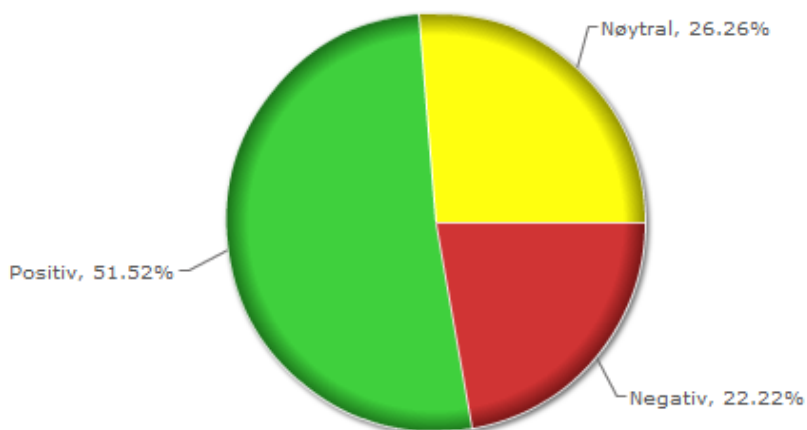
Figur 4: Artikkene fordelt på papir og nett

Blant redaksjonene er det avisen Vårt Land som har omtalt kirkens klimaengasjement hyppigst, med 64 artikler i papirutgaven og 22 artikler i nettutgaven. Avisen DAGEN har 36 saker på trykk i papirutgaven og sju saker på nett i perioden. Deretter følger Stavanger Aftenblad med elleve saker i papirutgaven og fire saker på nett, etterfulgt av Klassekampen og Fædrelandsvennen, begge med ti saker.

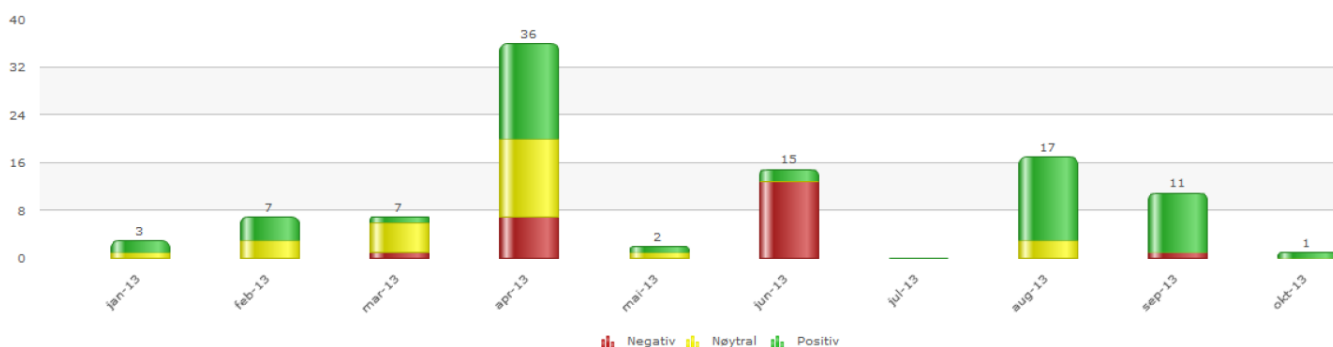


Figur 5: Omtalen fordelt på redaksjoner (topp 25)

Blant regionale og lokale medier er det størst dekning av saken i media i Vest-Agder fylke, med 19 registrerte mediesaker i perioden. Deretter følger fylkene Oslo og Rogaland med 14 saker hver, etterfulgt av Hordaland med tolv saker og Telemark og Buskerud, begge med elleve saker. I den andre enden av skalaen finner vi Sør-Trøndelag med to mediesaker og Sogn og Fjordane med null saker.



Figur 7: Artikkene etter vekting



Figur 8: Vektete artikler fordelt per måned, antall

Kommunikasjonsfaglige vurderinger

Totalt sett er antallet saker lavt med tanke på at sakene er solgt inn i en kampanjesammenheng. For å skape dagsorden og sette et varig fotavtrykk i ordsiftet er det nødvendig med mange mediasaker over et kort tidsrom. Medieomtalen har dessuten lite bredde. Vårt Land og DAGEN dominerer, og geografisk sett har kirken mest omtale på Sørlandet og Sør-Vestlandet.

Over halvparten av de vektete sakene er positive, mens drøyt to av ti saker er negative. Det viser at kirken som hovedregel kommer positivt eller nøytralt ut når en av kirkens talspersoner uttaler seg til, eller er omtalt i, media. De aller fleste negative sakene er knyttet til Framtiden i våre hendes rangering av politiske partier.

3. Befolkningsundersøkelse

For å kartlegge velgernes synspunkter på Den norske kirkes engasjement i Klimavalg 2013, er det gjennomført en befolkningsundersøkelse. Den er gjennomført som en webundersøkelse med 1000 respondenter over 18 år. Utvalget er landsrepresentativt, og undersøkelsen er gjort av Opinion Perduco i ukene 42 og 43 i 2013. Undersøkelsen gir grunnlag for å bryte ned materialet i undergrupper basert på variablene kjønn og alder. Det er ikke lagt vekt på geografisk representativitet blant respondentene. Spørsmålsbatteriet er utviklet i samarbeid med Kirkerådet.

Siden det ikke ble gjennomført en nullpunktmåling før arbeidet med Klimavalg 2013, er høstens befolkningsundersøkelse å betrakte som en temperaturmåling. Undersøkelsen gir først om fremst svar på hvorvidt velgerne har oppfattet kirkens engasjement i klima- og miljøraken og om de har hørt om alliansen Klimavalg 2013.

