

Stephen Sirris, Harald Askeland, Olav Helge Angell,
Hans Austnaberg, Stian Sørli Eriksen, Hans
Morten Haugen, Kari Storstein Haug og Tone
Lindheim

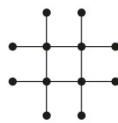
**Møte, vokse, dele.
Evaluering av Samarbeid
menighet og misjon (SMM)**



Møte, vokse, dele.
Evaluering av Samarbeid menighet og misjon (SMM)

Stephen Sirris, Harald Askeland, Olav Helge Angell, Hans Austnaberg, Stian Sørli Eriksen, Hans Morten Haugen, Kari Storstein Haug og Tone Lindheim

VID rapport 2020/2



VID

Denne rapporten er utgitt av

VID vitenskapelige høyskole
Postboks 184, Vinderen
N-0319 Oslo
<http://www.vid.no/>

Rapport: 2020/2

ISBN: 978-82-93490-48-7, papir

ISBN: 978-82-93490-49-4, elektronisk

ISSN: 2464-3777

Elektronisk distribusjon:

VID vitenskapelige høyskole
www.vid.no

Omslag

Dinamo

Opphavsrettigheter

Forfatteren har opphavsrettighetene til rapporten.

Nedlasting for privat bruk er tillatt.

Mangfoldiggjøring, videresalg av deler eller hele rapporten er ikke tillatt uten avtale med forfatterne eller Kopinor.

Forord

VID vitenskapelige høyskole mottok 13. mai 2019 som en av fire institusjoner forespørsel fra Den norske kirke ved Samarbeidsrådet for menighet og misjon (SMM-rådet) og Mellomkirkelig råd om å levere tilbud på en evaluering av Samarbeid menighet og misjon (SMM). VIDs Senter for verdibasert ledelse og innovasjon leverte et tilbud på evalueringen 29. mai og ble 20. juni tildelt oppdraget.

Arbeidet med rapporten er utført av forskere ansatt ved VID. Professor Kari Storstein Haug og ph.d.-stipendiat/høgskolelektor Tone Lindheim har lest rapportutkastet og gitt verdifulle kommentarer i prosjektets siste fase. Professor Harald Askeland har sammen med førsteamanuensis Stian Sørli Eriksen og professor Hans Morten Haugen utført dokumentanalysen. Professor emeritus Olav Helge Angell og Askeland har hatt ansvaret for arbeidet med spørreundersøkelsene. Senterleder/førsteamanuensis Stephen Sirris har ledet intervjuundersøkelsen hvor også professor Hans Austnaberg, Askeland og Haugen har bidratt. Sirris har vært prosjektleder og redaktør for evalueringsrapporten, mens Askeland har vært fagansvarlig professor.

Oslo, 21. januar 2020

Stephen Sirris

Harald Askeland

Oppsummering av rapporten

Denne evalueringen undersøker følgende dimensjoner ved Samarbeid menighet og misjon (SMM): 1) misjonsforståelse og struktur, 2) effekt og 3) kost-nytte. SMM har fungert som en verdifull plattform for samarbeid, nettverksbygging og informasjonsutveksling mellom Den norske kirke (DNK) og de sju misjonsorganisasjonene som er medlemmer. Ordningen representerer en institusjonalisering av misjon i DNK. SMM har bidratt til å skape og opprettholde fokus på kirken som misjonerende, samt tilrettelagt for misjonsengasjement på kirkens sentrale, regionale og lokale nivåer. Den mest synlige effekten av SMM er at over 80 % av norske menigheter i DNK har en misjonsavtale og støtter et misjonsprosjekt gjennom en av misjonsorganisasjonene.

For menighetene er SMM som ordning svært lite kjent utover menighetens misjonsprosjekt. Det synes som misjonsengasjementet primært avhenger av lokale ildsjeler blant de frivillige, samt av kirkeansattes engasjement, velvilje og medvirkning. Misjonsprosjekter som engasjerer, synes å ha til felles at de er konkrete og preges av en tydelig diakonal profil. Evalueringen indikerer at menighetene forstår misjon særlig som ytre misjon: å støtte tiltak i utlandet, fortrinnsvis i det globale sør. Menighetene som er representert i undersøkelser, vektlegger misjon i betydningen å dele tro mellom kristne kirker i ulike land. Tradisjonell evangelisering overfor nådde og tradisjonelle menighetsbyggende tiltak blir noe mindre framhevet. Denne utbredte misjonsforståelsen i menighetene står i et visst motsetningsforhold til den helhetlige misjonsforståelse som profileres i DNKs dokumenter og av misjonsorganisasjonene som «fra alle til alle». Særlig misjonsorganisasjonene, slik det kommer til uttrykk i de regionale SMM-utvalgene, framhever betydningen av en helhetlig misjonsforståelse. De uttrykker en viss bekymring for nedtoning av den evangeliserende og menighetsbyggende dimensjonen ved misjon.

Det sentrale SMM-rådet anses av aktørene som en strategisk viktig drøftingsarena for misjonsorganisasjonene som gir kontakt med ledelsen i DNK. Mens kirkelige dokumenter plasserer misjon sentralt i DNK, viser intervjudata at informantene på regionalt nivå og misjonsorganisasjonene ønsker og har forventninger om at misjon i større grad blir fulgt opp av ledelsen i DNK. Deltakerne på de fleste nivåene i intervjuundersøkelsen opplever at misjon ikke når høyt opp på den kirkelige dagsordenen. De begrunner dette med at det i dagens samfunn hefter fordommer ved en tradisjonell misjonsforståelse. I tillegg kjemper flere temaer om oppmerksomheten. På menighets- og regionalnivå påpeker flere at misjon synes å bli en underkategori av diakoni. Dette funnet blir også støttet av at misjon ser ut til å få en mindre synlig rolle i nyere sentrale dokumenter i DNK.

Samtlige intervjukilder uttrykker usikkerhet hva gjelder det regionale leddet i SMM. For det første stilles det spørsmål ved hensiktsmessigheten ved det regionale SMM-utvalget. Her er det store variasjoner mellom bispedømmene både når det gjelder representasjon i utvalgene og hvor godt deltakerne mener utvalgene fungerer. For det andre er det innvendinger mot hvordan ordningen med misjonsrådgivere blir ivarettatt. En akilleshæl synes å være at disse er deltidsstillinger med et visst gjennomtrekk. Stillingene blir delvis finansiert av misjonsorganisasjonene, men arbeidsgiveransvaret ligger hos bispedømmekontorene.

Overordnet viser funnene stor grad av positive erfaringer med og vurderinger av SMM. Analysen beskriver ulike synspunkter blant intervjupersonene på hva som kan være en mer tjenlig organisering av

SMM. Dette knytter seg til hvilke nivåer og instanser i DNK som bør prioriteres og styrkes i en eventuell videreutvikling av SMM. Noen aktører vil satse på et sentralkirkelig nasjonalt nivå for eksempel gjennom et team av ambulerende misjonsrådgivere, mens andre vil beholde regionalisering og en tydelig tilknytning til bispedømmekontorene. I en framtidig kirkeordning, som nå er i støpeskjeen, vil man også kunne vurdere et styrket nivå nærmere menighetene på prosti- eller fellesrådsnivå. SMM følger i utgangspunktet embetslinjen i DNK og har et potensial for å knytte an til arbeidsgiverlinjen i fellesrådene og til menighetsrådene. Samtlige aktører er likevel enige i at det lokale misjonsengasjementet i menighetene er avgjørende. Misjonsorganisasjonene har de siste årene vist en tendens til å bygge ned regionalt engasjement til fordel for sentralisering. Nedbyggingen i misjonsorganisasjonene henger sammen med reduserte personalressurser grunnet anstrengt økonomi, hvilket gir mindre ressurser til å følge opp menighetenes misjonsavtaler. Det taler for at DNK i framtiden vil måtte ta et større ansvar for misjon som del av sitt oppdrag. En slik erkjennelse vil kunne få organisatoriske og økonomiske forpliktelse for DNK som en konsekvens av å være en misjonerende kirke.

De kvalitative datakildene inneholder mye informasjon om organisering, misjonsforståelse og struktur. Misjonsavtalene er den fremste indikatoren for SMMs effekt. Når det gjelder kost-nytte-analyse, foreligger det ikke noe samlet, tilgjengelig tallmateriale som viser inntekter og utgifter for alle deltakerne i SMM over flere år. De økonomiske aspektene ved SMM er relativt lite tematisert i kildene, trolig av flere grunner. Dette kan delvis skyldes lave tall og begrensede utgifter og inntekter i seg selv. Hver enkelt misjonsavtale innbringer gjennomsnittlig 16 000 kroner årlig, noe som tilsvarer nær 16 millioner kroner samlet. Mangel på fokus på økonomi skyldes også SMM sin karakter av å være en nettverksbasert organisasjon med mange aktører og ledd, samt tilsvarende svak styringsstruktur. Antall misjonsavtaler er svært ulikt fordelt mellom de sju medlemsorganisasjonene. Det resulterer i forskjeller i inntekter og utgifter knyttet til SMM-ordningen for de ulike medlemsorganisasjonene.

De kvantitative datakildene viser at noe over halvparten av respondentene svarte benektende, eller ikke visste, om det finnes en definert kontaktperson for SMM-samarbeidet på det nivået vedkommende arbeider. Respondentene på menighetsnivået svarer jevnt over at de ikke tror tilbudet er godt kjent i menighetene, snarere tror de SMM er heller dårlig kjent. Nesten to tredeler av respondentene oppga at de hadde hatt besøk i menigheten av ansatte i organisasjonen(e) de hadde avtale med eller tiltak for. Når det gjelder tiltakene som springer ut av SMM, er dette primært regelmessige ofringer til en fast misjonsorganisasjon. Videre peker både organisasjonene og menighetene på at de fleste prosjektene varer i flere år.

Misjonsorganisasjonene har et bilde av at en større del av prosjektene omfatter tiltak tilknyttet trosopplæring og diakoni. Menighetene, derimot, rapporterer at prosjektene fortrinnsvis inneholder diakoni og bistand. På menighetsnivået er prioriteringsprofilene noe ulike mellom stillingsgruppene. Men en gjennomgående tendens for alle informantene, særlig sterkt markert blant de kirkelig ansatte som diakoner, kateketer og kantorer, er tendensen til å prioritere diakonale prosjekter. Spørsmålet ble også stilt på bispedømmenivå. Deres førstprioritering var også diakoni, med menighetsutvikling på andreplanen. Det synes å være et potensial for å integrere misjonsperspektivet tydeligere i trosopplæringen.

Samlet sett mener både menighetsnivået og misjonsorganisasjonene at SMM til en viss grad har økt misjonsengasjementet i menighetene de har samarbeidet med. Holdningene eller vurderingene er litt mer positive hos dem som er knyttet til sentralnivået, enn hos dem som har sin stilling på regionalnivået.

Det siste punktet i spørreundersøkelsene angår hvordan samarbeidet mellom kirken/menighet og misjonsorganisasjonene totalt sett blir vurdert av respondentene. På bispedømmenivået vurderte over halvparten samarbeidet som «midt på treet». Hovedtendensen i svarene er således at det har vært «passe godt», eller litt bedre. Nesten halvparten av respondentene fra misjonsorganisasjonene svarer at samarbeidet har vært middels godt. Ingen gir lavere skår, og noen vurderer at samarbeidet har vært svært godt. Personer som har arbeidet sitt på regionalt nivå, er mer kritiske i sine vurderinger av samarbeidet enn personer på sentralt nivå. For menighetsnivåets del fordelte svarene seg over hele den femdelte skalaen som ble brukt i dette spørsmålet. Hovedtyngden var svarene var litt på den positive siden. Alt i alt samsvarer vurderingen gjort av de tre gruppene relativt godt. Hovedinntrykket er at samarbeidet fungerer «passe godt» eller «litt over middels». Det er med andre ord muligheter for forbedringer.

På bakgrunn av det empiriske materialet og analysene i denne rapporten anbefaler vi at SMM opprettholdes, men videreutvikles gjennom at partene i SMM-samarbeidet vurderer følgende momenter:

1. intensiverer arbeidet for å oppnå målet om at alle menigheter i DNK har misjonsavtale
2. arbeider gjennom menighetsrettede tiltak for at misjonsavtalene skal generere større engasjement i menighetenes arbeidsgrener, særlig i trosopplæringen, etablerer misjonsutvalg og misjonskontakt, samt arbeider for at misjonsavtalene genererer høyere inntekter
3. videreutvikler organisering og kommunikasjonslinjer i lys av ny kirkeordning for DNK hva gjelder arbeidsgiverlinjer og styrking av nivåer i kirkeorganisasjonen
4. initierer og opprettholder en teologisk refleksjon og dialog om misjonsbegrepet i samarbeidet mellom DNK og misjonsorganisasjonene
5. initierer samtaler om helhetlig misjon på alle nivåer i DNK og om hvordan dette er forpliktende for kirkens ledere
6. vurderer misjonsrådgiverstillingenes finansiering og organisering, samt utvikler en felles arbeidsinstruks og en mer ensartet prioritering av stillingsomfang ved bispedømmekontorene
7. vurderer det regionale SMM-utvalget med tanke på representasjon, myndighet og mandat
8. styrker kontakten mellom regionalt nivå i SMM-samarbeidet og menighetene
9. drøfter fordeling av misjonsavtaler mellom organisasjonene samt retningslinjer for oppfølging av avtaler som er mer forpliktende for misjonsorganisasjonene
10. blir bevisst regionale forskjeller og vurderer tilpasninger ut fra ulike kirkelandskap og misjonsorganisasjonenes nedslagsfelt og aktivitetsnivå
11. utvikler rutiner for dokumentasjon og kommunikasjon på sentralt og regionalt nivå særlig med hensyn til årlige økonomidata og at samlet rapportering styrkes i DNKs årsrapport
12. drøfter kriterier for hvilke organisasjoner som kan være medlemmer i SMM

