

Information om valet

I den breda utvärderingen av 2001 års val behandlades även vissa frågor om informationen. En enkätundersökning bland de röstberättigade visade att drygt 50% tyckte att de hade fått tillräcklig information om valet. En dryg tredjedel tyckte att de inte fått tillräcklig information och resterande drygt 10% var ointresserade av information. Ser man till dem som utnyttjade sin rösträtt och deltog i valet var det drygt 60% som tyckte att informationen var tillräcklig. Av de röstande var 2% ointresserade. Det var lika stor andel av de röstande som av samtliga röstberättigade tyckte att informationen var otillräcklig.

Allmänt kan sägas att det finns en viktig skillnad mellan hur man får information om kyrkovalet och om de allmänna valen. Vid valen till riksdag och kommuner är det den politiska diskussionen mellan partierna, och massmedias bevakning av denna, som är den viktigaste informationskällan. En motsvarande valrörelse har åtminstone hittills inte funnits i samband med kyrkovalet. Kanske kan man, utöver det låga valdeltagandet, se den likheten mellan valet till Europaparlamentet och kyrkovalet att mycket av informationen rör den organisation valet avser och vilka uppgifter som ligger hos de beslutande organ som skall väljas.

Att informera om vilka personer som kandiderar i valet och vilka frågor nomineringsgrupperna vill driva är naturligtvis ett ansvar för nomineringsgrupperna. Församlingen/samfälligheten kan dock ge de olika grupperna möjlighet

att sprida sin information via t.ex. ett församlingsblad så länge alla grupper behandlas lika.

Dessutom behöver de röstberättigade få information om vad valet innebär, hur det går till att rösta och var de skall rösta. Valnämndens primära uppgift är att på lokal nivå ansvara för valets genomförande. Det innebär framför allt att praktiskt administrera valet. I detta innefattas viss information om valets genomförande i församlingen/samfälligheten. Det framgår också av utvärderingen att en mycket stor majoritet av församlingar och samfälligheter anser sig ha större ansvar för information om kyrkovalet nu när det administreras ”inomkyrkligt”.

Utöver information om var röstningen äger rum och hur den går till behöver väljarna också få kunskaper om valets innehåll, om kyrkans arbete och om vilka de olika nomineringsgrupperna är och vad de står för.

Allmänt inriktad information, om kyrkovalet och om vad det avser, kan valnämnden ta ansvar för eller överlåta t.ex. till en särskild informationsgrupp. Vid utvärderingen av 2001 års val angav ca tre fjärdedelar av valnämnderna att de varit engagerade i den allmänna informationen om valet ”i begränsad omfattning”. Ungefär en fjärdedel var engagerade ”i stor omfattning” i informationsverksamheten.

Avsikten med den lokala informationen bör vara att öka medvetenheten bland de röstberättigade om valet, vad det innebär och omfattar. Även om valnämnden själv är engagerad i begränsad omfattning i de direkta informations-

insatserna bör det vara en uppgift för nämnden att medverka till att information kommer till stånd. Tillsätts en särskild grupp för att arbeta med information om kyrkovalet kan detta ske i samverkan mellan valnämnd och kyrkoråd/kyrkonämnd. En sådan grupp kan givetvis få det praktiska ansvaret för vad som i det följande lyfts fram som valnämndens särskilda informationsansvar.

14.1 VALNÄMNDENS SÄRSKILDA INFORMATIONANSVAR

Av röstkortet framgår det var och när det går att rösta på valdagen. Det kan finnas anledning att denna information också ges lokalt.

Tillsammans med röstkortet kommer de röstberättigade att få viss allmän information om kyrkovalet. Där kommer bl.a. att framgå att det är möjligt att förhandsrösta. Väljarna behöver även få lokal information om var i församlingen eller pastoratet som förhandsröstning äger rum och var det finns s.k. ”brevröstningspaket”. Detta kommer inte att kunna anges i den allmänna information som skickas till alla röstberättigade. Det bör noteras att innehållet i brev-röstningspaketen även används vid budröstning.

Information om var och när det är möjligt att rösta kan med fördel samordnas med den mer allmänt inriktade information om valet som behandlas i avsnitt 14.2.

Ett självklart informationsansvar för valnämnden är att se till att det tydligt markeras att en viss lokal är röstningslokal och att det vid vallokalen framgår vilket eller vilka valdistrikt den gäller för. Det behöver finnas tydliga skyltar och pilar som markerar vart väljarna skall gå.