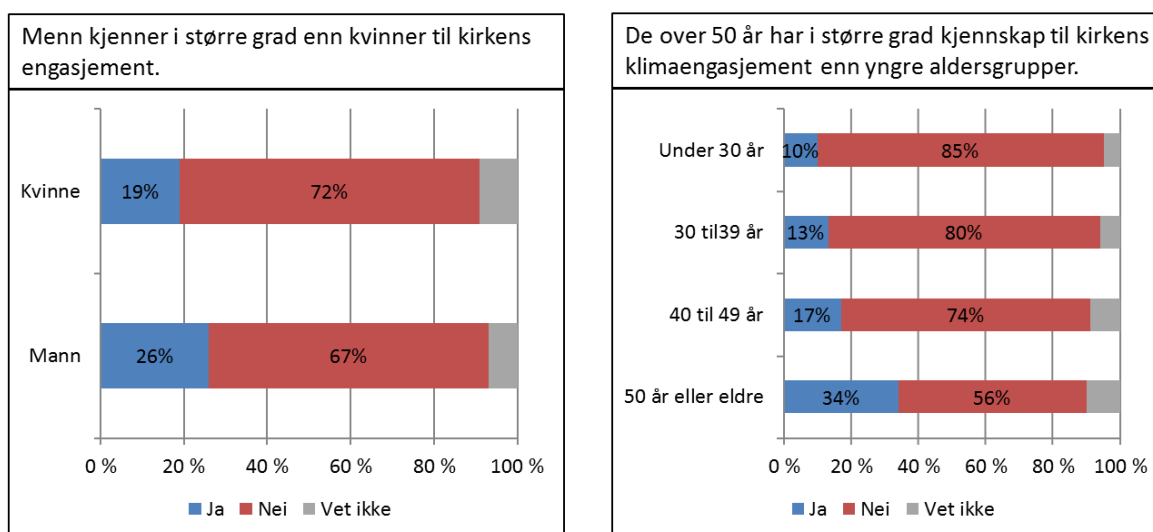
Funn

I befolkningsundersøkelsen svarer to av ti (22 prosent) at de har lagt merke til at kirken har engasjert seg i spørsmål om klima og miljø det siste året. Nesten sju av ti (69 prosent) svarer nei på spørsmålet, mens nesten én av ti (8 prosent) svarer at de ikke vet. Respondentene svarer omtrent likt på spørsmålet om de har hørt om Klimavalg 2013. 21 prosent svarer ja, 69 prosent svarer nei og 10 prosent svarer vet ikke.

Menn kjenner i større grad enn kvinner til kirkens engasjement. 26 prosent av de mannlige respondentene svarte ja på spørsmålet om de hadde lagt merke til kirkens engasjement, mens 19 prosent av de kvinnelige respondentene svarte ja på dette. Undersøkelsen viser også at de over 50 år i større grad enn yngre aldersgrupper hadde lagt merke til engasjementet. Blant respondentene på 50 år eller eldre, svarte 34 prosent ja på spørsmålet. Det er dobbelt så mange som i aldersgruppen 40-49 år, der bare 17 prosent svarte ja.

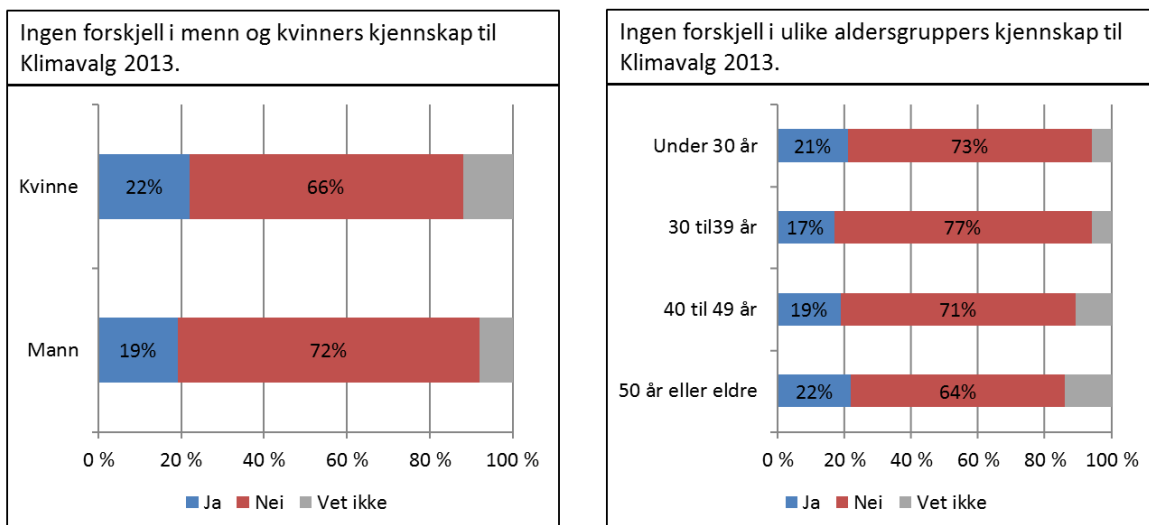
Kjennskapet til alliansen Klimavalg 2013 er så å si likt for kvinner og menn og for ulike aldersgrupper.

Har du lagt merke til at kirken har engasjert seg i spørsmål om klima og miljø det siste året?



Figur 9: Kjønn og alder på spørsmål om man har lagt merke til kirkens engasjement.

Har du hørt om Klimavalg 2013

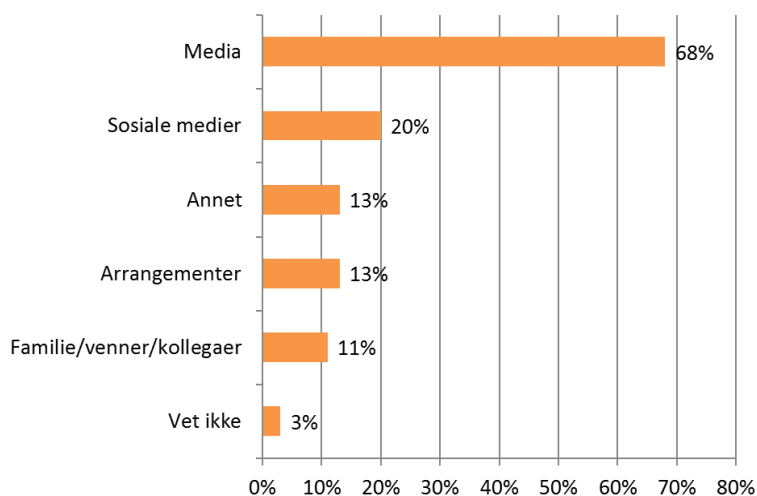


Figur 10: Kjønn og alder på spørsmål om man hørt om Klimavalg 2013

Det er generelt sett få som har oppfattet at kirken deltok i alliansen Klimavalg 2013. Blant de som har hørt om Klimavalg 2013, er det 29 prosent som har fått med seg at kirken var en del av alliansen. Av hele befolkningen er det 6 prosent som både har hørt om Klimavalg 2013 og som har fått med seg at kirken var en del av alliansen. Det er en marginal forskjell i menn og kvinners kjennskap til kirkens deltakelse i Klimavalg 2013. De under 30 år har betraktelig mindre kjennskap til kirkens deltakelse enn eldre aldersgrupper.

Media er den viktigste kilden til kunnskap om at kirken var en del av alliansen Klimavalg 2013. Selv om antallet respondenter som kjenner til deltakelsen i alliansen, er svært få (59 personer), er det verdt å legge merke til at nesten sju av ti (68 prosent) fikk høre om deltakelsen gjennom media.