Innholdsfortegnelse

Kapittel 1 Innledning	8
1.1 Problemstillinger og rapportens struktur.....	8
1.2 Beskrivelse av Samarbeid menighet og misjon (SMM)	8
1.3 Bakgrunn for evalueringen	10
Kapittel 2 Metode.....	11
2.1 Evalueringsforståelse	11
2.2 Kvalitative metoder	12
2.2.1 Dokumentanalyse.....	12
2.2.2 Individuelle intervjuer	12
2.2.3 Gruppeintervjuer.....	12
2.3 Kvantitativ metode.....	13
2.4 Forskningsetikk.....	13
Kapittel 3 Funn fra dokumentanalysen	15
3.1 SMM-dokumenter på nasjonalt nivå.....	15
3.1.1 Menighet og misjon (1993)	15
3.1.2 Tidligere evalueringer av SMM.....	17
3.1.3 Årsrapporter fra de sentralkirkelige råd.....	19
3.1.4 Nettsidene til SMM	20
3.1.5 Referater fra SMM-rådsmøtene.....	21
3.2 Regionale dokumenter	22
3.2.1 Representasjon, organisering og aktivitetsnivået til SMM i de ulike bispedømmene.....	22
3.2.2 Betydningen av SMM og misjonsavtaler	23
3.2.3 Misjonsrådgivernes/-konsulentenes rolle.....	23
3.3 Effekt av SMM	24
3.3.1 Effekt av SMM ifølge nasjonale dokumenter	24
3.3.2 Effekt av SMM ifølge regionale dokumenter	24
3.3.3 Nedslag i bispedømmenes strategiplaner	25
3.4 Lokalmenigheter, misjon og planverk	27
3.5 Oppsummering – effekt av SMM	29
3.6 Kost–nytte-analyse.....	30
3.7 Oppsummering av dokumentanalysen	34
Kapittel 4 Funn fra intervjuundersøkelsen.....	36

4.1 Misjonsforståelse og struktur: Fungerer det strukturelle SMM-samarbeidet hensiktsmessig i dag?	37
4.1.1 Daglig leder	37
4.1.2 SMM-rådet	38
4.1.3 Det Norske Misjonsselskap (NMS)	40
4.1.4 Misjonsalliansen	40
4.1.5 Stefanusalliansen.....	41
4.1.6 Misjonsrådgiverne	42
4.1.7 Regionalt SMM-utvalg i Stavanger bispedømme	43
4.1.8 Regionalt SMM-utvalg i Oslo bispedømme	44
4.1.9 Regionalt SMM-utvalg i Sør-Hålogaland bispedømme	44
4.1.10 Menigheter i Stavanger bispedømme.....	45
4.1.11 Menigheter i Oslo bispedømme.....	45
4.1.12 Menigheter i Sør-Hålogaland bispedømme	46
4.2 Effekt: I hvilken grad har SMM-samarbeidet bidratt til endring og ført til økt engasjement for og eierskap til misjon i menighetene i Den norske kirke?	48
4.2.1 Daglig leder.....	48
4.2.2 SMM-rådet	48
4.2.3 Det Norske Misjonsselskap (NMS)	49
4.2.4 Misjonsalliansen	49
4.2.5 Stefanusalliansen.....	50
4.2.6 Misjonsrådgiverne	50
4.2.7 Regionalt SMM-utvalg i Stavanger bispedømme	51
4.2.8 Regionalt SMM-utvalg i Oslo bispedømme	51
4.2.9 Regionalt SMM-utvalg i Sør-Hålogaland bispedømme	52
4.2.10 Menigheter i Stavanger bispedømme.....	52
4.2.11 Menigheter i Oslo bispedømme.....	53
4.2.12 Menigheter i Sør-Hålogaland bispedømme	53
4.3 Kost–nytte: Får organisasjonene et tilfredsstillende resultat ut fra samarbeidet i forhold til de ressurser de bruker på SMM?	54
4.3.1 Daglig leder SMM	54
4.3.2 SMM-rådet	54
4.3.3 Det Norske Misjonsselskap (NMS)	55
4.3.4 Misjonsalliansen	55
4.3.5 Stefanusalliansen.....	56
4.3.6 Misjonsrådgivere	56
4.3.7 Regionalt SMM-utvalg i Stavanger bispedømme	56

4.3.8 Regionalt SMM-utvalg i Oslo bispedømme	57
4.3.9 Regionalt SMM-utvalg i Sør-Hålogaland bispedømme	58
4.3.10 Menigheter i Stavanger bispedømme	58
4.3.11 Menigheter i Oslo bispedømme	58
4.3.12 Menigheter i Sør-Hålogaland bispedømme	59
4.3.13 Oppsummering av intervjuundersøkelsen	59
Kapittel 5 Funn fra spørreundersøkelsene	60
5.1 Utvalg og gjennomføring	60
5.2 Den norske kirke – bispedømmenivået	60
5.3 Misjonsorganisasjonene	64
5.4 Den norske kirke – menighetene	69
5.5 Sammenfatning av resultatene i spørreundersøkelsene	79
Kapittel 6 Oppsummerende drøfting	81
6.1 Oppdragsforståelse og misjonsforståelse	81
6.2 Potensial for vekst og utvikling	83
6.3 Strukturelle endringer	85
6.4 Økonomi	86
Kapittel 7 Konklusjon og oppsummering av anbefalinger	88
Kapittel 8 Litteraturliste	89
Kapittel 9 Kort presentasjon av forskerne i evalueringsgruppen	89
Kapittel 10 Vedlegg	91
Anbefaling fra Norsk senter for forskningsdata (NSD)	91
Intervjuguider SMM	92
1 Daglig leder SMM	92
2 Medlemmer i samarbeidsråd og sentralkirkelige ledere (generalsekretærer samt ledere i Kirkerådet)	93
3 Gruppeintervju av fire misjonsrådgivere i ulike bispedømmer	94
4 Misjonsorganisasjon	95
5 Regionalt SMM-utvalg	96
6 Menighet	97
Spørreskjema til personer på bispedømmenivå	99
Eksempel på Informasjonsskriv	102
Spørreskjema til menighetene om samarbeidet menighet-misjonsorganisasjon (SMM)	103
Eksempel på informasjonsskriv	109
Spørreskjema til misjonsorganisasjonene om samarbeidet menighet-misjonsorganisasjon	110

Kapittel 1 Innledning

1.1 Problemstillinger og rapportens struktur

Denne evalueringen tar utgangspunkt i tilbudsforespørselen fra SMM, som skisserte tre hovedproblemstillinger som skulle ligge til grunn for oppdraget:

1. Fungerer de strukturelle rammene for SMM-samarbeidet hensiktsmessig i dag? (Strukturanalyse)
2. I hvilken grad har SMM-samarbeidet ført til økt engasjement og eierskap til misjon i menighetene i Den norske kirke? (Effektanalyse)
3. Får organisasjonene et tilfredsstillende resultat ut av samarbeidet i forhold til de ressurser de bruker på SMM? (Kost–nytte-analyse)

For å kunne svare på spørsmål 1 om strukturenes hensiktsmessighet har vi integrert data som viser misjonsforståelse og dermed innholdet i det som den strukturelle ordningen har som mål å realisere. Den første hovedproblemstillingen er derfor utvidet til å gjelde både misjonsforståelse og struktur.

De tre hovedproblemstillingene har vært retningsgivende for evalueringen på to måter. For det første har de utkrystallisert sentrale innholdsmomenter for intervjuguider og spørreskjemaer som igjen har lagt føringer for datainnsamlingen. For det andre strukturerer disse tre spørsmålene innholdet i funnkapitlene i evalueringsrapporten.

Rapporten er organisert som følger: Etter innledningskapitlet (kap. 1) følger beskrivelser av metoder og forskningsetikk (kap. 2). I kapittel 3, 4 og 5 presenteres funn fra den empiriske undersøkelsen. Det er de kvalitative studiene gjennom dokumentanalyse og intervjuer som har gitt det vesentlige datamaterialet som evalueringen bygger på. Spørreundersøkelsene har en supplerende funksjon i å kartlegge hvor utbredte oppfatninger er. Kapittel 3 inneholder dokumentanalyse, kapittel 4 beskriver kvalitative funn fra intervjuene, mens kapittel 5 viser kvantitativt materiale fra spørreundersøkelsene. Disse tre kapitlene er strukturert i tråd med de tre hovedproblemstillingene som fokuserer 1) misjonsforståelse og struktur, 2) effekt og 3) kost–nytte. Hvert kapittel avrundes med en oppsummering. Kapittel 6 er en oppsummerende drøfting hvor funn, analyser og anbefalinger fra alle kapitlene behandles samlet. Anbefalinger er å finne i kapittel 7.

1.2 Beskrivelse av Samarbeid menighet og misjon (SMM)

Samarbeid menighet og misjon, heretter kalt SMM, ble etablert av Kirkemøtet i Den norske kirke (DNK) og misjonsorganisasjoner i 1994. Ordningen har således eksistert i 25 år. Formålet med samarbeidet var å bidra til å virkeliggjøre menighetenes misjonsoppdrag og styrke misjonsengasjementet i DNKs menigheter. SMMs nåværende visjon er: «Misjonerende menigheter – der evangeliet frigjør og utruker mennesker til å dele troen gjennom nærvær, handling og ord, lokalt og globalt.»

Etableringen av SMM som struktur for samarbeid og samhandling henger sammen med viktige institusjonelle forutsetninger. Kirke og misjonsorganisasjoner delte forståelsen av oppdragets forankring og nære sammenheng med deres respektive virksomheter. Men

organisasjonenes selvstendighet i de etablerte ansvars- og arbeidsformene fremmet i liten grad aktiv koordinering og samhandling med kirken og lokalmenighetene. Endringer i misjonsorganisasjonene innebar også utvikling av nye rammer, blant annet for frivillig engasjement. Videre ekspanderte arbeidet til Den norske kirkes menigheter på felter som tradisjonelt var organisasjonenes arbeidsområde. Denne utviklingen hang sammen med økningen i antall kirkelig ansatte og at arbeid som tidligere lå under organisasjonene, nå drives av lokalmenighetene. SMM kan på denne bakgrunnen forstås som en innovasjon, med et klart preg av partnerskap og samstyring mellom misjonsorganisasjonene og DNK.

Ifølge grunnlagsdokumentet (1993) var en viktig grunn for opprettelsen av SMM i 1994 at misjonsengasjementet var lite tydelig i mange menigheter. Både misjonsorganisasjonene og DNK ønsket å finne nye veier for å styrke dette engasjementet. Den lokale menighet har ifølge grunnlagsdokumentet det primære ansvaret for «å utbre evangeliet til jordens ender». Det vises til at i et samfunn preget av globalisering og internasjonalisering er denne erkjennelsen stadig mer aktuell. Kirken er i sin natur misjonerende. Målet for SMM-samarbeidet var at misjon skulle ses som hele menighetens oppdrag, der organisasjonene som tverrstrukturer arbeider på vegne av kirken. Ifølge nettsidene (<https://kirken.no/smm>) presenteres SMM som en nettverksorganisasjon som vil være et bindeledd på tre måter: 1) mellom lokalt og globalt arbeid i Den norske kirke, 2) mellom Den norske kirke og SMM-organisasjonene, og 3) mellom teori og praksis når det gjelder misjon.

SMM-satsingen fikk organisatoriske strukturer både på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå. Nasjonalt innebar den etableringen av et samarbeidsråd for misjonsorganisasjonenes ledelse og DNK, samt stillingen som daglig leder i SMM, som nå er plassert i sekretariatet for Mellomkirkelig råd. Antall organisasjoner som er medlemmer i SMM, har økt. Det Norske Misjonsselskap (NMS), Normisjon, Misjonsalliansen, Den Norske Israelsmisjon (DNI), Areopagos, HimalPartner og Stefanusalliansen deltar nå i SMM-samarbeidet. Ved hvert bispedømmekontor ble det opprettet stilling som misjonsrådgiver, samfinansiert av kirken og misjonsorganisasjonene. I tillegg ble det i hvert bispedømme dannet et regionalt SMM-utvalg med rådgivende funksjon. På lokalt nivå har fire av fem menigheter i dag en misjonsavtale med en av organisasjonene. Dette er et høyt antall, og målet er full dekning.

Den norske kirke er ifølge sin selvforståelse en bekjennende, misjonerende, tjenende og åpen folkekirke. Forståelsen av begrepet *misjonerende kirke* ble inngående drøftet på Kirkemøtet i 2005. DNKs misjonsforståelse ble videre utdypet og presisert på kirkemøtet i 2012, blant annet i lys av det internasjonale økumeniske dialogarbeidet og diskusjonen om misjon i forbindelse med markeringen av hundreårsjubileet for misjonskonferansen i Edinburgh 1910. Det er viktig å merke seg at de to kirkemøtesakene bruker begrepet *helhetlig misjon* til forskjell fra en tidligere misjonsforståelse som mer ensidig har vektlagt evangelisering «fra Vesten til resten». Helhetlig misjon innebærer «å dele evangeliet gjennom nærvær, handling og ord, lokalt og globalt». Misjon forstås som forankret i den treenige Guds sendelse til og handling i verden, som skaper, forsoner og livgiver, og inkluderer derfor både diakoni (inkludert kamp for rettferdighet), forkynnelse og dialog. Misjon begrunnes ved at kirken og alle dømte tas inn i Guds sendelse (Joh 20,21). Alle dømte er gjennom menigheten og sammen

med den verdensvide kirke sendt til verden for å dele tro og liv, kjempe for rettferdighet og invitere til fellesskap over ulike grenser.

SMMs formål og oppdrag kan også forstås gjennom de fem strategiske fokusområdene i inneværende periode <https://kirken.no/nb-NO/SMM/om-oss/strategiplan-15-18/> :

1. *Utfordre alle døpte til disippelskap og etterfølgelse: «Søke Kristus, dele troen og vise omsorg for vår neste og skaperverket» (KM-sak 07/12 1a)*
2. *Øke eierskapet til helhetlig misjon i Den norske kirke gjennom å gjøre Jesus kjent og bidra til å forandre verden i tråd med FNs bærekraftsmål*
3. *Styrke samarbeidet mellom organisasjoner og menigheter gjennom misjonsavtalene:*
 - *Alle menigheter i alle bispedømmer har en samarbeidsavtale med én eller flere av SMM-organisasjonene enten alene eller sammen med andre menigheter*
 - *Øke de økonomiske bidragene i samarbeidsavtalene med 10 prosent årlig per menighet*
4. *Utvikle og etablere felles arenaer og verktøy for læring, inspirasjon og utrustning til misjon gjennom samarbeid mellom organisasjonene og menighetene*
5. *Videreutvikle SMM for å realisere vår felles visjon i en ny tid*

1.3 Bakgrunn for evalueringen

Deler av SMM-samarbeidet ble evaluert i 2006. Det er flere forhold som taler for en ny evaluering. For det første er SMM en 25 år gammel ordning. Strukturene ble lagt før kirkeloven av 1996 og etableringen av fellestrådene. Videre er DNK nå i gang med å utarbeide en ny kirkeordning. Dette er dermed en strategisk viktig tid for å vurdere SMM.

For det andre gir en rekke endringer i samfunnet nye utfordringer og muligheter både for misjonsorganisasjonene og for DNK. Det norske samfunnet har endret seg svært mye de siste tiårene på grunn av økende globalisering, sekularisering samt religiøs og kulturelt mangfold. I tillegg har digitaliseringen revolusjonert hvordan vi kommuniserer og samhandler. Dette gir nye samarbeidsmuligheter.