Vid eller i vallokalen skall det framgå klart var det finns blanka valedlar och var väljarna kan plocka tillgängliga tryckta valedlar från olika nomineringsgrupper. Det behöver också markeras var grupp- och kandidatförteckningarna finns tillgängliga för dem som vill ta del av dessa. På motsvarande sätt behöver det markeras var blanka och tryckta valedlar samt grupp- och kandidatförteckningar finns tillgängliga på expeditioner för förhandsröstning och särskilda

röstmottagningsställen. På expeditioner för förhandsröstning bör särskilt anges att det är möjligt för var och en att få del av grupp- och kandidatförteckningarna för de val som just hans eller hennes rösträtt gäller.

För dem som befinner sig på sjukhus eller annan institution och inte kan ta sig till en röstningslokal är brev- eller budröstning det alternativ som återstår. Det är därför viktigt att särskilt överväga hur information kan ges till dem som vistas på institutioner av olika slag. Det kan vara lämpligt att kontakta ledningen för en institution för att komma överens om hur information kan ges, om möjligheterna till brev-röstning och om hur de som önskar detta kan få tillgång till det material de behöver för att kunna utnyttja sin rösträtt.

14.2 ALLMÄN INFORMATION OM KYRKOVALET

Till hjälp för informationsarbetet utarbetas på kyrkokansliet ett idémateriel med artiklar, annonsunderlag m.m. Det finns färdigt under våren före valet. Det kommer också, som tidigare redovisats, att ges en viss övergripande information om kyrkovalet tillsammans med röstkortet.

De röstberättigade i församlingen eller samfälligheten är den naturliga målgruppen för all lokal information. Alla som tillhör Svenska kyrkan och har rösträtt bör få en grundläggande information om att det är kyrkaval. De får också detta genom röstkortet. Informationsbehovet varierar beroende på om de är aktiva i församlingen, endast sporadiskt har kontakt med församlingen, har röstat förut, aldrig har röstat förut osv. Vilken information som bör ges styrs av vilken målgrupp man vänder sig till.

Information om var och när röstning äger rum är inte tillräcklig för att i realiteten göra det möjligt för en majoritet av kyrkans medlemmar att förstå valets innebörd. De flesta är inte aktiva i församlingen och känner ofta inte närmare till kyrkans organisation och arbete.

Hur informationsarbetet än organiseras är det nödvändigt att tänka igenom hur det skall läggas

upp och att ge arbetet en viss inriktning. Här följer förslag till en modell att arbeta efter.

En ytterligare notering från utvärderingen, av betydelse för informationsarbetet, gäller i vilken utsträckning de som röstat tidigare fortsätter att rösta. Samtidigt som naturligtvis de flesta som deltog i 2001 års val även röstat vid flera tidigare tillfällen, visade det sig att kyrkovalsрöstande inte är en stabil grupp som röstar val efter val. Det är istället i stor utsträckning en grupp som vissa valår bryr sig om kyrkovalet men som andra valår inte gör det. Detta indikerar att information om valet kan påverka valdeltagandet.

I utvärderingen av 2001 års kyrkoval var det professor Göran Gustafsson, religionssociolog och valforskare, som svarade för den del av utvärderingen som gällde valdeltagandet. Han har i andra sammanhang diskuterat om skillnaderna i benägenhet att kyrkovalsrösta mellan dem som tillhör olika åldersgrupper sammanhänger med deras ålder eller när de är födda. Frågan gäller alltså om de äldstas större valdeltagande främst sammanhänger med att de är gamla och blivit kyrkligt intresserade med stigande ålder eller med att de vuxit upp under och kommit in i det kyrkliga och/eller politiska livet under en period då valet av kyrkliga förtroendemän betraktades som viktigare än senare, och då började delta i valen och sedan fortsatt med detta. I den mån man kan göra relevanta jämförelser med valdeltagandet vid de tidigare kyrkofullmäktigevalen antyder dessa att röstningsbenägenheten 2001 var högre än på länge i alla åldersgrupper. Jämförelser visar också att de som föddes på 1930-, 1940- och 1950-talen röstade i större utsträckning 2001 än vad de gjorde vid valen tio och tjugio år tidigare. Göran Gustafsson konstaterar att det kan dras en positiv slutsats inför framtiden. Det man kan se från 2001 års val antyder att kyrkovalsрöstningen är något som går att påverka och ändra. Den är inte helt knuten till mönster som en gång etablerats inom en åldersgrupp. Samtidigt noterar han att man inte heller kan ta för givet att det intresse som generationen från det tidiga 1980-talet visade vid valet 2001 förblir konstant och ger utslag i röstning vid kommande kyrkoval.

Klart är att information om kyrkovalet kan bli av betydelse för valdeltagandet.