Hvordan fikk du høre at Den norske kirke var del av alliansen Klimavalg 2013? (n=de som kjenner til at Den norske kirke var en del av Klimavalg 2013 (59))

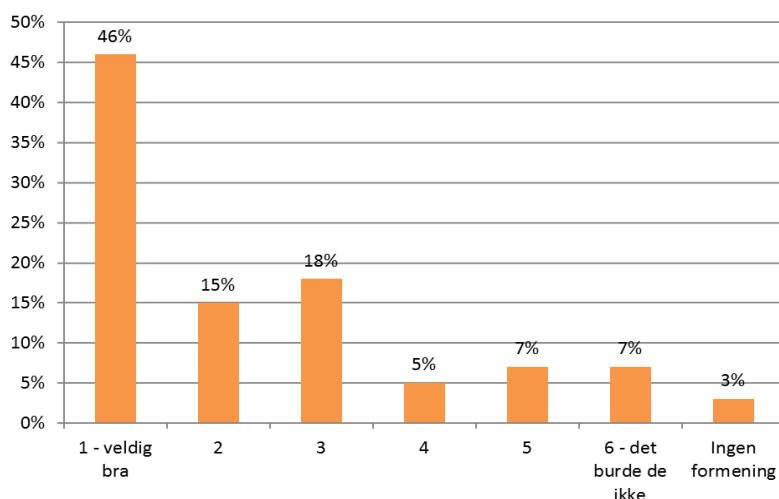


Figur 11: Kilde til kjennskap

Blant respondentene som kjente til kirkens engasjement i Klimavalg 2013, svarer nesten åtte av ti (79 prosent) at de synes engasjementet er bra eller veldig bra. Nesten to av ti (19 prosent) er mer negative og heller mot at kirken ikke burde deltatt i Klimavalg 2013.

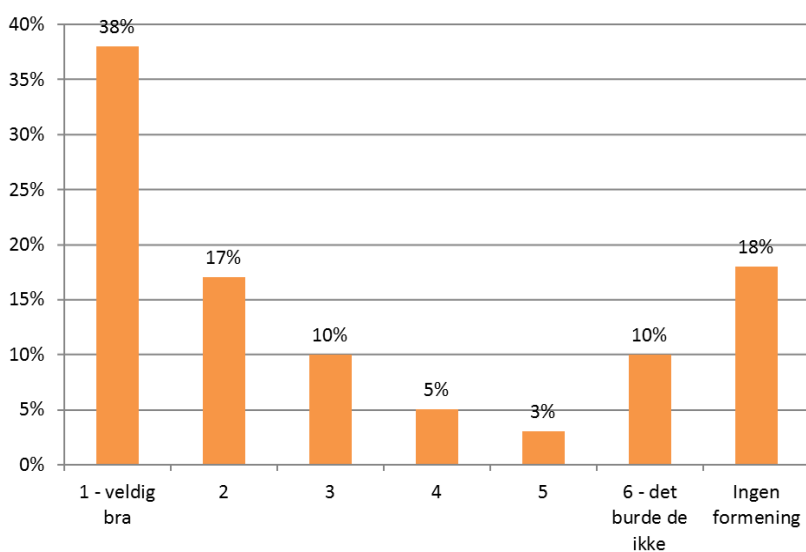
Også blant respondentene som ikke kjente til kirkens deltakelse i alliansen, er flertallet (65 prosent) positive til engasjementet, men denne gruppen er noe mindre positive enn gruppen som kjente til engasjementet fra før.

Hva synes du om at kirken deltok i Klimavalg 2013 på en skala fra 1-6, der 1 er «veldig bra» og 6 er «det burde de ikke»? (n=de som kjenner til at Den norske kirke var en del av Klimavalg 2013 (59))



Figur 12: Synspunkter på kirkens engasjement blant de som kjenner til deltakelsen i Klimavalg 2013

Hva synes du om at kirken deltar i en klimakampanje på en skala fra 1-6, der 1 er «veldig bra» og 6 er «det burde de ikke»? (n=de som har hørt om Klimavalg 2013, men ikke fått med seg at Den norske kirke var en del av alliansen (146))



Figur 13: Synspunkt på kirkens engasjement blant de som ikke kjenner til deltakelsen i Klimavalg 2013

Kommunikasjonsfaglige vurderinger

Undersøkelsen viser at det er lav kjennskap til kirkens engasjement i spørsmål om klima og miljø det siste året. Det er imidlertid høyere kjennskap til kirkens engasjement i spørsmål om klima og miljø enn til alliansen Klimavalg 2013. Dette må ses i sammenheng med at det er svært vanskelig for en stor allianse å framstå samlet og med enhetlige budskap, spesielt i en valgkamp. Foreløpige analyser av årets valgkamp viser at ingen enkeltsaker var fremtredende, og at valgkampen 2013 var tidenes mest fragmenterte. Klimavalg 2013 opererte dermed i et meget krevende landskap der kampen om oppmerksomheten var stor. For å nå gjennom med saken sin i en valgkamp, må man overraske og for Klimavalg 2013 var det sannsynligvis kirkens deltakelse som utgjorde overraskelsesmomentet. Blant de over 90 organisasjonene som støttet Klimavalg 2013, var det mange organisasjoner som jobber med klima og miljøspørsmål i det daglige, og som slik sett var opplagte støttespillere. Når aktører som kirken endrer kurs og løfter fram klima og miljø som satsing, bryter de med forventningene. Dette skaper synlighet, og befolkningsundersøkelsen viser at kjennskap til engasjementet har festet seg hos respondentene som noe positivt.

Den generelt lave kjennskapen til kirkens engasjement tyder på at kommunikasjonsaktivitetene har vært for få eller for svake. Undersøkelsen viser at media har vært en viktig kilde til kjennskap om kirkens engasjement. Dette tyder på at mediarbeidet bør prioriteres høyere i framtidig kampanje- og alliansearbeid.

4. Intern questback

For å kartlegge hvordan kampanjen er oppfattet blant kirkens enheter, er det utført en kort questbackundersøkelse. Undersøkelsen ble sendt til deltakere i Kirkemøtet, samt menighetsrådsledere. For den siste gruppen eksisterer det ikke oppdaterte epostlister, så henvendelsen gikk til menighetskontorene med oppfordring om å videresende til menighetsrådsleder.

Spørsmålsbatteriet er utarbeidet av Burson-Marsteller i samarbeid med Kirkerådet, og undersøkelsen ble gjennomført i perioden 16.-30. oktober 2013.