For det tredje har den økumeniske og internasjonale forståelsen av misjon utviklet seg, som resultat av blant annet et bredere globalt økumenisk samarbeid om misjon, forskyvningen av kristenhetens tyngdepunkt sørover og nye relasjoner mellom kirker og organisasjoner. Spørsmålet er om denne nye forståelsen av misjon har fått fotfeste på lokalnivået i kirken. Som beskrevet ovenfor var misjon en hovedsak på Kirkemøtet i 2012. Det ble på ny understreket at alle døpte er kalt til å dele sin tro i respekt for mennesker med annet livssyn. Kirkemøtets vedtak kan i seg selv utgjøre en viktig bakgrunn for en ny evaluering av SMM.

Gjennom SMM sin historie har det skjedd endringer i hvordan arbeidsformer og samarbeidsrelasjoner begrunnes og legitimeres internt blant medlemsorganisasjonene. Samtidig har det blitt økt vekt på dialog og bidrag til samfunnsutvikling og bistand i berørte partnerland.

Kapittel 2 Metode

Som en diakonal og kirkelig vitenskapelig høyskole har VID kunnet se SMM sin virksomhet med et kritisk, konstruktivt og tverrfaglig blikk. Forskere som har deltatt i evalueringen, har forskningsbasert kompetanse innenfor både missiologi, diakoni, teologi, sosiologi, organisasjons- og ledelsesfag samt juss. Denne breddekompetansen har synliggjort SMM sitt spesifikke oppdrag. Forskergruppen har svært god kjennskap til Den norske kirkes struktur og innsikt i aktuell misjonsforståelse og Den norske kirkes arbeid med misjon. I tillegg har vi god kjennskap til misjonsorganisasjonenes selvforståelse og arbeid. Vi har vurdert misjonsforståelse og strukturell hensiktsmessighet, effekt og oppnåelse av de mål som er satt for SMM, samt spørsmål knyttet til kost–nytte. Denne evalueringen har også blitt informert av et bredere institusjonelt perspektiv som tematiserer forholdet mellom indreorganisatorisk utvikling og samfunnsendringer.

2.1 Evalueringsforståelse

Med «evaluering» forstår vi en systematisk aktivitet basert på teorier og forskningsmetoder. I vid forstand søker en evaluering å si noe om spørsmålet: Hva fungerer for hvem under hvilke forhold og på hvilke måter, og hvordan? Hensikten er å beskrive, forstå og analysere fenomener og sette dem i forhold til ulike ressurser som investeres.

Tilnæringsmåten trekker vekslers på foreliggende dokumenter og tallmateriale, og kombinerer dette med innsamling av kvalitative og kvantitative data i form av intervjuer og spørreskjemaundersøkelser. Klassisk effektevaluering er opptatt av forholdet mellom mål og virkninger, og ligger nær formålet med evalueringen av SMM, slik det framgår av tilbudsbrevet. Dette innebærer at SMM-arbeidets formål og konkrete målsetninger er referansepunktet for en deskriptiv analyse av den nåværende situasjonen. Evalueringer, vurderinger og justeringer i samarbeidsmodellen foretatt i perioden vil bli tatt hensyn til, med hovedvekt på eksisterende formål og måloppnåelse.

Vi mener at en klassisk effektevaluering på en hensiktsmessig måte kan kombineres med andre tilnæringsmåter for å fange inn kompleksiteten i SMM. Vi kombinerer derfor effektevalueringen med en *responsiv* evaluering. Denne metoden er orientert mot aktivitetene, mangfoldet og det særegne ved et tiltak eller prosjekt: «Responsive evalueringer understreker betydningen av språk, kontekst og interessentenes vurdering» (Sverdrup 2014: 36).

Responsive evalueringer kan stå i en viss motsetning til en mål-orientert tilnærming, der sluttproduktet står sentralt, men vi finner at disse tilnæringsmåtene supplerer hverandre. En effektevaluering bidrar til deskriptiv innsikt i hvordan samarbeidet fungerer med tanke på hensiktsmessig struktur og oppnådde resultater, mens en responsiv tilgang gir et formativt bidrag med innspill til utvikling eller endring av fenomenet som undersøkes. Hensikten er å forstå prosjektet innenfor dets egne rammebetingelser: «Når man kaller tilnærmingen responsiv, innebærer dette at man lytter til, og forsøker å forstå, de problemstillingene som er sentrale for dem som er involvert i programmet [...]» (Sverdrup 2014: 37). Kombinasjonen av effekt- og responsiv evaluering vurderes som supplerende både med hensyn til muligheten for å erverve kunnskap og med hensyn til evalueringsdesign og metodebruk.

Evalueringen bygger både på tilgjengelige data og data innsamlet av evaluator. Evalueringsrapporten bygger på en metodekombinasjon av kvalitativ og kvantitativ datainnsamling: dokumentanalyse, gruppeintervjuer og individuelle intervjuer samt spørreundersøkelser. Dette brede spekteret er valgt for å kunne belyse problemstillingene i SMM sin tjuvfem år lange historie. Her følger en konkret oversikt over metodene som er anvendt.

2.2 Kvalitative metoder

2.2.1 Dokumentanalyse

Dokumentanalysen omfatter flere nivåer:

1. Gjennomgang av SMMs interne dokumenter (grunnlagsdokument, årsrapporter, vedtekter, strategidokumenter, hjemmeside på internett, referater fra møter i SMM-rådet)
2. Dokumenter i de sentralkirkelige råd i DNK med omtale av SMM, som saksdokumenter, årsrapporter for regionale og sentrale organer, samt årlige tilstandsrapporter for Den norske kirke
3. Et utvalg av bispedømmenes strategiplaner
4. Et utvalg av menighetenes planverk

2.2.2 Individuelle intervjuer

1. Daglig leder SMM

2.2.3 Gruppeintervjuer

1. SMM-rådet sentralt (generalsekretærene eller stedfortredere, direktør i Mellomkirkelig råd, daglig leder SMM). Intervjuet ble gjennomført i tilknytning til et rådsmøte.

2. I tre utvalgte organisasjoner: Det Norske Misjonsselskap, Misjonsalliansen og Stefanusalliansen. Utvalget skjedde i dialog med arbeidsutvalget i SMM-rådet. Vi ønsket å kunne gå i dybden på tre av de sju medlemsorganisasjonene. Utvalgskriteriene ble laget for å få et variert utvalg hva gjelder størrelse, profil, arbeidsformer og identitet.

3. I tre utvalgte bispedømmer. I samråd med daglig leder i SMM fant vi det naturlig å intervjuer i tre ulike områder av landet: øst, vest og nord. Det er forskjeller mellom landsdelene hva angår misjonsorganisasjonenes nedslagsfelt og arbeid, samt ulike ekklesiologiske tradisjoner. Vi har derfor intervjuet følgende aktører i Oslo, Stavanger og Sør-Hålogaland bispedømmer:

a) Regionalt SMM-utvalg i hvert av de tre bispedømmene. Intervjuene ble gjennomført i tilknytning til utvalgsmøte i Oslo og Sør-Hålogaland. I Stavanger ble det organisert et eget intervju møte.

b) To menigheter i hvert av de tre bispedømmene, foreslått av misjonsrådgiver i bispedømmet. Vi har spurt etter menigheter som har erfaringer med SMM. Det har til dels vært krevende å rekruttere menigheter til å delta i undersøkelsen og få tilstrekkelig antall intervju personer. Enten har kirkevergen/daglig leder eller soknepresten som mottaker av henvendelsen ikke svart, eller svaret har vært at det ikke har vært kapasitet til å tilrettelegge

og bidra i undersøkelsen. Vi har ønsket representasjon fra menighetsråd, ansatte og frivillige. Daglig leder eller sokneprest i menighetene har vært behjelpelige med e-postadresser og tilrettelegging av intervjuene. Intervjuene ble gjennomført i kirkene eller på menighetskontor.

Intervjupersonene fikk tilsendt informasjonsskriv og samtykkeskjema i forkant. Noen fikk på forespørsel også intervjuguiden. Til de ulike intervjuene ble det utarbeidet veiledende intervjuguiden som tok utgangspunkt i evalueringens tre hovedproblemstillinger. Alle intervjuene ble tatt opp på bånd. Intervjuene ble enten transkribert, eller det ble laget fyldige samtalereferat.

2.3 Kvantitativ metode

Evalueringen består også av spørreundersøkelser som ble sendt ut elektronisk via e-post. Dette kan i prinsippet sikre en statistisk representativitet, avhengig av responsen.

Målgruppene var:

- 1) Alle fellesrådsansatte i vigslede stillinger (kateketer, kantorer, diakoner og trosopplærere), avtroppende menighetsrådsledere i 2019 og arbeidsgivere i kirkelig virksomhet (kirkeverger og daglige ledere)
- 2) Alle prester og proster i Den norske kirke
- 3) Bispedømmeledelsen (biskoper, stiftsdirektører, kirkefagsjefer, bispedømmerådsledere)
- 4) Ansatte og valgte ledere i misjonsorganisasjonene som inngår i SMM

Det ble utformet tre spørreskjemaer, tilpasset de forskjellige målgruppene. For å nå målgruppene måtte vi stort sett gå indirekte til verks. De fellesrådsansatte i vigslede stillinger kunne vi bare nå gjennom kirkevergene – som selv var målgruppe. For å nå prester og proster i Den norske kirke var mellomleddet biskopkontorene, og for å nå relevante ansatte og valgte ledere i misjonsorganisasjonene kontaktet vi organisasjonene sentralt på den e-postadressen hver av organisasjonene hadde oppgitt som sin kontaktadresse. Kun for bispedømmeledelsen tok vi direkte kontakt med hver enkelt på grunnlag av adresse oppgitt på bispedømmenes hjemmesider. Det ble gjennomført en runde med purring til alle målgruppene.

Den indirekte tilnæringsmåten gjennom kontaktledd til målgruppene økte sjansen for frafall. At spørreundersøkelsen ble gjennomført i desember og januar måned, bidro nok også til å redusere svarprosenten. Generelt er det utfordrende å oppnå et høyt antall respondenter på slike spørreundersøkelser. Lokalt kirkelig ansatte mottar en rekke henvendelser fra sentralt kirkelig hold. Denne spørreundersøkelsen kan tenkes å ha vært en av flere saker som ikke nådde opp i prioriteringen. Det er sannsynlig at ansatte i en travel arbeidshverdag blir selektive og velger sitt engasjement i spørreundersøkelsen ut fra hva slags temaer de selv er interessert i og ønsker å bidra i.

2.4 Forskningsetikk

Både intervjuundersøkelsene og spørreskjemaundersøkelsene ble meldt til NSD – Norsk senter for forskningsdata, som vurderte metodene ut fra lov om personopplysninger. Loven ble i 2018 revidert for å imøtekomme GDPR-kravene. NSD anbefalte at begge formene for

datainnsamling kunne gjennomføres (se vedlegg). Det er blitt samlet inn skriftlig samtykke i tilknytning til alle intervjuer.

Det er vurdert at det å intervjuer ansatte og personer som besitter ulike verv, om strategiske sider ved SMM-arbeidet ikke er spesielt sensitivt, selv om det er krysset av på at religion blir tematisert under intervjuene. Vi har erfart at uenigheter om blant annet likekjønnet ekteskap ikke har vært tematisert i intervjuene, noe vi forstår som at organisasjonene og Den norske kirke vet hvor de andre står. Det at uenighet ikke er tematisert, betyr ikke at slik uenighet ikke spiller noen rolle for SMM-samarbeidet, både sentralt, regionalt og lokalt. Som vist i delkapitlet som oppsummerer tidligere evalueringer, slår slik uenighet svært ulikt ut, avhengig av region.

Det at evalueringsteamet har hatt deltakere med både fartstid som misjonærer eller ledere i de organisasjonene som er med i evalueringen, og personer som på ulike måter har et engasjement knyttet til misjonsorganisasjonene, har etter vår bedømmelse ikke spilt noen rolle for evalueringssoppdraget. Vi har vurdert de dataene vi har fått inn, og behandlet dem i tråd med vanlig forskningspraksis. Det er ingen av medlemmene i evalueringsteamet som har noen interesser å forsvare eller bindinger som innebærer at de ikke har en kritisk eller objektiv tilnæringsmåte.

Rapportutkast er i den siste fasen av arbeidet sendt til daglig leder i SMM og generalsekretærene i Det Norske Misjonsselskap, Misjonsalliansen og Stefanusalliansen for fakta- og sitatsjekk. Innspillene som er kommet, er forsøkt integrert i den endelige rapporten som her foreligger.

Kapittel 3 Funn fra dokumentanalysen

Funnene som er beskrevet i dette kapitlet, er basert på analyse av sentrale, regionale og lokale dokumenter. Analysen omfatter derfor tre hovedkategorier dokumenter. Første kategori var SMMs interne dokumenter: grunnlagsdokumentet, årsrapporter, vedtekter, et utvalg misjonsavtaler, strategidokumenter, hjemmeside på internett, referater fra møter i styret og informasjonsbrosjyrer. Andre kategori omfatter andre dokumenter i de sentralkirkelige råd i DNK med omtale av SMM, som saksdokumenter og årsrapporter fra regionale og sentrale organer, samt årlige tilstandsrapporter for Den norske kirke. Tredje kategori besto av bispedømmenes strategiplaner og mål, basert på årsrapporter om SMM-arbeidet fra 2015 til 2018 og bispedømmenes hjemmesider. I tillegg kommer eksempler på misjon slik det framkommer i ulike menigheters planverk ut fra søk på internett.

Vi har gjort en deskriptiv analyse av innholdet i foreliggende dokumenter. Dokumentene viser at to av evalueringens hovedmomenter, struktur og effekt, ikke uten videre skjelnes klart fra hverandre i kildene. Med andre ord vil etablering av strukturer være et uttrykk for satsing og engasjement. Den største delen av dokumentanalysen vil derfor omhandle struktur og effekt sammen, mens en drøfting av kost–nytte utgjør den siste delen av analysen. Avslutningsvis drøfter vi disse i lys av evalueringens tre hovedproblemstillinger.

Tabell 1: Oversikt over dokumenter

Nivå	Type dokument
Nasjonalt	<ol style="list-style-type: none">1. Menighet og misjon: Grunnlagsdokument for samarbeidet mellom Den norske kirke og misjonsorganisasjonene, 19932. Tidligere evalueringer av SMM<ul style="list-style-type: none">- SMM-evalueringen/menighetsundersøkelsen 1998/2002- Evalueringsrapport av misjonskonsulentstillingene 20063. Årsrapport for Den norske kirke 2015–20184. Nettsidene til SMM5. Referater fra SMM-rådsmøter (samt AU) 2014–20186. Sak KM 12/00 Samarbeidsråd for menighet og misjon7. SMM: Utgiftsfordeling misjonsorganisasjonene 20128. SMM: Rapport inntektsfordeling organisasjoner 2018
Regionalt	Årsrapporter fra bispedømmerådene 2016–2018
Lokalt	Planverk fra et strategisk utvalg menigheter

3.1 SMM-dokumenter på nasjonalt nivå

3.1.1 Menighet og misjon (1993)

SMM blir grunnleggende posisjonert i grunnlagsdokumentet *Menighet og misjon* (1993). Dokumentet beskriver innledningsvis noen misjonsteologiske forutsetninger, med vekt på at den lokale menighet er den grunnleggende bærer av kallet til å utbre evangeliet. Samtidig påpekes det at dette ansvaret historisk er blitt ivaretatt gjennom foreninger og organisasjoner med basis i enkeltpersoner og lokale grupper som tok et spesielt ansvar for å realisere kirkens misjonsoppdrag.