14.2.1

Mål

Först bör målet eller målen med informationsinsatserna tänkas igenom. Ett mål kan vara att ge väljarna praktisk information om var, när och hur valet genomförs. Ett annat kan vara att motivera de röstberättigade att utnyttja sin rösträtt. Ett tredje mål kan vara att visa på betydelsen av kyrkans arbete i syfte att de röstberättigade ska engagera sig i valet, men inte enbart detta.

Ser man tillbaka över en längre tidsperiod står det klart att valdeltagandet har minskat. Det skedde dock en tydlig uppgång vid 2001 års val. Valdeltagandet är av betydelse för den demokratiska organisationens funktion. Det kan ses som viktigt att öka de röstberättigades motivation att rösta.

Göran Gustafsson har tidigare pekat på fyra faktorer bakom det över en längre tidsperiod minskande valdeltagandet:

1. det allmänt minskade intresset för kyrkliga aktiviteter;
2. att den grupp som röstar vid kyrkofullmäktigevalen inte nyrekryteras utan de röstande genomsnittligt blir äldre från val till val;
3. minskad uppmärksamhet för kyrkofullmäktigevalet i dagspressen;
4. mindre praktiska möjligheter att rösta på många håll.

Dessa punkter kan vara en utgångspunkt när mål skall formuleras. Målet är viktigt och styr informationsinsatsen. Är målet att förmå alla röstberättigade att rösta kan det nog anses som orealistiskt och skulle i vilket fall medföra mycket omfattande informationsinsatser. Att öka valdeltagandet inom en viss grupp eller bland vissa grupper kan vara ett mer realistiskt mål som kräver mer begränsade insatser. För att ha en realistisk bild av gruppen röstberättigade kan från utvärderingen av 2001 års val noteras att det var cirka 50% som utifrån svar på enkätfrågor över huvud taget bedömdes vara "mobiliseringsbara".

14.2.2 Målgrupper

Temos undersökning om svenska folkets känedom och attityder från maj 2003 visade bland annat detta om olika gruppers känedom om och inställning till Svenska kyrkan:

- * 84% av samtliga grupper som intervjuades uppger att de känner till Svenska kyrkan. (Samtidigt kan noteras att det finns andra undersökningar som visar att 98% av befolkningen har hört talas om Svenska kyrkan.) Förvärvsarbetande, personer med akademiska yrken, skilda, änkor, änkemän och gifta/sammanboende med barn och personer som är 60 år eller äldre uppger i högre grad än andra att de känner till Svenska kyrkan.
- * Personer i åldern 16–29 år, boende i Stockholm, Göteborg och Malmö samt i Norrland och studerande uppger i högre grad än andra att de aldrig hört talas om Svenska kyrkan.
- * 49% av dem som hört talas om/känner till Svenska kyrkan anser att organisationens verksamhet är ganska eller mycket viktig. 15% anser att den är mycket eller ganska oviktig.
- * Personer i åldern 60 år och äldre och pensionärer anger i högre grad än andra att verksamheten är mycket eller ganska viktig.
- * Män, personer i åldern 16–29 år, studerande och ensamstående med barn anser i högre grad att verksamheten är mycket eller ganska oviktig.

Utifrån undersökningar som denna kan flera målgrupper skönjas. För enkelhetens skull lyfts här fram tre målgrupper:

- * De kyrkofrämmande som inte känner någon samhörighet med Svenska kyrkan. De beräknas utgöra drygt 40% av de röstberättigade och finns framför allt bland de yngre och yrkesverksamma.
- * De som känner samhörighet men inte är aktiva, mellangruppen. De beräknas utgöra knappt 35% av de röstberättigade och finns främst bland de äldre.
- * Det aktiva kyrkofolket. De beräknas utgöra drygt 15% av de röstberättigade.

Innehållet i informationen till de olika grupperna behöver variera. Det anpassas till målgruppens förutsättningar.

Ett övergripande syfte kan vara att få så många som möjligt, och personer från samtliga tre grupper, till valurnorna. Detta bör dock ses som ett informationsarbete över flera år. Ett mera realistiskt mål behövs på kortare sikt. Följande kan vara en utgångspunkt för diskussionerna om syftet med den lokala informationen i relation till olika målgrupper.

- * Att öka kunskapen hos de kyrkofrämmande så att de får ett ökat intresse för Svenska kyrkan och efterhand blir mer aktiva i dess arbete och i kommande val.
- * Att fördjupa kunskapen om kyrkans arbete hos mellangruppen så att de som tillhör den upplever att de genom att rösta i kyrkovalet kan påverka innehållet i kyrkans verksamhet.
- * Att få de aktiva att förstå att deras röst är av betydelse för kyrkans arbete. Bara 50% av de aktiva röstade i förra kyrkovalet. Den gruppen är i sig en viktig informationskanal mot mindre aktiva.