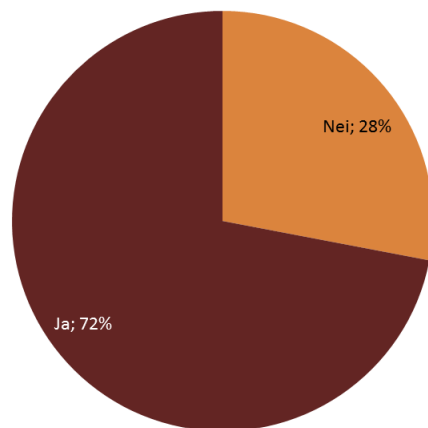
Questbackundersøkelsen hadde potensial til å få rundt 1300 respondenter, men tilbakemeldinger fra Kirkerådet tyder på at et fåtall svarer på interne undersøkelser. På grunn av få svar ble feltperioden noe utvidet underveis, samt at det ble sendt ut en påminnelse om undersøkelsen. 30. oktober var det kommet inn 140 svar. Dette er relativt få sammenlignet med potensialet, og antallet respondenter er for lavt til at det er hensiktsmessig å bryte ned svarene på variablene rolle og alder. I tillegg til å kartlegge hvordan kampanjen er oppfattet ønsket vi også å be om innspill til forbedringer. Undersøkelsen hadde flere spørsmål med åpne svar, noe som øker graden av kvalitativ undersøkelse.

Av de 140 personene som svarte på undersøkelsen, oppga 92 at de er menighetsrådsleder, mens 46 opplyste at de er delegat på Kirkemøtet. To respondenter svarte ikke på spørsmålet om hvilken rolle de har. Når det gjelder alder, var det flest respondenter i aldersgruppen 50-59 år, med 56 respondenter. Deretter fulgte aldersgruppen 60-70 år, med 33 respondenter og aldersgruppen 40-49, med 30 respondenter. Aldersgruppene *under 30 år*, 30-39 år og over 70 år hadde henholdsvis åtte, ni og fem respondenter. To respondenter besvarte ikke spørsmålet om alder.

Funn

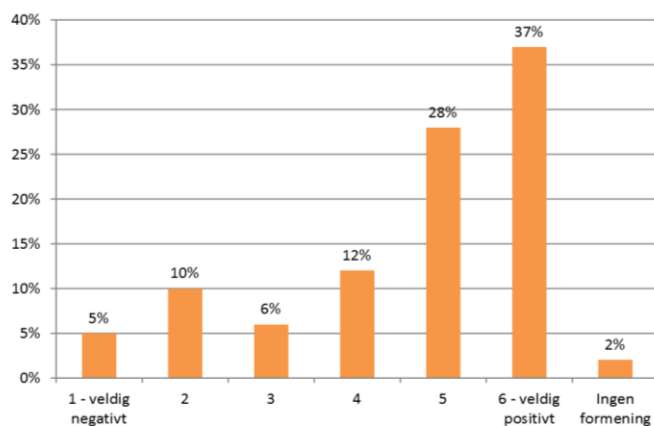
Blant kirkens ansatte er det god kjennskap til kirkens deltakelse i alliansen Klimavalg 2013. Sju av ti (72 prosent) opplyser i undersøkelsen at de var klar over deltakelsen, mens nesten tre av ti (28 prosent) svarer nei på spørsmålet. Blant de som kjente til deltakelsen i alliansen, mener flertallet at det var positivt at kirken deltok. Nesten åtte av ti (77 prosent) svarte at deltakelsen var positiv eller veldig positiv. To av ti (21 prosent) svarer at de synes det var negativt eller veldig negativt at kirken deltok i alliansen.

Var du klar over at Den norske kirke deltok i alliansen Klimavalg 2013?



Figur 14: Kunnskap om kirkens deltakelse i Klimavalg 2013

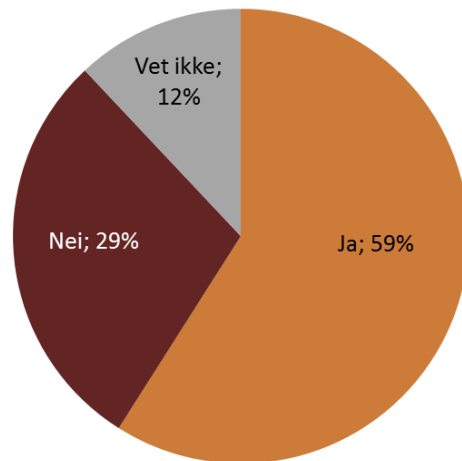
Hva synes du om at kirken deltok i Klimavalg 2013 på en skala fra 1-6, der 1 er «veldig negativt» og 6 er «veldig positivt»? (n=de som kjenner til at Den norske kirke var en del av Klimavalg 2013 (101))



Figur 15: Formening om kirkens deltakelse Klimavalg 2013

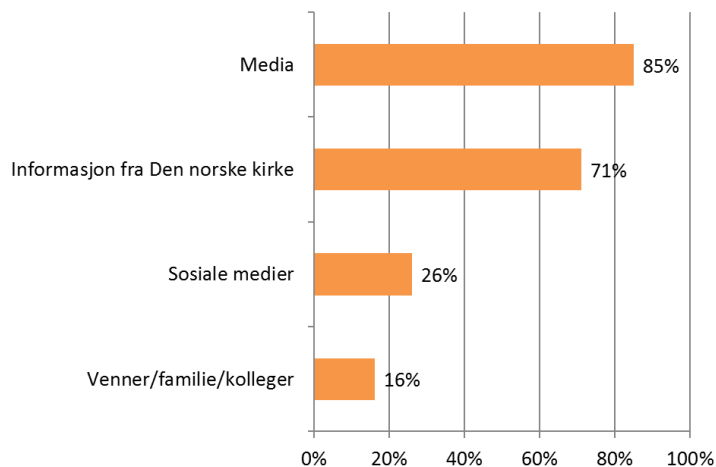
Over halvparten av respondentene har hørt eller lagt merke til utspill fra kirken om Klimavalg 2013 i løpet av året. Nesten seks av ti (59 prosent) svarer ja på dette spørsmålet, mens nesten tre av ti (29 prosent) svarer nei. Én av ti (12 prosent) oppgir at de ikke vet. Blant de som har lagt merke til utspill fra kirken om Klimavalg 2013, oppgir over åtte av ti (85 prosent) media som kilde, mens sju av ti (71 prosent) viser til informasjon fra Den norske kirke. Nesten tre av ti (26 prosent) peker som sosiale medier som kilde.

Har du hørt eller lagt merke til utspill fra Den norske kirke om Klimavalg 2013 i løpet av året?