Framveksten av et utvidet ansvar og virkeområde for menighetsrådene, med hensyn til å vekke og nære det kristelige liv, har skjedd parallelt med at misjonsorganisasjonene over tid ifølge dokumentet beskrives som svekkede og med en marginalisert og privatisert rolle i lokalmenigheten. Dokumentet framhever derfor samarbeid mellom DNK og misjonsorganisasjonene som et tegn på et felles anliggende. Oppdragets omfang fordrer at kirker over hele verden arbeider sammen om denne felles oppgaven. En forsterkning av menighetenes misjonsengasjement har ifølge dokumentet blitt tydeligere i kirkens identitet og oppdrag. Dokumentet drøfter også behovet for synergi for DNK og misjonsorganisasjonene i det felles oppdraget. Misjonens nødvendighet understrekes ut fra at det kun finnes én frelsesvei, men samtidig pekes det tydelig på at misjon forutsetter dialog, og at det sosiale ansvar inkluderes i misjonsengasjementet.

Det blir også vektlagt at SMM som felles prosjekt krever et forpliktende samarbeid på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå. Sentrale elementer for å øke menighetenes misjonsengasjement knyttes til følgende mål:

- bedre kommunikasjon mellom misjonsorganisasjonene, Den norske kirke sentralt og regionalt, og menighetene
- at deltakerne holder hverandre løpende orientert om planer og programmer av felles interesse
- at SMM gir en arena for å drøfte felles tiltak og utvikle felles måter å realisere disse på

Gjennom dokumentet skisseres strukturer som skal understøtte slikt samarbeid: et samarbeidsråd på nasjonalt nivå, et organisert samarbeid regionalt og etablere strukturer, for eksempel misjonsutvalg, samt tiltak på menighetsnivå. Til hvert nivå foreslås ulike tiltak for å fremme samarbeid. På lokalt plan konkretiseres dette i ansvar for enkeltmisjonærer eller søsterkirker, vennskapsavtale for deling av troserfaringer, egne givertjenester eller forpliktende tilknytning til konkrete prosjekter.

I grunnlagsdokumentet fra 1993 for samarbeidet mellom Den norske kirke og misjonsorganisasjonene omtales forutsetningene for SMM-samarbeidet og det skisseres en struktur for samarbeidet (se kap. 1.2). Samarbeidsstrukturen har som hensikt å styrke misjonsdimensjonen som del av menighetens liv og identitet gjennom misjonsfremmende aktiviteter. For å fremme et slikt samarbeid skisserte grunnlagsdokumentet ulike typer samarbeid på nasjonalt, regionalt og lokalt plan. Dette ble i vedtekter for SMM, som ble revidert i 2000. Der står det at SMMs formål er å skal styrke misjonsengasjementet i Den norske kirkes menigheter. Samarbeidet tok mål av seg å skape bedre kommunikasjon, styrket informasjonsarbeidet, og føre til felles tiltak.

I den gjeldende strategiplanen for SMM er det opprinnelige formålet gitt en noe annen formulering, med visjonen om «[å] styrke engasjementet for bibelsk fundert og helhetlig misjon i Den norske kirkes menigheter». Det strategiske fokus for inneværende periode (2019–2020) er å:

- utfordre alle døpte til disippelskap og etterfølgelse
- øke eierskapet til helhetlig misjon

- styrke samarbeidet mellom organisasjonene og menighetene gjennom misjonsavtaler
- utvikle og etablere felles arenaer og verktøy for læring, inspirasjon og utrustning til misjon gjennom samarbeid mellom organisasjonene og menighetene
- videreutvikle SMM for å realisere vår felles visjon i en ny tid

3.1.2 Tidligere evalueringer av SMM

Det er tidligere gjennomført to SMM-evalueringer. Den første hadde datainnsamling i 1998. Hovedrapporten kom som bok i KIFOs rapportserie (Hegstad og Laugerud 2002). Den hadde fokus på menighetene og omtales heretter som menighetsundersøkelsen. Den andre evalueringen ble levert SMM-styret i mars 2006. Den fokuserte på misjonskonsulentstillingen ved bispedømmekontorene (også kalt misjonsrådgiverstillinger) og omtales heretter som misjonskonsulentundersøkelsen (Laugerud 2006). Laugerud hadde med seg en referansegruppe med ansatte i SMM-organisasjonene. Samfunnsvitenskapelig kompetanse var representert i referansegruppen. En fullstendig gjennomgang er ikke mulig, men noen hovedtrekk er relevante å ta med.

Menighetsundersøkelsen

I 1998 hadde det formelle SMM-samarbeidet fungert i bare fire år, men samarbeid hadde også vært drevet gjennom forløperen KMM (Kontaktforum for Menighet og Misjon).

Undersøkelsen samlet inn data fra menighetene i fire prostier: Bærum, Indre Helgeland, Sandnes og Sarpsborg. Både ansatte og menighetsrådsmedlemmer ble kontaktet, og svarprosenten var 60 (350 av de 600 som ble kontaktet). Svarprosenten var høyere blant menighetsrådsmedlemmene (mellom 48 og 75 prosent; høyest i Sandnes, nest høyest i Bærum) enn blant de ansatte (mellom 47 og 60 prosent; høyest i Sandnes, nest høyest i Sarpsborg).

Det ble i tillegg valgt ut fire menigheter, én fra hvert av de fire prostiene: Helgerud, Nord-Rana, Sørnes og Tune. Her ble det gjennomført intervjuer med omkring ti personer i hver menighet. Det statistiske materialet presenteres i et eget kapittel. Hver av de fire menighetene hvor det hadde vært gjort intervjuer, presenteres i hver sine kapitler.

Til tross for at menighetene er svært ulike, er det allikevel funn som synes å være generelle på tvers av menighetene:

- Misjonsengasjementet holdes oppe av ildsjeler blant de frivillige. Også der det finnes egne misjonsutvalg i menighetene med vedtekter som sier at menighetsstaben skal være representert, er de ansatte likevel ikke representert.
- Særlig i Helgerud (omtalt som folkekirke-menighet), men også i Tune (særlig hva gjelder daværende Santalmisjonen) blir den konservative profilen til misjonsorganisasjonene holdt fram som et problem for å få mer forståelse for misjon i hele menigheten.

- Misjonsorganisasjonenes rolle i utvelgelsen av misjonsprosjekter fungerer ikke optimalt, og det er noen steder uenighet om kriterier for å kunne omtales som «menighetens misjonsprosjekt».

I tillegg var det ulike trekk som ble løftet fram i enkelte menigheter. Et ønske om å samarbeide med andre organisasjoner for å kunne styrke barne- og ungdomsarbeidet i menigheten ble løftet fram i Tune. Misjonsengasjementet var best forankret i Sørnes menighet, noe som også kunne måles eksempelvis i høye beløp som kom inn i menighetens kollekter.

Misjonskonsulentundersøkelsen

Misjonskonsulentundersøkelsen var en ren spørreundersøkelse med data fra misjonskonsulentene (100 % svarte; N=11), stiftsdirektøren ved bispedømmekontoret (100 % svarte; N=11) og ansatte og frivillige i misjonsorganisasjonene (82 % svarte; utvalg N=57).

Her heter det at det er blitt bedre integrasjon av misjon i menighetenes gudstjeneste. Hva gjelder arbeid innad ved bispedømmekontorene, pekes det på en del utfordringer, men også en del muligheter. Det heter om stillingene at de «gir muligheter til å gjøre ting som ellers ikke ville vært mulige» (s. 2). Samtidig er det variasjon mellom bispedømmene, og det som skiller seg ut som en positiv faktor, er kontinuitet i stillingen som misjonskonsulent samt at disse kan prioritere arbeidet i full eller tilnærmet full stilling.

Tematisk er rapporten delt inn i følgende 13 deler: (i) arbeidsprofil overfor menighetene, (ii) integrasjon av misjon i menighetene, (iii) samarbeidsavtaler med menighetene, (iv) kontakt med menighetene, (v) kontakt med misjonsorganisasjonene, (vi) misjon i bispedømmets strategi, (vii) arbeidstid til misjon, (viii) kirkelige organers betydning for arbeidet, (ix) det regionale SMM-samarbeidet, (x) forholdet til SMM sentralt, (xi) prosjekt Menighet i bevegelse, (xii) organisering og arbeidsforhold, og (xiii) alternative organisasjonsmåter.

Å presentere funn fra hver av disse sprenger rammene for denne korte gjennomgangen, men noen selektive funn løftes fram, strukturert under samarbeid med henholdsvis (i) menigheter, (ii) organisasjoner og (iii) kirkestrukturen.

Menigheter: De organisasjonene som ikke har en regional struktur med egne ansatte og regionale styrer, er mest opptatte av at misjonskonsulenten skal prioritere inngåelse av nye avtaler med menigheter (s. 7). Dette gjelder i første rekke Misjonsalliansen, mens Areopagos representerer unntaket ved ikke å ha en regional struktur og samtidig ikke løfte fram avtaleinngåelse som det viktigste for misjonskonsulenten. I noen bispedømmer ble misjonskonsulenten tillagt en viktig rolle i første fase av en menighets prosess med inngåelse av ny avtale, mens i andre bispedømmer var organisasjonene de aktive også i den initierende fasen (s. 9).

Organisasjoner: På spørsmål om misjonskonsulenten bidrar til økt kontakt mellom bispedømmet og organisasjonene, svarer de aller fleste ja, men det er et markant unntak, nemlig Sør-Hålogaland, der de organisasjonene som svarer, gir en lav skår (2 av 6) (s. 12). Dette kan være personavhengig. Noen av dem som ellers gir lav skår, viser til at det er SMM-samarbeidet, og ikke den enkelte misjonskonsulent, som har styrket forholdet til

bispedømmet. Til spørsmålet om SMM sitt formål kunne vært oppnådd uten misjonskonsulentstillingen, svarer 45 «nei», 7 «ja», 4 «blankt» og 1 «både og». Et flertall av ja-svarene kommer fra Misjonsalliansen (s. 21).

Kirkestrukturen: Mens misjonskonsulentene peker på at de får tilgang til «strategisk viktige møtepunkter» (s. 20), noe som kan handle om innholdet under visitaser og kobling mot andre satsinger ved kontoret, er det lite integrasjon av misjon i tiltak rettet mot barn og unge (s. 6). På spørsmål om egne prioriteringer samsvarer med bispedømmets prioriteringer, svarer organisasjonene mest forbeholdent i Oslo, etterfulgt av Borg (s. 13). Sterkest opplevelse av sammenfall er det i Møre. Hva gjelder de ulike organene i Den norske kirke, oppfattes Kirkemøtet og vedtak der som langt viktigere enn Mellomkirkelig råd for Den norske kirke (MKR) (s. 15), men det er i denne sammenheng relevant å vite at MKR iverksetter vedtakene fra Kirkemøtet.

Samlet peker rapporten på at det i liten grad hadde vært mulig å nå SMM sine mål uten misjonsrådgiverstillingene. Samtidig anses det regionale SMM-samarbeidet å gi en «verdifull og nyttig felles plattform for kirken og organisasjonene» (s. 2). Det vises til kontinuitet i misjonsrådgiverstillingene. At samme personer hadde stillingene over lengre tid, beskrives som en fordel for å styrke fokuset på misjon.

3.1.3 Årsrapporter fra de sentralkirkelige råd

I årsrapporten fra de sentralkirkelige råd er misjon omtalt under overskriften «Kirken engasjerer seg i samfunnet». For 2015 ble det rapportert at det var igangsatt et arbeid om lutherske kirkers bidrag til samfunnsutviklingen, som en forberedelse til reformasjonsjubileet i 2017. For 2016 var ikke misjon gitt noen egen omtale, bortsett fra en rapportering på antall misjonsavtaler og antall menigheter med misjonsavtale. For 2017 er det gitt en mer fyldig redegjørelse for endringer i antall og hvilke menigheter som har misjonsavtaler. Totalt var det i 2017 1092 avtaler, mot 1107 i 2016. Nær halvparten av disse avtalene oppgis å være mellom menigheter og NMS. Samtidig er det oppgitt at det ble avholdt 448 økumeniske gudstjenester og 1285 temagudstjenester med fokus på miljø, internasjonal diakoni og/eller misjon, med totalt 108 309 deltakere. For 2018 ble det, ut fra sakslisten til Kirkemøtet, ikke framlagt årsrapport. Det står lite om misjon i rapporten fra Kirkerådet til Kirkemøtet. I 2018 var det ikke angitt som eget virksomhetsområde.

Tabell 2: Oversikt over antall misjonsavtaler og menigheter med misjonsavtale

Årstall	2014	2015	2016	2017	2018
Antall misjonsavtaler	952	959	963		1088
Antall menigheter med misjonsavtale		886	885	923	

Ut fra det rapporterte materialet synes det å være et hovedfokus på misjonsavtaler, samt de inntektene som er generert ut fra disse. For de øvrige samarbeidstiltak som ble foreslått i grunnlagsdokumentet i 1993, eksisterer det ikke samlede oversikter. Det er grunn til å tro at

det eksisterer et betydelig samarbeid, både innenfor og utenfor SMM-rammen, som i liten grad fanges opp av regionale og sentrale rapporter og årsmeldinger. Ulike typer samarbeid vil sannsynligvis variere ut fra organisasjonenes historiske tilstedeværelse i regioner og lokalmenigheter, samt ut fra personlig engasjement hos enkeltansatte eller enkeltmedlemmer og grupper i menighetene.