Det rör sig alltså om tre målgrupper och tre olika informationsinsatser. Det är viktigt att informera alla tre grupperna, men målet och innehållet i informationen ser olika ut beroende på till vilka man vänder sig.

Ytterligare en viktig målgrupp är förstagångsväljarna. De flesta som är 19 år eller yngre har inte tidigare kunnat rösta i något kyrkoval, och de som är 16–18 år har aldrig deltagit i något val överhuvudtaget. Förstagångsväljarna behöver inte bara motiveras att rösta utan behöver också grundläggande information om hur ett val går till. De utgör ingen homogen grupp. Bland dem finns aktiva, positivt inställda och kyrkofrämmande. Som förstagångsväljare har de alla behov av särskild information. Det kan noteras att vid 2001 års kyrkoval röstade förstagångsväljare i betydligt större utsträckning än som kunde förväntas utifrån tidigare erfarenheter. De bröt tydligt det allmänna mönstret med ett tydligt samband mellan ålder och röstningsbenägenhet. Åldersgruppen 16–19 år röstade i samma utsträckning

som hela gruppen röstberättigade och därmed i betydligt större utsträckning än både de i åldern 20–30 år och de i åldern 30–40 år.

14.2.3

Vad skall informationen innehålla?

Det behöver finnas olika slags information. Följande kan bilda utgångspunkt vid en genomgång av vad som bör ingå i den lokala informationen.

Praktisk information

- * Vilka som får rösta.
- * Vilken dag valet är och när man kan börja förhandsrösta.
- * Var valet kommer att ske.
- * Var förhandsröstning äger rum.
- * Vilka tider det är möjligt att rösta.
- * Hur valet går till.
- * Vilka val som skall göras.

Vissa delar av denna information kommer tillsammans med röstkortet.

Information som lyfter fram Svenska kyrkans breda arbete och roll i samhället är också motiverad, gärna speglad utifrån den lokala församlingen, för att sätta in valet i ett sammanhang och göra det meningsfullt. Det finns också anledning att i god tid och upprepat annonsera datumet, Kyrkoval 18 september 2005, på församlingens trycksaker.

Kyrkans och församlingens verksamhet

Fokus riktas mot Svenska kyrkan inför ett val – massmedia får ett naturligt intresse för Svenska kyrkan, valdeltagarna får röstsedlar m.m. Då är det viktigt att inte bara lyfta fram valet utan också det som valet handlar om – kyrkans verksamhet. När intresset kring kyrkan är större än vanligt är det samtidigt enklare att kommunicera kyrkans vardag, att informera om kyrkans arbete, om den lokala församlingens verksamhet och om vad valet betyder i detta sammanhang.

Valdagen är i sig ett unikt informationstillfälle för att kommunicera att Svenska kyrkan och kyrkovalet (demokrati och delaktighet) är viktiga angelägenheter. Vid valtillfället kommer många som tillhör församlingen men som annars inte är

engagerade i gudstjänst- och församlingssliv. Att göra detta tillfälle till en positiv upplevelse är något församlingen inte bör missa. Det kan ske t.ex. genom att anställda som kan berätta om verksamheten finns på plats och bjuder på kaffe. En utställning och allmänt informationsmaterial kan finnas i anslutning till vallokalen. Kanske kan församlingen erbjuda musikstunder eller visning av kyrkan under dagen. Endast fantasin sätter gränser för vad som kan göras.

14.2.4

Val av kanaler

Valet av kanaler och media styrs av målgruppen och av informationens omfattning. Utbudet av media är lokalt betingat. Därför måste de som ansvarar för den lokala informationen fundera igenom vilka kanaler som lämpar sig. Glöm inte bort de nya digitala medier som snabbt blivit kanaler där även kyrkan förväntas finnas med. Att komplettera tryckt och muntlig information med e-post och webbplats är billiga och snabba metoder att ge lättillgänglig information. I det följande ges några förslag.

De aktiva

De aktiva i församlingen nås framför allt genom församlingsblad/programblad, folder, flygblad, brev, nyhetsbrev per e-post och liknande samt genom kyrkligt anställda (som naturligtvis själva först måste ha fått inspiration och information), genom möten i församlingen, affischer som sätts upp i församlingsshem och kyrkor m.m. De aktiva torde framför allt vara intresserade av praktisk information och naturligtvis också av nomineringsgruppernas program. Om de aktiva är välinformerade kommer de själva att utgöra en viktig informationskanal för att nå mindre kyrkvana grupper.