Figur 16: Andel som har hørt eller lagt merke til utspill fra kirken om Klimavalg 2013

Hvor har du sett eller hørt dette (flere svar mulig)? (n=de som har hørt/lagt merke til utspill fra Den norske kirke om Klimavalg 2013 (82))



Figur 17: Kilde til utspill fra kirken

Åpne svar

I undersøkelsen er det stilt flere åpne spørsmål til respondentene. Både de som stiller seg positive og de som stiller seg negative til kirkens deltakelse i en *klimakampanje*, er bedt om å begrunne dette. I tillegg har vi bedt om tilbakemeldinger, både positive og negative, på kirkens deltakelse i alliansen *Klimavalg 2013*. Til slutt har respondentene fått mulighet til å gi generelle tilbakemeldinger til Kirkerådet på kirkens deltakelse i en *kampanje*. Nedenfor oppsummerer vi tilbakemeldingene som er gitt innenfor disse fire svarkategoriene.

Hvorfor mener du det er bra at kirken deltar i en klimakampanje?

Mange peker på at klima og miljø er viktig og at kirken har et spesielt ansvar i spørsmål om å ta vare på kloden og å forvalte skaperverket. Det fremheves også at kirken bør ha en mening i et så viktig spørsmål fordi kirken bør være en stemme i den offentlige debatten.

Hvorfor mener du det er mindre bra/negativt at kirken deltar i en klimakampanje?

Her trekker flere fram det politiske aspektet alliansen fikk, og de advarer mot «for mye politikk og for lite Jesus» og at kirken bør være «forsiktige med å blande politikk og religion», samt at enkelte av utspillene ble tolket som partipolitisk støtte. Mange mener også at deltakelsen i klimakampanjen gjør at kirken fjerner seg fra eller mister fokus på andre, viktigere oppgaver som å jobbe for en levende folkekirke, være til stede for medlemmene og forkynne Guds ord.

Hva synes du var positivt og hva var negativt ved kirkens deltakelse i Klimavalg 2013?

Mange av respondentene er balanserte i sine svar og gir både positive og negative tilbakemeldinger. Kirkens deltakelse i seg selv, at kirken markerer seg i spørsmålet og bidrar til å sette saken på dagsorden, trekkes fram som positivt av flere. Det fremheves også at kirken var synlig på en folkelig måte og at engasjementet sender positive signaler. På den negative siden framheves at mange oppfattet at alliansen favoriserte enkelte politiske partier. Flere nevner også at andre viktige spørsmål havner i skyggen. I tillegg pekes det på at kirken kom med for ensidige utspill, at kirken ikke satte premissene for debatten, at det ikke var nok utspill og at kirken var for lite synlig. Noen etterlyser også bedre forankring/samarbeid med lokalplanet.

Har du noen generelle tilbakemeldinger til Kirkerådet på at Den norske kirke deltar i kampanjer?

Hovedtrekkene i tilbakemeldingene dreier seg om at kirken ikke bør opptre politisk, i alle fall ikke partipolitisk. Videre tyder tilbakemeldingene på at kampanje kan være et verdifullt virkemiddel, men at kirken må vurdere bruken kritisk og helst bare bruke kampanje i få, grunnleggende, verditunge saker. Ellers risikerer man at kirken involverer seg i for mange saker og mister troverdighet. Kampanjer i kirken må også være tydelig verdiforankret og ikke være populistiske. Det argumenteres også med at kirken skal være for alle og at kampanjer kan støte noen ut/virke ekskluderende. Én advarer mot kampanjer fordi biskopene ofte er talspersoner, og at bispekollegiet er for sprikende til at de kan tale kirkens sak. Blant de som er mest positive til bruken av kampanjer, tas det til orde for at kampanjer kan brukes i saker som angår kristne. Noen etterlyser enda mer engasjement og synlighet, og mener kirken må tåle at det blir reaksjoner.

Kommunikasjonsfaglige vurderinger

Selv om det store flertallet av de spurte har hørt om kirkens deltakelse i Klimavalg 2013 og mange også har oppfattet utspill fra kirken det siste året, er det en betydelig andel som ikke har fått med seg engasjementet. Nesten tre av ti var ikke klar over kirkens deltakelse i alliansen. Det kan tyde på at informasjonen internt ikke har vært god nok, ikke har nådd alle eller ikke er blitt lest/oppfattet. Forankring internt er et sentralt ledd i oppbyggingen av en kampanje, og trolig bør det jobbes enda bedre med dette ved en eventuell ny kampanje. I tillegg til å informere om kampanjen, er det viktig å skape forståelse for hva en kampanje går ut på og hvorfor en kampanje er nødvendig, samt å forberede kirkens enheter på at det vil komme reaksjoner. Dette gjelder spesielt i kampanjer der kirken går i allianse med andre organisasjoner.

Tre av ti av de spurte har ikke hørt eller lagt merke til utspill fra kirken i forbindelse med Klimavalg 2013 det siste året. Dette bekrefter langt på vei at mediedekningen var for lav. Generelt liker folk å lese mediasaker som handler om dem selv, uavhengig av om saken er positiv eller negativ. Når mange av kirkens egne ansatte ikke har oppfattet utspillene fra kirken, tyder det på at kirken ikke har vært tilstrekkelig til stede i de kanalene kirkens ansatte bruker.

5. Intervjuer med politikere

Vi har spurt åtte politikere fra de åtte partiene som er representert på Stortinget om deres oppfatninger av at Den norske kirke deltok i alliansen Klimavalg 2013. Sju av de åtte er stortingspolitikere, mens én tidligere har vært politisk rådgiver på Stortinget og i regjeringen.

Politikerne er valgt ut i samarbeid med Kirkerådets kommunikasjonsavdeling. Utvalget er basert på en oversikt over politikere som har engasjert seg i spørsmålet. Tre av politikere som sto på den opprinnelige oversikten valgte av ulike årsaker å takke nei til forespørselen. Framgangsmåten for undersøkelsen har vært at politikere først fikk en henvendelse skriftlig fra Kirkerådets kommunikasjonsdirektør. Burson-Marsteller har siden fulgt opp politikere per telefon på vegne av Kirkerådet, og har gjennomført alle intervjuene. Intervjuene ble gjennomført i perioden 18. oktober til 1. november. Politikerne har fått fem spørsmål.

Undersøkelsen er ikke metodisk representativ, men gir en temperaturmåling på hvordan et utvalg politikere oppfatter kampanjen og kirkens deltakelse i kampanjen. Informantene representerer seg selv, og er ikke blitt bedt om å uttale seg på vegne av hele partiet, men de er blitt spurt i kraft av å representere et parti.