Tabell 3: Oversikt over antall misjonsavtaler for hver enkelt organisasjon ut fra bispedømme (2018)

Bispedømme	Antall avtaler	Himal-Partner	Misjons-alliansen	NMS	Israels-misjonen	Areopagos	Stefanus-alliansen	Normisjon
Agder og Telemark	135	3	14	53	6	0	18	18
Bjørgvin	155	13	2	101	2	2	7	11
Borg	105	5	6	49	1	1	9	20
Hamar	115	16	0	58	0	1	8	15
Møre	86	13	5	47	2	0	1	6
Nidaros	110	2	4	69	2	1	4	17
Nord-Hålogaland	49	1	1	25	0	2	1	14
Oslo	51	2	6	23	0	4	4	11
Stavanger	131	4	6	62	8	2	10	16
Sør-Hålogaland	68	2	5	30	1	1	11	23
Tunsberg	83	4	2	45	0	1	6	10
Nasjonalt	1 088	65	51	562	22	15	79	161

Det finnes ca. 1200 sokn i DNK samt 10 menigheter som ikke er knyttet til noen geografisk sokneenhet. Dette er eksempelvis døvemenigheter, Bymenigheten i Sandnes, Sørsamisk menighet og Svalbard menighet. Oversikten viser at det er et varierende antall menigheter som har misjonsavtale i de ulike bispedømmer. Det er også en stor ubalanse i fordelingen av misjonsavtaler med de enkelte misjonsorganisasjonene. Det foreligger ikke data som forklarer hvorfor fordelingen er slik. Menighetenes valg av misjonsprosjekt kan være avhengig av lokale forhold som lokale nøkkelpersoners kjennskap og nettverk, menighetsrådenes interesser, misjonsorganisasjonenes nedslag i området og aktive innsats for å sikre seg avtaler, eller andre forhold.

3.1.4 Nettsidene til SMM

SMM sitt sekretariat er i dag organisert som del av Kirkerådets kirkefagavdeling i tilknytning til Mellomkirkelig råd. Misjonsrådgiverne arbeider i linje opp mot kirkefagsjef ved bispedømmekontoret. SMM har sin hjemmeside på www.kirken.no. Hjemmesiden er godt

organisert, forsiden preges av en første orientering om samarbeidet, noen nyhetssaker samt presentasjon av samarbeidspartneres logoer.

Denne leder til tre hovedområder: «Om misjon», «Misjonsavtale» og «Ressurser». Hvert tema presenteres oversiktlig med gode linker til ulike aktuelle dokumenter fra samarbeidet og kirkelige organer. Deler av denne dokumentanalysen er basert på dokumenter hentet fra hjemmesiden. Nettsiden inneholder også en veileder til hva en misjonsavtale er, og hva som bør være innholdet i en slik avtale. Av ressurser er dokumenter allerede nevnt, men nettsiden inneholder også materiell som linker misjon til sentrale nettsider for menighetenes virksomhet som gudstjeneste, trosopplæring, grønt engasjement, urfolk og evangelisering. Samlet sett synes hjemmesiden til SMM å fungere som en god informasjonsplattform for dem som kjenner til og søker informasjon om SMM.

3.1.5 Referater fra SMM-rådsmøtene

Et viktig inntak til vurdering av hvordan det strukturelle SMM-samarbeidet fungerer, ligger i referater fra SMM-rådsmøtene (samt AU) i perioden 2014–2018. Konkrete orienteringssaker mellom organisasjonene og fra misjonsrådgiverne og SMM sentralt viser at SMM-rådet fungerer som en arena for gjensidig informasjonsutveksling og samtale. Dette gjelder både organisasjonene imellom og ikke minst i forholdet mellom organisasjonene og DNK.

Det ble i rådsmøte 2016 (sak 21/16) fremmet ønske om å evaluere arbeidsformen i SMM, både strukturelt og innholdsmessig. Referatet løfter fram noen uklarheter og utfordringer, som ønskes belyst. Av de stikkordene som er gjengitt i referatet, synes enkelte at Den norske kirkes agenda blir styrende for dagsordenen og man ønsket derfor sterkere vekt på misjonsstrategiske emner i SMM-rådet. I tillegg til enkelte momenter som dreide seg om de interne sakene i rådet, ble det uttrykt behov for å se om de enkelte leddene hang godt nok sammen. I arbeidsutvalget (AU) ble det imidlertid konkludert med at det var lite hensiktsmessig å gjennomføre en evaluering på det daværende tidspunkt. I samme møte ble det også bedt om at det årlig, i januar, burde utarbeides en oversikt over de enkelte organisasjonenes andel av økonomiske forpliktelser for misjonsrådgiverne og for daglig leder.

I forbindelse med fornying av femårige regionale avtaler (sak 04/17) ble det understreket i vedtaket at «rådgiverstillingene i bispedømmene knyttet til SMM er felles eie mellom partene», og at «de regionale SMM-rådene er oppdragsgivere». Denne forutsetningen ble blant annet knyttet til at enkelte av organisasjonene ønsket at det i stillingsutlysninger skulle kunne stilles spørsmål om samlivsform og om medlemmer av rådets lojalitet mot SMM sitt grunnlagsdokument.

Samtalene om internorganisering av sentrale møter ledet til etablering av en praktisk arbeidsgruppe (SMM PA) for ivaretagelse av konkrete og praktiske saker, mens rådsmøtet i større grad skulle ivareta overordnede spørsmål og strategi.

Et gjennomgående punkt i referatene er saker som er omtalt som «misjonsstrategisk samtale». Dette punktet synes å ha vært en viktig arena der sentrale temaer har vært diskutert og ført til samtaler om felles holdning og praktisk strategi. På den ene side bærer dette punktet preg av å være tematisk orientert, blant annet ved å sette situasjonen til henholdsvis personer med funksjonsnedsettelse samt flyktninger på dagsorden. Et tilsvarende eksempel er drøfting av

«Global uke», et initiativ fra Norges Kristne Råd, som SMM så som et tiltak som en ville engasjere seg i og bidra til å fylle med innhold ut fra eget ståsted og eget arbeid. SMM fungerer på denne måten som en strukturell fellesarena for felles drøftinger, utveksling av informasjon og koordinering av innsats ut fra et misjonsperspektiv.

De misjonsstrategiske samtalene på møtene har bidratt til å drøfte og utvikle SMM sin arbeidsform og refleksjon over status for misjon i kirken. I 2017 førte denne saken, med innledninger fra Kirkerådets sekretariat (Misjon og menighetsutvikling) og fra Kirkerådets leder, til en bred diskusjon om status for misjonsengasjementet og om forholdet mellom kirken og organisasjonene. Ifølge referatene kom flere viktige temaer opp til drøfting. Selv om SMM innebar en struktur som når bredt ut og bringer nærhet til arbeidet, ble det reist spørsmål ved i hvilken grad misjon var integrert i menighetenes liv og virksomhet. Her ble det uttrykt interesse for å vurdere effekten av arbeidet, både kvalitativt og med tanke på ressurseffekter. Med hensyn til det siste ble det gitt uttrykk for at det kom relativt lite penger ut av hver avtale.

Kirkens formuleringer i KM sak 07/12, *Misjon til forandring*, medførte at enkelte reiste spørsmålet om det var definert så mange aspekter inn i saken at det hindret en «spissing» av misjonsaspektet. Enkelte var bekymret for at misjonsrådgiverstillingene ble omdefinert til å ivareta et bredere internasjonalt saksområde, og at de i tillegg ble spist opp av det kirkelige byråkrati og saksbehandling ved bispedømmekontorene. Igjen ble det understreket at dette var stillinger i «felleseie», og at kraften i disse stillingene lå i plasseringen mellom misjonsengasjement og forholdet til bispedømmene og det lokale nivået.

Dette siste aspektet ble videreført i 2018 (sak 05/18 om strategi), rundt vektlegging i innsats hos rådgiverne. I særlig grad synes det å ha vært et behov for å drøfte en generell misjonal kirkeforståelse, som uttrykkes gjennom satsingsområder som menighetsutvikling og dåps- og trosopplæring, opp mot at misjonsrådgiverne skulle innrette arbeidet mot menighetenes misjonsavtale. Fra misjonsrådgiverne ble det foreslått å forenkle strategiplanen ved å fokusere på følgende temaer: dåp og disippelskap, misjon og trosopplæring, bærekraftmålene og felles læringsarena mellom ansatte i kirken og organisasjonene.

Som arena for gjensidig informasjon fungerer SMM godt på sentralt nivå. Praktisk arbeidsutvalg har vært en videreutvikling hvor SMM-rådet har tatt organisatorisk grep. SMM-rådets drøftinger synes å være en noe ubenyttet ressurs for øvrig ledelse både i DNK og i misjonsorganisasjonene.

3.2 Regionale dokumenter

Gjennomgangen av årsrapportene til SMM gir et visst inntrykk av aktivitetsnivået og fokus til SMM og misjonsengasjementet i de ulike bispedømmene og i menighetene. Rapportene og strategiplanene er imidlertid som oftest nokså kortfattede og punktvis, noe som vil måtte prege datakvaliteten og dybdeinnsikten i den følgende framstillingen.

3.2.1 Representasjon, organisering og aktivitetsnivået til SMM i de ulike bispedømmene

Dokumentanalysen viser at størsteparten av misjonsorganisasjonene er representert i de fleste bispedømmene. Likevel varierer misjonsorganisasjonenes forankring i bispedømmene, for eksempel uttrykt gjennom tilstedeværelsen av ansatte, aktivitetsnivå og hvorvidt

organisasjonene har regionkontor. I særlig grad gjelder dette NMS. Dokumentanalysen viser imidlertid at selv der organisasjonene er representert i bispedømmet, kan det være forskjeller i deres arbeid i de ulike prostiene. I Nord-Hålogaland var for eksempel NMS representert i de fleste prostiene, mens Stefanusalliansen og Misjonsalliansen kun var representert i henholdsvis ett og tre prostier. Evalueringen av misjonskonsulentens rolle (2006) viser at SMM i Tunsberg bispedømme hadde et mål om «at alle menighetene skal/bør ha et prosjekt kan nå sies å være relativt godt kjent i alle menighetene». Årsrapportene viser også at aktivitetsnivået til SMM i de ulike bispedømmene varierer, både hva gjelder antall møter, antall saker behandlet og hvilke mål, fokusområder og konkrete tiltak som har vært forsøkt iverksatt. For eksempel hadde SMM i Oslo bispedømme 5 møter (38 saker), mens SMM i Bjørgvin bispedømme hadde 2 møter (20 saker) i 2015.

3.2.2 Betydningen av SMM og misjonsavtaler

Et stadig tilbakevendende tema i SMM, men også en vedvarende utfordring, var etablering av misjonsavtaler med menighetene i de ulike bispedømmene. Dette er også et av SMMs hovedfokus. Her har noen lyktes bedre enn andre. For SMM i Oslo bispedømme var det for eksempel fokus på samarbeidsavtaler mellom menighetene og organisasjonene, men ikke like klart hvordan samarbeidet med organisasjonene skulle skje. I Sør-Hålogaland hadde alle misjonsorganisasjonene avtaler med menigheter i 2015, noe som viser at SMM har en funksjon i å etablere nye avtaler med menighetene. SMM i Møre bispedømme har på sin side hatt uttalte mål om å følge opp, fornye og initiere avtaler med menighetene, noe som viser behovet for at SMM kan bidra til å koordinere og initiere misjonsengasjement i bispedømmene.

Nord-Hålogaland skrev i sin årsrapport (2015) at «[v]i har et godt SMM-utvalg som ønsker å bidra til at bispedømmet har misjonale menigheter, og som ønsker å gjøre misjon tydelig i bispedømmet». På slutten av 2015 var imidlertid verken Stefanusalliansen, Misjonsalliansen eller HimalPartner med i utvalget, til tross for ønsket om at alle organisasjonene skulle være forankret i bispedømmet. Det ble også påpekt at misjonsavtalene bidrar til å stimulere til misjonalt engasjement, men at en burde øke bevisstheten rundt menigheter og misjon, både i trosopplæringen og ellers i menigheten. Det bør imidlertid understrekes at menighetenes misjonsengasjement ikke nødvendigvis er begrenset til det formelle samarbeidet og misjonsavtalene gjennom SMM, men at det var ønskelig at flere menigheter knyttet seg til avtaler med SMM sine medlemsorganisasjoner.

3.2.3 Misjonsrådgivernes/-konsulentenes rolle

Dokumentanalysen viser betydningen av misjonsrådgiverne som et viktig bindeledd mellom bispedømmene, menighetene og SMMs medlemsorganisasjoner. Dette gjelder rent praktisk, men også symbolsk-strategisk for kontinuerlig misjonsfokus og engasjement. Funksjonen som bindeledd samsvarer i stor grad med den tidligere evalueringen av misjonsrådgivernes rolle (2006), som påpekte at «konsulenten synes heller ikke å bli oppfattet som en erstatte for misjonsorganisasjonenes folk. Han/hun framtrer som en særegen symbolbærer for misjon i kirken. Stillingen oppfattes som en bro som har ståsted både i kirken og i organisasjonene. Stillingen gir muligheter til å gjøre ting som ellers ikke ville vært mulige». Uten at man kan påvise noe direkte årsaksforhold, kan det synes som at mindre aktivitet og synlighet hos

misjonskonsulentene kan bidra til at det blir mindre misjonsinitiativ og -aktivitet. I Møre bispedømme var det eksempelvis notert at en del tiltak ikke hadde blitt gjennomført, når misjonsrådgiverstillingen ikke hadde vært aktiv i samme periode. Samtidig kan dokumentanalysen indikere at misjonskonsulentens rolle må tilpasses det enkelte bispedømmets misjonsfokus og engasjement. Aktivitetsnivået relatert til misjon varierer i de ulike bispedømmene.

3.3 Effekt av SMM

Siden dokumentene i høy grad vektlegger struktur, bidrar dette delkapitlet mer eksplisitt med funn relatert til evalueringenes andre hovedspørsmål relatert til dokumentanalysen: I hvilken grad har SMM-samarbeidet bidratt til endring og ført til økt engasjement og eierskap til misjon i menighetene i Den norske kirke?

3.3.1 Effekt av SMM ifølge nasjonale dokumenter

Nasjonale dokumenter, særlig Årsrapport for Den norske kirke, fremlagt for Kirkemøtet, viser at antallet menigheter som har en misjonsavtale, har økt betydelig i perioden. Samtidig er det i liten grad gjort noen vurdering av kvalitative sider ved samarbeidet, for eksempel knyttet til økt engasjement og eierskap for misjon i menighetene. Samtidig kan innspill til en slik vurdering finnes i referater fra SMM-rådet, som i ulike saker bringer erfaringer og aktuelle synspunkter på dette spørsmålet.

Fra referatene framgår det også at det i flere runder er drøftet saker som berører spørsmålet om SMM-samarbeidet har økt engasjementet for og eierskapet til misjon i menighetene. Dette ble tematisert allerede i 2015 (sak 17/15). Saken omhandlet «sovende» misjonsavtaler i menighetene. Her omtales dårlige rutiner ved utløp av avtaler, og at det trengs bedre oppfølging av menighetene. Dette bør enten skje via organisasjonene eller fra misjonskonsulentene. Fra referatet legges det til grunn at dette bør utgjøre en viktig del av misjonskonsulentenes arbeid. Sammenliknet med evalueringen fra 2006 synes det å være en sterkere bekymring for at disse stillingene glir over til å bli generelle saksbehandlere ved bispedømmekontorene, og at det eksterne fokus (særlig rundt misjonsavtaler) svekkes. I samme møte ble det uttrykt et ønske om at rådgiverne skulle inviteres til å delta på organisasjonenes generalforsamlinger. I flere runder uttrykkes erfaringer med at misjonsdimensjonen ikke står høyt nok på den kirkelige agenda.