Mellangruppen

Mellangruppen är positivt inställd, men inte så insatt. De som tillhör den gruppen behöver liksom övriga målgrupper praktisk information och information kring nyheterna i valet.

Den här gruppen nås av församlingsblad eller liknande bred information till allmänheten,

gärna kompletterad med information på Internet. Kanske har de barn i kyrkans verksamhet och kan då nås genom församlingens anställda. De kan inbjudas till möten och informeras genom internblad eller brev.

För dem som inte har någon direkt koppling till församlingens arbete kan information ges genom lokala massmedier. Dessa kommer troligen att skriva artiklar om valet. Underlag för artiklar kan de lokalt informationsansvariga bistå med. Dessutom kan församlingen/samfälligheten sätta in annonser med tematiskt innehåll om kyrkan, demokratin och valet.

Även mellangruppen behöver få veta mera om nomineringsgruppernas program.

Kyrkofrämmande

Denna målgrupp behöver praktisk information om valet. De bör också få information om kyrkans breda arbete och roll i samhället, liksom om vad valet innebär i detta sammanhang.

Den praktiska informationen kan förmedlas genom annonser i massmedia eller reklamblad, affischer i köpcentra och bibliotek m.m. Informationen om kyrkans verksamhet går att förmedla genom specialnummer av församlingsbladet, annan broschyr som skickas till alla hushåll, intressanta reportage i massmedia, stormöten i skola, bibliotek och på arbetsplatser, valstugor, utställningar m.m.

Ungdomar i åldern 16–19 år

Dessa får för första gången rösta i ett kyrkligt val och för de flesta är det första gången som de över huvud taget får delta i ett val. Som förstagångsväljare behöver de mycket praktisk information både kring hur ett val går till och hur kyrkan är organiserad. De behöver också information om kyrkans verksamhet lokalt och nationellt. Många har erfarenhet av Svenska kyrkan genom konfirmeringen. Enklast är att utgå från det perspektiv de känner till. En stor del av denna åldersgrupp finns samlad på olika gymnasieskolor. Att förlägga informationsinsatserna dit är resurssparande.

Till stöd för denna information kan man lokalt producera en broschyr/tidning, sätta upp

en utställning, genomföra en ”event”/upplevelse, göra en affisch, sprida ett vykort eller annan reklampryl.

14.2.5

Lokala medier

Det lokala informationsarbetet bör inrikta sig på lokala medier. Med lokala medier menas allt från den lokala tidningen till affischstället utanför kyrkan. Mer om media och hur man rent praktiskt kan arbeta med dem finns beskrivet på webbplatsen Sprid Budskapet: www.svenskakyrkan.se/spridbudskapet

Inspiration till att lyfta fram Svenska kyrkan och dess verksamhet kan också hämtas på www.svenskakyrkan.se/medlemsvard/. Där kommer också visst material t.ex. profilannonser och artiklar, att finnas för återbruk i församlingar och samfälligheter. Detta material blir tillgängligt någon gång under första kvartalet 2005.

14.2.6

Vad har vi lärt och vad kan vi lära?

Det finns säkert i församlingar och samfälligheter mycket erfarenheter från tidigare val att ta till vara när informationsinsatserna inför 2005 års val skall planeras. Kanske gjordes det en direkt utvärdering vid förra valet som det nu är dags att ta fram och använda. Det finns goda skäl att söka en samverkan utöver egna församlings- och samfällighetsgränser för att undersöka vad som finns att lära av tidigare lyckade eller mindre lyckade informationsåtgärder.

Om fyra år är det kyrkovalet igen. Då är det bra att slippa börja om från början. Därför kan det vara av värde att utvärdera insatserna kring kyrkovalet, att dokumentera det som gjorts och vad det givit för resultat.

Det är ganska enkelt att göra en intern utvärdering. Svårare är den externa utvärderingen. Enklast är kanske att göra en liten enkät.

Låt det aktiva kyrkfolket fylla i enkäten när de deltar i kyrkans verksamhet. Mellangruppen kan t.ex. få hem enkäten med barnen som går i barntimmarna.

De kyrkofrämmande kan kanske nås genom

att några av de aktiva ställer frågor vid t.ex. ett köpcentrum. 16–19-åringarna kan nå genom att en eller flera klasser får fylla i enkäten.

På detta sätt är det möjligt att få en viss uppfattning om vad som lyckats och vad som behöver förbättras till nästa val.