Funn

Det er to overordnede funn i materialet. Vurderingene fra de ulike informantene peker seg ut i positiv/negativ retning basert på ett eller to av følgende:

- 1) Hvordan det respektive partiet stiller seg til forholdet mellom kirke og stat (ideologisk)
- 2) Det respektive partiets klimapolitikk og utfallet av rangeringen gjort av Framtiden i våre hender (FiVH) i kampanjen

Informanter fra partier som definerer klima som et av kjerneområdene i sin politikk, ser overordnet positivt på kampanjen og kirkens deltakelse. Dette gjelder ikke for informanten fra Venstre, som forholder seg nøytralt/likegyldig til kampanjen, og er mer opptatt av kirkens rolle enn av klimasaken i sine svar. Informanten fra Høyre har motsatt innfallsvinkel, og mener det er positivt med stort og bredt engasjement i klimasaken, men at kirken må være varsom med å gå ut som politisk aktør.

Informantene fra Sosialistisk Venstreparti (SV), Arbeiderpartiet (Ap), Kristelig Folkeparti (KrF) og Miljøpartiet De Grønne (MDG) opplever kampanjen og kirkens deltakelse som positiv basert på at klimaspørsmål er viktige og bør nå bredt ut.

Informantene fra Fremskrittspartiet (FrP) og Senterpartiet (Sp) opplever kampanjen og kirkens deltakelse som negativ basert på at kirken ikke er en troverdig aktør på klima og basert på at kirken ikke bør ta en så klar rolle i en politisk sak.

Nedenfor gjengir vi hovedtrekkene i svarene fra hvert spørsmål i intervjuet:

Den norske kirke er en av mange som deltok i alliansen Klimavalg 2013. Hva synes du om at kirken deltar i alliansen og driver kampanjearbeid?

Informantene fra FrP og Sp er mest negative til deltakelsen, og mener det er problematisk at kirken tar en klar rolle i en politisk sak. Frp-informanten er opptatt av at kirken skal være for alle, og Sp-informanten ønsker å melde seg ut av statskirken hvis det blir mer av «dette».

Informanten fra Høyre er prinsipielt litt skeptisk til politisk deltakelse fra Den norske kirke, men mener engasjement i klimasaken er ok siden klima angår alle. Informanten mener partirangeringen var problematisk. Informanten fra Venstre er mer likegyldig til spørsmålet, og mener kirken må få gjøre som den vil.

De øvrige informantene, fra MDG, Ap, SV og KrF ser positivt eller svært positivt på deltakelsen og på at kirken driver kampanjearbeid. SV-informanten mener at den brede sammenslutningen mellom ulike aktører gjorde deltakelsen fra kirken positiv. Informanten fra Ap mener engasjementet er med på å vise hva kirken tenker.

Hvilken betydning har det for deg som politiker når Den norske kirke ytrer seg om politiske temaer?

Informantene fra Ap og KrF sier de lytter til kirken, og ser på kirken som en viktig og sentral aktør som når mange medlemmer. Informanten fra Høyre synes generelt det er positivt med alle som bidrar i den politiske debatten, og mener kirken selv må vurdere hva som er formålstjenlig. Informantene fra SV og MDG er mest opptatt av klimasaken i dette spørsmålet, og mener det er positivt at flere og utradisjonelle aktører går ut og gir klimaspørsmålet legitimitet og tyngde. Begge mener kirken har bidratt til at klimaspørsmålet har nådd bredt ut.

Venstrepolitikeren er relativt likegyldig til deltakelsen, og lytter ikke spesielt til kirken som aktør i dette spørsmålet.

To informanter skiller seg ut i negativ retning. Informantene fra FrP og Sp mener et problem er at kirken mangler troverdighet på klimaspørsmålet. Sp-informanten mener kirken ikke har satt seg godt nok inn i klimasaken og derfor har fremmet en sak basert på feilaktige premisser og konklusjoner. FrP-informanten mener kirken ikke har troverdighet på temaet siden kirken ikke har klimaforskere. Dette står i motsetning til bistand, som ifølge informanten er et felt der kirken har troverdighet gjennom både nettverk og kunnskap. Informanten fra Sp mener kirken gjør seg selv irrelevante i de viktige spørsmålene og svekker sin egen autoritet når den deltar i en slik kampanje.

Hva synes du om informasjonen du har fått fra Den norske kirke i forbindelse med Klimavalg 2013 (god, dårlig, passe, for lite, for mye osv.)

Bare informantene fra Ap og SV kan huske å ha fått informasjon direkte fra kirken i forbindelse med Klimavalg 2013. Ap-informanten opplever informasjonen fra kirken og biskoper som «råbra», mens SV-informanten hadde fått to undersøkelser fra to menigheter, og ellers bare informasjon fra alliansen som helhet.

Informantene fra Sp, FrP og MDG har ikke mottatt informasjon fra alliansen, og informanten fra Høyre har ikke knyttet noen kommentar til informasjonen.

Informantene fra Venstre, SV, Sp og KrF har svart med utgangspunkt i informasjon de har sett eller fått fra alliansen.

Informanten fra Venstre mener informasjonen fra alliansen har vært ok og lettfattelig, og mener begrunnelsen for partirangeringen var ryddig. Informanten fra KrF beskriver informasjonen fra alliansen som «god, kortfattet og presis». Vedkommende har registrert gjennom media hvorvidt kirken skal mene noe om oljeboring, og mener at det er naturlig at kirken er opptatt av forvaltning av skaperverket samtidig som dette bør formidles uten å stenge noen ute eller lage fasitsvar.

SV-informanten syntes informasjonen i for stor grad var farget av FiVH. Vedkommende oppfatter at kirken var svært viktig for alliansen, særlig symbolsk sett.

Sp-politikeren kan ikke huske å ha mottatt informasjon.

Har du oppfattet kampanjedeltakelsen til Den norske kirke som partipolitisk? Hvorfor/til hvilket parti?

Det er bare én av informantene som uten forbehold oppfatter deltakelsen partipolitisk, og det er informanten fra Sp. Vedkommende mener kirken har tatt partipolitisk standpunkt når alliansen har gitt terningkast til de ulike partiene, og at standpunktet er tatt i favør av partiene som fikk terningkast seks.

Informantene fra Venstre, FrP og Høyre ser alle på deltakelsen som politisk, men ikke som partipolitisk. Informantene fra Venstre og Høyre legger til at selve rangeringen var partipolitisk. Høyre-informanten mener kirken skal være forsiktig med hvordan den bruker stemmen sin siden den blir lyttet til av så mange. Vedkommende mener at partiene ble premiert for å ha lange partiprogrammer på miljøfeltet mer enn på selve innholdet i partiprogrammet. Venstre-informanten mener at kirken har snakket generelt når den har uttalt seg på vegne av kampanjen, og aldri partipolitisk.

Informantene fra KrF, MDG, Ap og SV oppfatter ikke deltakelsen som partipolitisk. KrF-informanten betrakter klimapolitikk og nedtrapping av oljevirkosomhet som et økonomisk solidaritetsspørsmål, og mener derfor det er naturlig for kirken å være opptatt av dette.