3.3.2 Effekt av SMM ifølge regionale dokumenter

Hovedinformasjonskilden er årsrapportene til SMM fra bispedømmene. Sett under ett gir dokumentanalysen innblikk i noen felles satsingsområder som utpeker seg, selv om disse ikke nødvendigvis er like godt representert i alle bispedømmer.

Misjon og gudstjenesteliv: SMM synes å bidra til økt misjonsfokus i gudstjenestene i de ulike bispedømmene. Dette gjelder særlig i åpenbaringstiden, som nevnes i en rekke årsrapporter. Flere bispedømmer og menigheter har også hatt søndagsgudstjenester med fokus på forfulgte kristne. Dette fokuset bekrefter observasjoner som ble gjort i Misjonskonsulentundersøkelsen (2006), der det ble konkludert at det hadde «skjedd en merkbar bedre integrasjon av misjon i menighetenes gudstjenestefeiring» der misjon inngår «som en naturlig del av kirkens liv og i den verdensvide kirke».

Misjon, miljø og rettferdighet: Miljø- og rettferdighetsengasjement synes å være viktig i SMMs arbeid i flere av bispedømmene, for eksempel i Nidaros, med klimapilegrimsvandring som et viktig satsingsområde. NMS' gjenbruksbutikk i Bodø ble også nevnt som eksempel på en strategisk misjonssatsing, både for å gjøre NMS kjent lokalt så vel som å bruke butikken diakonalt med ulike grupper innvandrere og andre. Flere av misjonsavtalene er såkalte «grønne misjonsavtaler».

Misjon og ungdom: Flere av bispedømmene vektlegger betydningen av å tematisere misjon for og med ungdom. Misjon i trosopplæringen er, for eksempel, et viktig tiltak understreket i flere av rapportene. Her kan også Nord-Hålogalands ungdomsting nevnes som eksempel.

I tillegg viser dokumentene ulike tiltak i de ulike bispedømmene og lokalt. I Bjørgvin bispedømme ble det for eksempel reflektert at «2015 har vore eit bra år for SMM Bjørgvin. I januar 2015 vart misjons- og diakoniturneen 'La livet vinne – misjon og diakoni i ei ny tid' avslutta med besøk i Sogn og Hardanger & Voss prosti.» I Nidaros arrangerte for eksempel SMM sammen med ulike organisasjoner fakkeltog for forfulgte kristne, deltok på Alternativmessen og bidro med misjonsfokus på ulike arrangementer i tilknytning til klimapilegrim-initiativet. I 2014 var «Misjon og demokrati» tema for grunnlovsjubileet, der det ble samlet inn penger til «Lys i verden-aksjonen 2014–15». I særlig grad synes det å være bindeleddet til Areopagos som har bidratt til fokus på misjon og spiritualitet, for eksempel gjennom arrangementet Salig er tørsten (blant annet i Stavanger).

3.3.3 Nedslag i bispedømmenes strategiplaner

Denne delen av dokumentanalysen har tatt utgangspunkt i strategiplaner og relaterte dokumenter for et utvalg bispedømmer. Strategiplaner fra følgende bispedømmer er tatt med i denne delen av analysen: Stavanger, Oslo, Sør-Hålogaland, Borg, Nidaros og Tunsberg. Begrunnelsen for utvalget er at de tre første allerede inngår i evalueringen som lokasjoner for intervjustudien. Siden planene er relativt knappe, ønsket vi å utvide datagrunnlaget med å studere ytterligere tre av de resterende sju bispedømmene. På noen måter leses bispedømmenes strategiplaner som utfyllende dokumenter i forhold til SMM sine årsrapporter der disse kan speile ulike utgangspunkt, perspektiver og grad av engasjement for misjon. Strategiplanene belyses kortfattet med hovedfokus på misjonal forankring, misjonsforståelse og særskilte fokusområder.

Stavanger bispedømme

I tråd med kirkens overordnede visjon om å representere «mer himmel på jord» vil Stavanger bispedømme «være en kirke som tror, bryr seg, åpner, deler, inviterer». Bispedømmet uttrykker at det ønsker å «[s]kape engasjement for misjon, religionsdialog og globalt fellesskap». For den lokale konteksten understrekes eksempelvis utenforskap, klima og ungdom som områder der kirken bør utgjøre en forskjell.

Oslo bispedømme

I sin strategiplan vektlegger Oslo bispedømme blant annet det mangfoldet innen kultur, religion og livssyn som preger Oslo på ulike måter. I strategien for 2019–2021 ønsker bispedømmet, til tross for en nedgang i antall gudstjenestebesøkende, blant annet å «samle flere til livsnære gudstjenester» og «skape trygge og inkluderende fellesskap i menighet og

lokalsamfunn». Oslo bispedømme ønsker imidlertid også å «samarbeide med andre kirkesamfunn og migrantmenigheter for å synliggjøre det felleskirkelige ansvaret for dialog og misjon» og ta særlig ansvar i forbindelse med utenforskap hos flykninger, asylsøkere og fattige. I tillegg har Oslo bispedømme som mål å stimulere til ansvarlig miljøvern gjennom fellesskap i kirken. I strategiplanen til Oslo bispedømme for 2015–2018 var det en strategi å gjøre misjonsprosjekter synlige i gudstjenester for å knytte kirken i Oslo til dens globale kirkelige kontekst. Det var også et uttalt mål at lokalmenigheter skulle ta del i globalt engasjement gjennom ulike misjonsprosjekter i samarbeidet med SMM og/eller andre.

Sør-Hålogaland bispedømme

Bispedømmet i Sør-Hålogaland har også et tydelig misjonalt mål som tangerer SMM sitt virkeområde. Bispedømmet har som mål å være «bekjennende, åpen, tjenende, misjonerende: Vi vitner om Jesus Kristus lokalt og globalt». Misjonsfokuset er på den måten «en del av menighetens identitet og uttrykk for at Gud har gjort oss til sine sendebud». Bispedømmet trekker også fram ulike fokusområder når det gjelder å være en relevant kirke, særlig overfor unge, mennesker med samisk bakgrunn, flykninger og andre innvandrere. I relasjon til innvandrere ønsker bispedømmet å bidra til religionsdialog og til at de som kommer til Norge, «finder sin plass i menighetene i Den norske kirke eller i sine egne trossamfunn». Miljøvern er også en viktig del av bispedømmets samfunns- og misjonsengasjement, eksempelvis med fokus på grønne menigheter og grønne fagdager.

Borg bispedømme

Borg bispedømmes strategiplan er forankret i kirkens overordnede visjon, «Mer himmel på jord», og uttrykker et tydelig lokalt fokus for misjonsengasjementet: «Kirkens oppdrag er gitt oss i misjonsbefalingen, der vi får beskjed om å gå og gjøre alle folkeslag til disipler gjennom å døpe og lære dem. For den norske kirke i Borg gjelder misjonsoppdraget primært innenfor vårt geografiske område, som er både folkerikt og mangslungent.» Videre beskriver strategiplanen ønsket om å være «en levende folkekirke som vil ta sitt misjonsoppdrag på alvor». Dette betyr at kirken kontinuerlig må vurdere konkret hvordan den kan bruke tilgjengelige ressurser og måter å kommunisere og arbeide på, eksempelvis hvordan gudstjenesten utformes (relatert til dåp og gudstjenestedeltakelse), eller hvordan nye generasjoner nås (relatert til trosopplæring). Kirken ønsker i særlig grad å være synlig og kunne arbeide diakonalt ved å legge til rette for frivillig engasjement, personlig vekst og være et møtepunkt som kan bidra til å motvirke samfunnsutfordringer slik som for eksempel ensomhet: «Utfordringen er å sørge for at medlemsengasjementet har rom og vekstvilkår som sikrer en levende folkekirke for alle, og at engasjementet kan tilpasses folks faktiske livssituasjon i samfunnet.»

Nidaros bispedømme

Nidaros bispedømme har en tydelig lokal forankring ved å være en kirke som skaper lokal tilhørighet samtidig som den ønsker å være «en bekjennende, misjonerende, tjenende og åpen folkekirke». I sine strategiplaner skriver Nidaros bispedømme at «kirka i Nidaros er en del av den verdensvide kirke – Vi forplikter oss til å være en troverdig samarbeidspartner lokalt og globalt». For Nidaros innebærer dette blant annet å ivareta og videreføre «Olavsarven» og

pilegrimstradisjonen. Integrering, menneskeverd, vern av natur og miljø er også sentrale verdier for å virkeliggjøre visjonen om «mer himmel på jord».

Tunsberg bispedømme

Tunsberg bispedømme vektlegger at kirken skal vitne «i ord og gjerning om frelse, frihet og håp i Jesus Kristus» og gjennom dette være en bekjennende, åpen, tjenende og misjonerende kirke. Kulturelt, etnisk og religiøst mangfold utfordrer kirken til å vise gjestfrihet mot «den fremmede» og å lytte til både Gud og andre. Konkret ønsker kirken å utvise misjonsengasjementet ved for eksempel å synliggjøre koblingen til den globale kirke i gudstjenesten.

Oppsummerende for bispedømmene

Strategiplanene for utvalget av bispedømmer viser at misjonsforankringen er tydelig nedfelt i identiteten til bispedømmet som en eksplisitt intensjon. Strategiplanene legger opp til at misjon er noe som det arbeides med kontinuerlig og på mange ulike måter. Felles for de fleste av bispedømmene var ønsket om å arbeide misjonalt både lokalt og globalt, men der det primære fokuset syntes å være på den respektive lokale konteksten til hvert av bispedømmene. I stor grad følger bispedømmene hovedsporene fra SMM, for eksempel når det gjelder fokus på kirkens ansvar for miljø og klima, rettferdighet, barn og unge, og i relasjon til innvandrere og mennesker i fare for å stå utenfor i samfunnet. Strategiene var også tydelig knyttet opp mot konkrete mål og handlingsplaner som i stor grad samstemmer med SMMs mål og strategier. Dette indikerer at bispedømmene har brukt SMM-ressurser aktivt i sitt arbeid med strategiske planer og satsinger. Det er også interessant at planene knytter misjonsbegrepet til en rekke andre begreper som gjensidig belyser hverandre. Planene reflekterer grunnleggende en helhetlig misjonsforståelse og dialog i lys av et mer pluralistisk samfunn.

3.4 Lokalmenigheter, misjon og planverk

Dokumentanalysen presenterer nå en kort gjennomgang av strategiplaner for et utvalg menigheter i ulike bispedømmer. Dokumentanalysen ser i hvilken grad SMM er synlig i strategiplaner og annen tilgjengelig informasjon for menighetene. Det har også vært sett på hva slags misjonsforståelse og misjonsengasjement disse menighetene synes å representere, sett i lys av SMMs fokusområder og misjonsorganisasjonenes arbeid. Utvalget er tilfeldig og basert på enkle søk på internett. Utvalget av menigheter har hovedsakelig blitt gjort på grunnlag av tilgjengelighet og/eller delvis strategisk på bakgrunn av geografisk spredning. Informasjon på menighetenes nettsider og/eller informasjon på bispedømmenes nettsider om enkeltmenigheter har også vært tatt med. Under reflekteres et sammendrag av denne gjennomgangen med noen generelle betraktninger og utvalgte eksempler fra noen av menighetene.¹

Gjennomgangen viser at mange menigheter reflekterer visjoner og strategier for menighetsarbeid og misjon som faller innenfor SMMs fokusområder og som på ulike måter sammenfaller med SMMs visjon om at menigheter skal være «misionerende menigheter» som

¹ Det er gjennomgått et større utvalg av menigheter enn det som refereres i oppsummeringen under.

«utruster mennesker til å dele troen gjennom nærvær, handling og ord, lokalt og globalt».² Ræge menighet (Stavanger bispedømme) beskriver i sin strategi- og handlingsplan for 2017–2020 at «Ræge menighets hovedmål, og grunnlaget for alt vårt arbeid, er å oppfylle Jesu befaling om hva som er kirkens oppdrag i verden. Dette er gitt i det dobbelte kjærlighetsbudet (Matt 22) og i misjonsbefalingen (Matt 28)».³ Stokka menighet (Stavanger bispedømme) har som mål å «engasjere hele menigheten i misjon».⁴

Mange menigheter har tydelige misjonale mål og strategier. Skjold menighet (Bjergvin bispedømme) har for eksempel «diakoni, misjon og kultur» som et av fire satsingsområder for 2017–2020, for eksempel med særlig fokus på unge og misjon som integrert del av gudstjenestearbeidet, trosopplæring og menighetens øvrige arbeid.⁵ Hvordan den misjonale dimensjonen vektlegges, og hvilke misjonale aspekter som betones, uttrykkes imidlertid svært forskjellig i ulike menigheter. Som regel vektlegges lokalt engasjement mer enn globalt orientert misjonsarbeid selv om både lokale og globale perspektiver ofte nevnes. Sola menighet (Stavanger bispedømme) skriver for eksempel at «Sola menighet vil derfor arbeide for at enda flere mennesker, både i Sola og videre ut i verden, kan få mulighet til å bli kjent med Jesus».⁶

Et hovedtrekk i gjennomgangen av dette utvalget er imidlertid at SMM sjelden reflekteres direkte i menighetenes strategiplaner og/eller i informasjon på menighetenes nettsider. I et oppslag på Nord-Hålogaland bispedømmes nettsider om et «Salig er tørsten»-arrangement og ny misjonsavtale mellom Areopagos og Elverhøy menighet ble SMM spesifikt nevnt i oppslaget, mens samme informasjon ikke ble funnet på menighetens nettsider.⁷ Derimot nevnes oftere avtalene menighetene har med misjonsorganisasjonene. Fyllingsdalen menighets (Bjergvin bispedømme) avtale om misjonsprosjekt i Thailand med NMS beskrives, for eksempel, uten direkte referanse til SMM.⁸ På Bjergvin bispedømmes nettsider omtales bispedømmets avtale med SMM for 2017–2021.⁹

SMMs virkeområder reflekteres derfor ofte indirekte i menighetenes strategiplaner og/eller engasjement lokalt eller globalt. Tunsberg bispedømme omtalte for eksempel i 2016 at 45 menigheter hadde blitt «grønne menigheter» som «et første skritt til konkrete handlinger for å møte vår tids miljø- og fattigdomsutfordring»,¹⁰ og eksemplifiserer sådan mange menigheters lokale engasjement for «helhetlig misjon». Mange menigheter hadde uttalte mål særlig for lokale satsinger på barn og unge. Fjellhamar kirke (Borg bispedømme) har for eksempel hatt

² <https://kirken.no/nb-NO/SMM/artikler/velkomstartikkel/> (20.12.2019).