Har du andre synspunkter til dette?

Informantene fra SV og FrP hadde ikke andre synspunkter. For øvrig ønsket informantene å legge til følgende kommentarer:

- Informant fra Høyre: Opptatt av at det ikke nytter å se klimapolitikken løsrevet fra annen politikk og av at alliansen delte ut mange brosjyrer med veldig forutinntatt informasjon. Informanten mener det er problematisk at kirken er med på det.
- Informant fra Venstre: Mener det ligger i et trossamfunns natur å mene noe om verdimeslige spørsmål, og forstår derfor kirkens deltakelse.
- Informant fra KrF: Opplever engasjementet som viktig, men skulle ønske at kirken engasjerte seg mer i andre menneskeverdsspørsmål.
- Informant fra MDG: Mener det ville gjort kirken fullstendig irrelevant hvis den ut fra politiske bekymringer skulle la være å ta stilling til verdenssamfunnets største utfordring.
- Informant fra Ap: Synes kirken viser at de klarer å være selvstendige. Vedkommende mener at det er de konservative som stiller spørsmål ved om kirken skal mene noe om klima. Vedkommende er også imponert over en del av biskopene og måten de gjennom klimaalliansen klarer å vise at «de tar på alvor det jeg tror mange i kirken er opptatt av».
- Informant fra Sp: Er tilhenger av at Den norske kirke skal mene at det er viktig å ta vare på kloden vår og gi den videre i bedre stand til kommende generasjon. Men mener det er uheldig å gå derfra og konkludere med at norsk oljeutvinningstempo må ned, ettersom dette har en politisk slagside som kirken bør holde seg unna.

Kommunikasjonsfaglige vurderinger

Politikerne oppgir med noen helt få unntak at deres inntrykk av kampanjen er basert på utspill fra alliansen som helhet, og ikke fra kirken alene. Dette gjelder både informasjon de har mottatt som politikere og informasjon de har fått gjennom media. Selv om de fleste av de spurte politikere betrakter både alliansen og kirkens deltakelse som overordnet positiv, er det også politikere som er kritiske til kampanjen. Kritikken er primært rettet mot rangeringen av partier. Kritiske innvendinger kan forstås i lys av lite eller manglende informasjon, og i dette tilfellet tror vi deler av kritikken kunne vært unngått med mer offensiv informasjon som synliggjør og begrunner kirkens deltakelse i alliansen.

En risiko ved å delta i en allianse som dette, er at alliansepartnerne kan bruke alliansen til å flagge sin sak og fremheve sitt perspektiv. Selv om kirken ikke direkte har gått ut og vært mot partirangeringen, har ikke rangeringen vært initiert av kirken. Kirkens deltakelse er blitt litt usynlig for politikere, og alliansens utspill tas derfor til inntekt for kirkens syn.

6. Konklusjoner og anbefalinger

Den norske kirkes nord-/sør-informasjon skal bidra til at Den norske kirke er en pådriver i den offentlige utviklingsdebatten gjennom å sette dagsorden, delta i det offentlige ordskiftet, være et kritisk korrektiv til myndighetenes politikk og være pådriver og vaktbikkje i utviklingspolitiske beslutningsprosesser. Vi gir her noen overordnede vurderinger av kampanjen sett i lys av disse målene. Vi trekker også noen kommunikasjonsfaglige konklusjoner på hvorvidt kirkens deltakelse er oppfattet og hvorvidt den er oppfattet som positiv. I tillegg gir vi noen anbefalinger med tanke på eventuelt framtidig kampanjearbeid i regi av kirken.

KUI-midlene skal også bidra til videreutvikling av organisasjonens kompetanse på informasjonsfaglige spørsmål og utviklingsfaglige spørsmål. En intern kartlegging og dialog bør ligge til grunn for å måle oppnåelse på dette, og havner slik sett utenfor denne evalueringsrapporten.

Gjennom kampanjearbeidet generelt, og mediearbeidet spesielt, må kirken sies å ha tatt den ønskede rollen, men det kan diskuteres hvorvidt innsatsen og gjennomslagskraften har vært sterk nok. Den saken som skapte mest oppmerksomhet, og som ga kirken mye medieomtale, er partirangeringen fra FiVH. Kirken var verken initiativtaker eller primæravsender av rangeringen, men som del av alliansen Klimavalg 2013, måtte kirken tåle å bli konfrontert med saken både i media og internt i organisasjonen. At kirken ble trukket frem i denne rangeringen, henger trolig også sammen med at kirken var en mer overraskende del av sammenslutningen enn det mange av de andre alliansepartnerne var. Det er grunn til å tro at Klimavalg 2013 fikk økt oppmerksomhet gjennom kirkens deltakelse, og at kirken bidro til å gi alliansen synlighet i en valgkamp der mange kjempet om plass og oppmerksomhet. Når aktører som kirken endrer kurs og løfter fram klima og miljø som satsing, bryter de med forventningene. Dette skaper synlighet, og befolkningsundersøkelsen viser at kjennskap til engasjementet har festet seg hos respondentene som noe positivt. Kirken har i tospann med alliansen lyktes med å sette klima og miljø på dagsorden. Alliansen har nytt godt av å ha kirken med på lag og dermed få større oppmerksomhet, mens kirken i kraft av å være del av alliansen har vært en tydeligere avsender av et budskap om klima.

Medieanalysen viser at det har vært en god del medieomtale av kirkens engasjement i klima- og miljøspørsmål. Omtalen er imidlertid fordelt på relativt få medier og med et smalt geografisk nedslagsfelt. Dermed har ikke kirkens engasjement for klima og miljø nådd bredt ut. Dette bekreftes også av befolkningsundersøkelsen, der bare to av ti svarer at de har oppfattet at kirken deltok i en klimaallianse. De som i sterkeste grad har oppfattet kirkens engasjement, bor på Sør-Vestlandet og Sørlandet, der medietrykket var størst. Befolkningsundersøkelsen viser også at holdningen til kirkens engasjement henger sammen med kjennskapen til engasjementet. Jo høyere kjennskapen er, desto mer positive er respondentene til kirkens engasjement. Undersøkelsen blant politikere viser at det er sammenheng mellom synspunktene på kirkens engasjement og partiets ideologiske standpunkt til forholdet mellom kirke og stat, og/eller partiets klimapolitikk. Kun to av informantene var utpreget negative til kirkens engasjement.

Med tanke på framtidige kampanjer vil vi først og fremst anbefale kirken å sørge for en bedre intern forankring. Dersom kirkens egne ansatte og enheter opplever større eierskap kampanjen, kan de opptre som videreformidlere av budskapet, både internt og i media, og slik sett bidra til å forsterke kampanjeeffekten. Med bedre intern forankring mener vi at organisasjonen får tilstrekkelig informasjon tidlig, og at det skapes rom for involvering av lokale krefter i utviklingen og

gjennomføringen av kampanjen. I informasjonen er det nødvendig å skape forståelse for bruk av kampanje som virkemiddel og på hva som kjennetegner en kampanje, og dernest forberede organisasjonen på at det vil komme reaksjoner.

Som vi har vært inne på, må medietrykket i en kampanje ha større kraft enn kirken har lyktes med i Klimavalg 2013. Vi ser av både befolkningsundersøkelsen og den interne questbacken at media er den viktigste kilden til informasjon om kirkens engasjement. Dersom kirken skal gjennomføre flere kampanjer, bør mediearbeidet rigges med flere ressurser til systematisk planlegging og gjennomføring. Alt i alt bør kirken sørge for å få flere saker på trykk, være til stede i flere kanaler enn i dag og sikre en bredere geografisk spredning på omtalen. Kirken bør dessuten jobbe systematisk med å få omtale i medier som ikke har et kristent verdigrunnlag. Kirken bør generelt se nærmere på hvilke kanaler målgruppene benytter seg av, og blant annet vurdere å trappe opp innsatsen i sosiale medier for å nå yngre målgrupper. Befolkningsundersøkelsen viser for eksempel at kjennskapen til kirkens engasjement var lavest i aldersgruppen under 30 år.

Når det gjelder politiske partier, vil kirken neppe klare å endre deres oppfatninger. Det viktigste overfor denne målgruppen framover er å by på mer informasjon, slik at det ikke oppstår misforståelser rundt hva kirken står for.

7. Appendiks

7.1. Spørsmålsbatteri befolkningsundersøkelse

Metode: Web, befolkningspanel

Målgruppe: Landsrepresentativ, 15 år+

Antall intervjuer: 1000 landsrepresentativt

Q1 ALLE

Har du lagt merke til at kirken har engasjert seg i spørsmål om klima og miljø det siste året?

1. Ja
2. Nei
3. Vet ikke

Q2 ALLE

Har du hørt om Klimavalg 2013

1. Ja
2. Nei
3. Vet ikke

Q3: Filter ja i Q2

Fikk du med deg at Den norske kirke var del av alliansen Klimavalg 2013?

1. Ja
2. Nei
3. Vet ikke

Q4: Filter ja i Q3

Hvordan fikk du høre at Den norske kirke var del av alliansen Klimavalg2013?

1. Media
2. Sosiale medier
3. Arrangementer
4. Familie/venner/kolleger
5. Annet
6. Vet ikke

Q5: Filter ja i Q3

Hva synes du om at kirken deltok i Klimavalg 2013 på en skala fra 1-6, der 1 er «veldig bra» og 6 er «det burde de ikke»

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- Ingen formening

Q6: Filter nei i Q3

Hva synes du om at kirken deltar i en klimakampanje på en skala fra 1-6, der 1 er «veldig bra» og 6 er «det burde de ikke»

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- Ingen formening

7.2. Spørsmålsbatteri: Questback

E-post ut:

Den norske kirke deltok i alliansen Klimavalg 2013 for å bidra til oppmerksomhet om klimaspørsmålet ved årets stortingsvalg. Dette skjedde etter vedtak på Kirkemøtet 2012. Vi vil gjerne ha synspunkter og reaksjoner på hvordan kirkens tillitsvalgte oppfattet kampanjen. Har du fem minutter til å svare på en kort undersøkelse? Dine meninger er verdifulle.

NB:

Vi ber om at menighetskontorene som mottar denne undersøkelsen, videresender den til leder av menighetsrådet

Mvh

Jens-Petter Johnsen
Direktør i Kirkerådet

Q1 ALLE

Min rolle er:

- Jeg er leder av menighetsrådet
- Jeg er medlem av Kirkemøtet

Q2 ALLE

Alder:

- Under 30
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60-70
- Over 70

Q3 ALLE

Jeg var klar over at Den norske kirke deltok i alliansen Klimavalg 2013

- JA
- NEI

Q4: Filter Ja i Q3

Hva synes du om at kirken deltok i Klimavalg 2013 på en skala fra 1-6, der 1 er «veldig positivt» og 6 er «veldig negativt»

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- Ingen formening

Q5: Filter Nei i Q3

Hva synes du om at kirken deltar i en klimakampanje på en skala fra 1-6, der 1 er «veldig positivt» og 6 er «veldig negativt»

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- Ingen formening

Q6: Filter 1-3 i Q5

Hvorfor mener du det er bra at kirken deltar i en klimakampanje?
(åpent svar)

Q7: Filter 4-6 i Q5

Hvorfor mener du det er mindre bra/negativt at kirken deltar i en klimakampanje?
(åpent svar)

Q8: Filter Ja i Q3

Har du hørt eller lagt merke til utspill fra Den norske kirke om Klimavalg 2013 i løpet av året?

- Ja
- Nei
- Vet ikke

Q9: Filter Ja i Q8

Hvor har du sett eller hørt dette (flere svar mulig)?

- Media (aviser, magasin, radio, tv)
- Sosiale medier (Facebook, Twitter etc)
- Venner / familie / kolleger
- Informasjon fra Den norske kirke

Q10: Filter Ja i Q3

Hva synes du var positivt og hva var negativt ved kirkens deltakelse i Klimavalg 2013?
(åpent svar)

Q11 ALLE

Har du noen generelle tilbakemeldinger til Kirkerådet på at Den norske kirke deltar i kampanjer?
(åpent svar)

7.3. Spørsmål til politikere

E-posttekst til politikerne

Kjære xx

Den norske kirke deltok i alliansen Klimavalg 2013. Kirkerådet ønsker kunnskap om hvordan noen sentrale politikere har oppfattet deltakelsen. Vi vil gjerne stille deg fem spørsmål, og vil ta kontakt på telefon en av de nærmeste dagene.

Vennlig hilsen

Trude Evenshaug
Kommunikasjonsdirektør
Den norske kirke - Kirkerådet

Spørsmål

1. Den norske kirke er en av mange som deltok i alliansen Klimavalg 2013. Hva synes du om at kirken deltar i alliansen og driver kampanjearbeid?
2. Hvilken betydning har det for deg som politiker når Den norske kirke ytrer seg om politiske temaer?
3. Hva synes du om informasjonen du har fått fra Den norske kirke i forbindelse med Klimavalg 2013 (god, dårlig, passe, for lite, for mye etc)
4. Har du oppfattet kampanjedeltakelsen til Den norske kirke som partipolitisk? Hvorfor/til hvilket parti?
5. Har du andre synspunkter til dette?