³ <https://www.rege.menighet.no/Portals/0/Strategi%20og%20Handlingsplan%202017-2020.pdf> (20.12.2019).

⁴ <http://stokka.dnn2.labora-portal.no/Portals/287/Dokumenter/Strategiplan/Strategiplan%20for%20Stokka%20menighet.pdf> (20.12.2019).

⁵ <https://kirken.no/nb-NO/fellesrad/Bergen/menigheter/Skjold-menighet/Nyheter/strategiplan-2017---2020/> (20.12.2019).

⁶ <http://www.sola.menighet.no/Artikler/Nyheter/ArticleId/60913/Visjon-og-strategi> (20.12.2019).

⁷ <https://kirken.no/nb-NO/bispedommer/nord-haalogaland/aktuelt/salig/> (20.12.2019).

⁸ <https://kirken.no/nb-NO/fellesrad/Bergen/menigheter/Fyllingsdalen-menighet/om-oss/virksomhetsomrader/misjon/> (20.12.2019).

⁹ <https://kirken.no/nb-NO/bispedommer/bjergvin-bispedome/arkiv-nettsaker-bjergvin/bispedomeradsmote-241116/> (20.12.2019).

¹⁰ <https://kirken.no/nb-NO/bispedommer/tunsberg/tema/gronne-menigheter/>. Se også <https://kirken.no/nb-NO/gronnkirke/gronn-menighet/oversikt-over-gronn-kirkelig-virksomhet/>, <https://kirken.no/nb-NO/gronnkirke/gronn-menighet/>, og <https://kirken.no/gronnkirke?id=415731> (alle 20.12.2019).

en strategi (2016) som innbefatter unge, lokalsamfunnet, misjonsprosjekt, inkluderingsarbeid med flyktninger og fokus på klima og global rettferdighet.¹¹ Gjennomgangen viste imidlertid også at mer spesifikke «misjonsprosjekter» ofte ikke var spesifisert i strategiplaner, men gjerne referert til som «misjonsprosjekt» eller liknende.

I strategiplanen for Jeløy menighet (Borg bispedømme) for 2018–2022 reflekterte menigheten blant annet over at det å «være menighet i verden» innebærer arbeid både innenfor og utenfor kirkens vegger gjennom et utstrakt lokalt arbeid, ved å være «grønn menighet» og gjennom samarbeid med NMS i et misjonsprosjekt. I strategiplanen er imidlertid misjonsprosjektet ikke spesifisert. Dette viser at misjonsbegrepet brukes noe ulikt, både i forbindelse med misjonale aspekter ved menighetens øvrige arbeid, for eksempel engasjement blant flyktninger og asylsøkere, og hva gjelder mer avgrensede og konkrete globalt orienterte misjonsprosjekter.¹²

I Stavanger bispedømme samarbeider flere av menighetene blant annet med NMS og Normisjon. Hillevåg menighet samarbeidet for eksempel med NMS/U om et misjonsprosjekt i Carlisle, England, og Tjensvoll menighet har samarbeidet med NMS om et rehabiliteringsprosjekt av presteskolen på Øst-Madagaskar, selv om det ikke spesifiseres på nettsidene at dette er en SMM-avtale. Mange menigheter syntes også å ha prosjekter og avtaler med organisasjoner utenfor SMM og/eller prosjekter som ikke profileres direkte som avtaler med misjonsorganisasjonene.¹³ Flere menigheter, som Vardeneset menighet og Madlamark menighet, støtter mediamisjon gjennom den arabiske TV-kanalen SAT7, som er en satsing støttet av flere av misjonsorganisasjonene i SMM.

3.5 Oppsummering – effekt av SMM

Oppsummert viser denne gjennomgangen av et relativt tilfeldig utvalg av menigheter i ulike bispedømmer at det finnes en tydelig og mangfoldig misjonsforståelse og -engasjement i menighetene. En helhetlig misjonsforståelse synes å ligge i bunn for mange av menighetenes strategiplaner. Hvordan oppdraget konkretiseres, varierer, og her ser kontekstuelle elementer ut til å spille en ikke ubetydelig rolle. Selv om direkte referanse til SMM er sjelden eller fraværende i strategiplaner og/eller annen informasjon fra menighetene på nett, refereres det ofte mer konkret til menighetenes avtaler med misjonsorganisasjonene og/eller egne misjonsprosjekter, selv om disse prosjektene ofte ikke er spesifisert i strategiplanene eller tilgjengelig informasjon. Siden formålet med SMM er å koble kirke og misjonsorganisasjoner, er det naturlig at fokus blir på koblingen mellom den lokale menigheten gjennom misjonsprosjektet og misjonsorganisasjonen. Det å skulle bygge identitet og forankring til SMM som struktur i tillegg faller utenfor menighetens kapasitet. Det er naturlig at SMM er mer synlig i bispedømmene der misjonskonsulentene er plassert.

Menighetens misjonsengasjement reflekterer stor grad av sammenfall med SMM sine fokusområder. Språkbruk og terminologi viser tydelige likheter mellom de ulike nivåene i

¹¹ <https://fjellhamarkirke.no/Portals/1/Dokumenter/Moteboker/2016/StrategiFjellhamarMenighet2016-2019.pdf> (20.12.2019).

¹² <https://kirken.no/globalassets/menigheter/jeloy-menighet/pdf/strategiplan-jeloy-menighet-18-22.pdf> (20.12.2019).

¹³ På nettsidene til Asak menighet i Halden (Borg bispedømme) sto det eksempelvis omtalt (fra 2015) at «[k]irken og mange av misjonsorganisasjonene samarbeider om misjonsprosjekter, og mange menigheter har egne misjonsprosjekt som de støtter», <https://halden.kirken.no/view/article/1057721> (20.12.2019). Det tas her imidlertid forbehold om at dokumentanalysen ikke har full oversikt over alle misjonsorganisasjonenes prosjekter.

SMM, fra sentralt, regionalt og lokalt hold. Dette gir grunnlag for å konkludere med at SMM har spilt en rolle både hva gjelder å koble menigheter på avtaler med misjonsorganisasjonene, og når det gjelder bevisstgjøring og engasjement for misjon mer generelt. Ut fra dette kan det slutes at SMM sitt anliggende og oppdrag er kjent og innarbeidet i store deler av DNK, men at SMM selv som aktør i hovedsak er indirekte kjent. Det virker noe paradoksalt at SMM som en vesentlig premissleverandør og aktør innenfor misjon i Norge har fått gjennomslag for sitt arbeid, men like fullt er et mindre synlig nettverk. Men det er ifølge kildene ikke et hovedmål å bygge identitet for selve SMM-strukturen. I stedet er SMM et verktøy for å koordinere kirkens misjonsengasjement og misjonsorganisasjonenes arbeid.

3.6 Kost-nytte-analyse

Det tredje hovedspørsmålet i evalueringen er: Får organisasjonene et tilfredsstillende resultat ut fra samarbeidet i forhold til de ressurser de bruker på SMM? Spørsmålet er i svært liten grad omhandlet i de sentrale og kirkelige rapporter som har dannet grunnlag for analysen. I den grad problemstillingen reises, så skjer det i SMM-rådets møter.

Det har vært krevende for evaluatoren å få tak i det tallmaterialet som faktisk finnes.

I sak 12 til Kirkemøtet i 2000 (Sak KM 12/00) omtales spørsmålet indirekte i innledningen til saken: «SMM-samarbeidet har i betydelig grad bidratt til synliggjøring og styrking av misjonsansvaret i menighetene. Det går fram både av tiltakene som rapporten fra SMM viser til, uttalelsene fra de bispedømmene som har deltatt i samarbeidet, det statistiske materiale som viser utviklingen i samarbeidsavtaler, og i noen grad utviklingen i inntekter til misjonsarbeid fra menighetene.»

Denne siden ved SMM-samarbeidet har vært oppe i diskusjoner i SMM-rådet ved enkelte anledninger. I 2016 ba generalsekretær i NMS om at organisasjonenes økonomiske andel for misjonsrådgi-verstillingene og for daglig leder skulle gis som en årlig orientering til samarbeidspartnerne (Sak 24/16).

Året etter var det i to påfølgende misjonsstrategiske samtaler brakt opp som ett av mange momenter i samtalen (Sak 06/17 og 09/17). I det første møtet ble det som et moment fra samtalen notert i referatet at det kom inn «[s]kammelig lite for hver avtale», og i neste møte ble dette konkretisert til å innebære ca. 16 000 kroner pr. avtale. De som hadde konkrete vurderinger, var NMS og Misjonsalliansen, der sistnevnte organisasjon ga uttrykk for at de omtrent gikk i null med hensyn til utgifter og inntekter fra samarbeidet. NMS ga uttrykk for at de fikk inn en god del på misjonsavtalene, men også at de investerte betydelig i DNK gjennom ulike typer menighetsutviklingstiltak og menighetsplantingsprosjekter. Samtidig ble det fra Misjonsalliansens side gitt uttrykk for at samarbeidet var nyttig i den grad at de var avhengige av misjonsrådgi-verne fordi de ikke hadde eget regionalt arbeid.

Dokumentanalysen viser at dette spørsmålet ikke har vært noen stor sak i rådets møter, men etterlater også et inntrykk av at det har manglet tilstrekkelig transparent informasjon og sammenstilling som grunnlag for organisasjonene til å foreta en løpende vurdering. Ikke minst etterlater dokumentene et inntrykk av at den uro som kan leses ut av dokumentene, ikke er gjenspeilet i en justering av etablerte ordninger. Utgiftsfordelingen mellom organisasjonene

har vært uendret siden 2012, basert på totale inntekter eller omsetning og uavhengig av omfanget og fordelingen av avtaler mellom organisasjonene.

Med hensyn til kostnads- og inntektsfordelingen har misjonsrådgiver i Nidaros framskaffet oppdaterte tall fra SMM-sekretariatet over kostnadsfordelingen mellom organisasjonene, utarbeidet i 2012.

Tabell 4: Utgiftsfordeling mellom organisasjonene for antall avtaler i 2012

Nåværende fordeling	Sentral andel (betalt til DNK sentralt)	Regional andel (betalt til bispedømmene)	SUM	Pris per avtale:
Misjonsalliansen	63 081	620 184	683 265	13 665
NMS	63 081	584 523	647 604	1 156
Normisjon	63 081	298 464	361 544	1 643
HimalPartner	63 081	54 266	117 347	3 912
Israelsmisjonen	63 081	48 064	111 145	3 705
Areopagos	63 081	31 009	94 090	9 409
Stefanusalliansen	63 081	65 895	128 975	64 488
Sum	441 566	1 702 405	2 143 971	

Fordelingen viser at det er to store bidragsyttere, Misjonsalliansen og NMS. Normisjon har omtrent halvparten av deres bidrag, mens de mindre organisasjonene har hatt relativt lave bidrag til stillinger i SMM-samarbeidet.

Evaluatør har spurt alle organisasjonene om oppdaterte tall for 2018. Tabellen under viser hva organisasjonene som responderte på forespørselen, hadde av utgifter til SMM sentralt samt regionalt (bispedømmene). Tabellen/regnskapet gir kun oversikt over kostnader knyttet til lønn og drift. Organisasjonene har også reise- og arrangementskostnader, samt indirekte lønnskostnader knyttet til ansattes deltakelse på møter og konferanser og oppfølging av samarbeidsmenigheter. For dette foreligger det ikke tall. Tabellen under inneholder derfor ikke de samlede summene for alle organisasjonene.

Tabell 5: Utgiftsfordeling mellom organisasjonene for antall avtaler i 2018

Nåværende fordeling	Sentral andel	Regional andel	SUM	Pris per avtale:
Misjonsalliansen	101229	627091	728320	14281
NMS	101229	693323	794552	1414
Normisjon				
HimalPartner	50615	72711	123326	1897
Israelsmisjonen	114218	65835	180053	8184
Areopagos				

Stefanusalliansen	51765	82066	133831	1684
-------------------	-------	-------	--------	------

Ut fra tilgjengelig presentasjon på SMMs hjemmeside, samt fra intervjuet med misjonsrådgiverne, har stillingene som daglig leder og misjonsrådgivere følgende omfang:

Tabell 6: Misjonsrådgivernes stillingsstørrelser

SMM-sekretariat og bispedømmekontor	Stillingsomfang
Daglig leder SMM	85 % SMM 15 % økumenikk/dialog Kirkerådet
Agder og Telemark	Delt: 80 % misjon og 20 % miljø
Bjergvin	Delt: 50 % misjon og 50 % diakoni
Borg	Delt: 50 % misjon samt internasjonalt
Hamar	Delt: 50 % misjon og 50 % kirkebygg
Nidaros	Delt: 50 % misjon og 50 % gravferdssaker
Møre	75 % misjon
Nord-Hålogaland	50 % misjon (inkluderer andre oppgaver)
Oslo	50 %
Sør-Hålogaland	Delt: 50 % misjon og 50 % pilegrimssaker
Stavanger	Delt: 75 % misjon og 25 % ungdom
Tunsberg	Hel: 100 % misjon

Både fra dokumentanalysen og fra intervjurunden viser det seg at det i mange bispedømmer er stadige skifter i stillingene. Noen få stillinger, gjerne de med et helt og enhetlig ansvar for misjon, synes å ha større grad av kontinuitet. En majoritet av misjonsrådgiverne gir uttrykk for at de også er involvert i generelle oppgaver og saksbehandling i bispedømmeadministrasjonen, samt at flere har kombinerte stillinger og dermed ivaretar andre områder i tillegg. Denne typen saksområder varierer fra bispedømme til bispedømme. Hva angår utgifter tilknyttet misjonsrådgiverstillingene, har alle bispedømmene blitt spurt om å rapportere tall for 2018. Evaluator har mottatt tall fra Nidaros, Nord-Hålogaland, Sør-Hålogaland, Agder og Telemark, og Hamar.

Rådgiverstillingene er ulike mellom bispedømmene hva gjelder størrelse. Det gjennomføres 50/50 fordeling mellom bispedømmene og misjonsorganisasjonene uavhengig av stillingsstørrelsen. I Agder bidrar misjonsorganisasjonene med ulike summer inn. Eksempelvis betaler NMS 43 %, mens Stefanusalliansen betaler 6 %. Med utgangspunkt i at misjonsrådgiver er tilsatt i 50 % stilling, utgjør dette en kostnad på fra 260 000–325 000 kroner. Agder og Telemark skiller seg ut med 80–90 % stilling som misjonsrådgiver, hvor kostnaden er 702 000 kroner.

Med hensyn til inntekter ble det i 2012 beregnet at hver misjonsavtale genererte ca. 13 000 kroner i snitt, med betydelige variasjoner, mens tilsvarende tall for 2018 er beregnet til 16 721 ut fra tall rapportert inn fra menighetene i 2018. Med de forbehold som må tas om materialet (jf. fotnote 1), gir dette et samlet bilde av inntekter som er rapportert fra menighetene i 2018.

Tabell 7: Oversikt inntekter for organisasjonene i 2018, etter bispedømme (kroner)

Bispedømme	NMS	Normisjon	Misjons- alliansen	Israels- misjonen	Stefanus- alliansen	Himal- Partner	Areopagos	Totalt
Agder	1 110 319	434 323	393 477	213 563	429 830	36 230		2 617 742
Bjergvin	1 765 801	133 918	52 176	22 620	160 544	158 378		2 340 009
Borg	870 189	194 782	139 449	36 823	116 030	22 067	46 572	1 393 762
Hamar	330 591	27 564			20 954	39 265	2 484	420 858
Møre	1 018 830	17 758	76 136	20 632	192 008	192 008		1 339 364
Nidaros	556 999	54 636	116 367	35 648	108 130	29 027	2 158	902 965
Nord-H	225 990	100 974	5 206		82 290	2 816	17 804	354 970
Oslo	540 411	233 369	136 876		82 290	33 449	38 437	1 064 832
Stavanger	2 079 476	275 684	501 270	126 774	471 970	16 995	11 199	3 483 368
Sør-H	220 706	63 107	30 568	7 205	121 350	1 005	12 748	456 689
Tunsberg	755 811	102 960	51 468	31 551	464 440	88 856	81 732	1 576 818
Totalt	9 475 123	1 639 075	1 502 993	494 816	1 991 718	620 096	227 556	15 951 377 ¹⁴
Totalt avtaler	562	159	49	25	79	65	15	954 ¹⁵
Snitt pr avtale	16 860	10 309	30 673	19 793	25 212	9 540	15 170	16 721

Som tabellen viser er det fremdeles stor variasjon i inntektene mellom organisasjonene. Dette henger i første rekke sammen med variasjon i antall misjonsavtaler, der NMS topper med 562 avtaler, mens Areopagos kun har bidrag fra 15 menigheter. Oppsummert: Hver avtale gir ca. 16 000 kroner i utbytte for organisasjonene (13 000 i 2012). Fordelingsnøkkelen fra 2012 gjør at noen organisasjoner bærer en betydelig større andel av utgiftene og er avhengig av et større antall avtaler for å komme i balanse. Sett opp mot det totale bidrag fra misjons-organisasjonene innebærer tallene at SMM samlet sett gir mer tilbake enn samlet utgifter for organisasjonene. Samtidig er kost-nytte-balansen svært skjev, grunnet ulikt antall misjonsavtaler. Best ut i så måte kommer Stefanusalliansen, etterfulgt av NMS, mens den organisasjonen som får minst tilbake for sitt bidrag, er Misjonsalliansen. Når det gjelder bispedømmene, har Stavanger det høyeste bidraget med nær 3,5 millioner kroner, etterfulgt av

¹⁴ Det hefter en viss usikkerhet ved tallene, da de er basert på hva menigheter har rapportert inn av bidrag til organisasjonene. Tallene kan skjule andre inntekter eller bidrag som ligger utenfor rammen av misjonsavtalene, så som ofringer og andre gaver/bidrag. I oversendelsen fra misjonsrådgiver i Nidaros presiseres det at det også kan være en underrapportering fra menighetene – i tillegg til at det er flere menigheter som har flere avtaler.

¹⁵ Dette tallet samsvarer ikke med tabell 2, som opererer med 1088 avtaler, men er basert på antall menigheter som har rapportert. Dette skyldes i hovedsak at enkelte menigheter har flere avtaler, noe som altså fanges inn av tabell 2.

Agder og Bjørgvin. Lavest bidrag har Nord-Hålogaland sammen med Hamar og Sør-Hålogaland.

3.7 Oppsummering av dokumentanalysen

Når det gjelder evalueringens tre problemstillinger relatert til misjonsforståelse og struktur, effekt og kost–nytte, er det en ubalanse i det foreliggende materialet. Dokumentene har et tyngdepunkt i struktur. Det innebærer en formalisering ved å etablere strukturelle forutsetninger for misjon i Den norske kirke. Strukturene i seg selv uttrykker en tydelig satsing på misjon gjennom initiativ til og tilrettelegging for misjonsengasjement. Mens struktur i betydning organisering kan leses eksplisitt ut av dokumentene som et ønske om synliggjøring av misjon, er dette likevel på et intensjonelt plan. Et reelt misjonsengasjement som etterspørres i evalueringens andre problemstilling, vil bli tatt opp i neste kapittel, som viser funn fra intervjudelen av undersøkelsen.

Dokumentanalysen viser at det finnes et mangfoldig misjonsengasjement i menighetene, selv om referansene til SMM er indirekte eller fraværende. I stedet henvises det til menighetenes avtaler med misjonsorganisasjonene eller egne misjonsprosjekter. Menighetenes misjonsengasjement reflekterer sammenfall med SMM sin terminologi, ideologi og fokusområder. SMM har spilt en vesentlig rolle både hva gjelder å koble menigheter på avtaler med misjonsorganisasjonene og når det gjelder bevisstgjøring og engasjement for misjon. SMM sitt oppdrag er kjent og innarbeidet i store deler av DNK, men selve SMM som aktør er i hovedsak bare indirekte kjent. Det virker noe paradoksalt at SMM som en vesentlig premisleverandør og aktør innenfor misjon i Norge har fått gjennomslag for sitt arbeid, men like fullt er et mindre synlig nettverk. Dette kan forstås som en konsekvens av at SMM har en instrumentell funksjon hvor det avgjørende blir misjonsengasjement i menighetene. SMM har en tilretteleggende rolle for kommunikasjonen mellom misjonsorganisasjonene og DNK.

Balansen mellom aktørene i SMM er reist som problemstilling i flere av dokumentene. I særlig grad synes det i de sentrale samtalen å ha vært tematisert at organisasjonene opplever at kirkens misjonsforståelse og behov vinner fram. Mens dokumentanalysen viser at misjonsrådgiverne er sentrale i å fremme temaet overfor menighetene, synes disse stillingene å bli gitt ulik prioritet i de ulike bispedømmene. Denne ulikheten framkommer i form av varierende stillingsomfang, ulik sammensetning av ansvarsportefølje og ved at misjonsrådgiverne rapporterer å inngå i den interne saksbehandling ved bispedømmekontoret.

Kost–nytte er den tredje hovedproblemstillingen. Det foreligger store mangler i materialet når det gjelder tilgjengelige tall. Historikken er i liten grad dokumentert. Dette har vært en utfordring i evalueringen. Det synes i det hele tatt som om økonomi er lite tematisert. De fleste aktørene i SMM har et lite aktivt forhold til dette, utover å stille grunnleggende og enkle spørsmål om det lønner seg. Samtidig som utgifter og inntekter blir registrert, vises det til et høyere formål som ikke så enkelt lar seg tallfeste. Materialet viser at nytten av SMM kan knyttes til flere forhold. SMM gir en plattform for å fremme kontakt, informasjonsutveksling og misjonsengasjement som framstår positivt og omfattende. Om ikke SMM er direkte kjent, har misjon som tema og tiltak fått en viktig utbredelse i menighetene gjennom SMM. Videre kan dette vurderes ut fra den økonomi organisasjonene bidrar med, samtidig som de også sikres inntekter. Utgifts- og inntektsfordelingen har en betydelig skjevhet for enkelte

organisasjoner, og samtidig er det betydelige forskjeller i hvordan de enkelte bispedømmer dimensjonerer og utvikler stillingene som misjonsrådgivere.

Kapittel 4 Funn fra intervjuundersøkelsen

I dette kapitlet presenteres funn fra intervjudelen av undersøkelsen. Framstillingen er strukturert etter de tre hovedproblemstillingene for evalueringen: misjonsforståelse og struktur, effekt og kost–nytte. Sentrale funn fra det rikholdige intervjumaterialet presenteres i samme rekkefølge som aktørene er ordnet i tabellen. Kapitlet vektlegger en deskriptiv framstilling ved at det er aktørenes egne synspunkter og vurderinger som kommer fram.

Tabell 8: Oversikt over intervjuer

Nummer	Hvem	Antall personer	Varighet i minutter	Annet
1	Daglig leder	1	67	
2	SMM-rådet	9: Generalsekretærer eller representant fra de sju misjonsorganisasjonene, daglig leder SMM, generalsekretær Mellomkirkelig råd	86	
3	Misjonsrådgivere	9 (Fraværende rådgivere: Nidaros og Stavanger)	90	
4	Regionalt SMM-utvalg Stavanger bispedømme	8: Representanter fra 6 misjonsorganisasjoner (Stefanusalliansen fraværende), misjonsrådgiver og rådgiver oppnevnt av biskop	85	
5	Regionalt SMM-utvalg Oslo bispedømme	8: Representant fra hver av de sju misjonsorganisasjonene, misjonsrådgiver	85	
6	Regionalt SMM-utvalg Sør-Hålogaland bispedømme	5: Misjonsrådgiver, samt representant fra NMS, Normisjon, Misjonsalliansen og Stefanusalliansen	120	
7	NMS	4: Generalsekretær, leder giveroppfølging, 2 misjonskonsulenter	82	
8	Misjonsalliansen	3: Generalsekretær, økonomi-, markeds- og innsamlingsleder, nettverks- og menighetsansvarlig	79	
9	Stefanusalliansen	3: Assisterende generalsekretær, 2 kommunikasjonsrådgivere	90	
10	Menighet 1 Stavanger bispedømme	2: Sokneprest og daglig leder	65	Bymenighet
11	Menighet 2 Stavanger bispedømme	5: Daglig leder, representant fra menighetsråd, 3 misjonskontakter	66	Tettsteds-menighet

12	Menighet 3 Oslo bispedømme	4: Diakon, menighetsrådsleder, misjonsutvalgsleder, misjonsutvalgsmember	83	Forstads- menighet
13	Menighet 4 Oslo bispedømme	3: Kantor, menighetsrådsleder, frivillig/leder barnarbeid	57	Bymenighet
14	Menighet 5 Sør- Hålogaland bispedømme	Sokneprest	70	Domkirke- menighet
15	Menighet 6 Sør- Hålogaland bispedømme	Sokneprest	90	Tettsteds- menighet

4.1 Misjonsforståelse og struktur: Fungerer det strukturelle SMM-samarbeidet hensiktsmessig i dag?

4.1.1 Daglig leder SMM

Daglig leder er teolog og tidligere misjonær for NMS i Thailand. Han har vært i stillingen i 11 år. Han omtaler arbeidsoppgavene som mangfoldige. Det overordnede målet er å sette misjon på dagsorden i strategiske kanaler i Den norske kirke. Dette innebærer arbeid i sentralkirkelige organer, samt oppfølging og kontakt med misjonsrådgiverne i bispedømmene. Han omtaler det som krevende gitt fordommer og terskler før man kommer til reell kommunikasjon om hva misjon er og ikke er. Mange har et gammeldags syn på misjon som kulturimperialisme, men daglig leder opplever at en nyere misjonsforståelse blir godt mottatt. Han mener at kjernen er å holde fram Jesus som veien, sannheten og livet. Det er viktig å gripe tilbake til det opprinnelige oppdraget: «Et helhetlig oppdrag – det Jesus gjorde var å forkynne ordet i handlinger, ord og nærvær.» Han peker på at både diakoni og evangelisering er to spor som alltid har vært der i Jesu eget virke og i kirkens arbeid.

Da daglig leder begynte i 2008, lå SMM-daglig leder til Mellomkirkelig råd. Det har vært bra. Han har valgt å være helt integrert i staben der og har fulgt avdelingsmøter. Generalsekretær der har vært nærmeste overordnede. Det synes som om denne forankringen bidrar til at SMM oppfattes som en del av DNK. Han skulle ønske å jobbe mer med det tverrfaglige – SMM som et bindeledd mellom det lokale og det globale, og gjerne jobbet mer med trosopplæringssekretariatet og diakoniseksjonen. Han har jobbet minst sammen med avdelingen for gudstjeneste og kultur i Kirkens hus.

Eksistensberettigelsen til SMM knyttes til situasjonen i 1994, da DNK var i ferd med å miste eierskapet til misjon etter å ha «outsourcet» det til misjonsorganisasjonene. Nå er det gode samtaler i det nasjonale SMM-rådet av misjonsstrategisk karakter. Disse er verdifulle fordi de bidrar til teologisk refleksjon: «Misjon er ikke lenger en enveiskommunikasjon fra Vesten til resten, siden 2/3 av kristne befinner seg i det globale sør.» Kjernen i misjonsbegrepet kan ifølge daglig leder oppsummeres i Kirkemøtets 2012-vedtak om at alle døpte sammen med den verdensvide kirke skal dele og gi evangeliet videre i handling, nærvær og ord, lokalt og globalt.

Når det gjelder struktur, mener daglig leder den er kompleks siden det er hele syv medlemsorganisasjoner. Dette er det eneste formelle forumet for dem på dette nivået. Seks av de syv er også medlemmer av DIGNI, unntatt Israelsmisjonen. Alle syv er medlemmer av NORME. Daglig leder nevner noen mulige endringer, eksempelvis at Kirkens Nødhjelp blir medlem i SMM. Det ville styrke internasjonal diakoni og kunne medføre en økt satsing på misjonsrådgiverne.

Daglig leder mener at det regionale SMM-utvalget er et sårbart ledd. De fleste deltakerne opplever det som et godt møtepunkt, men det er også store forskjeller. En alternativ modell som nevnes, er å danne «et nasjonalt team i stedet for å spre ressursene på elleve bispedømmer. Så kunne en turnert med utrustende lederskap. Det er også problemer med denne modellen. Mange organisasjoner ville nok ønske et nasjonalt team, men man undervurderer da betydningen av å være en integrert del av en stab og nærheten til de svært ulike bispedømmene».

Et annet spørsmål er ordningen med misjonsrådgivere: «Det er stor forskjell på hvorvidt misjon er integrert som fagområde i bispedømmestaben.» Han viser til at kontinuitet i misjonsrådgiverstillingen er viktig. Formelt sett er det regionalt SMM-utvalg som er oppdragsgiver, mens bispedømmet er arbeidsgiver. Dette handler også om at arbeidsinstrukser er utarbeidet, men praktiseres forskjellig:

Når det er nedbemanning og sykemeldinger, settes det ikke alltid inn vikar. Misjonsrådgiverne burde stått friere til å plukke et skreddersydd team av ressurs- og fagpersoner rundt seg. Vi må ha et vedtak i SMM-rådet slik at alle organisasjonene er med på dette. En mulighet er å gjøre misjonsrådgiverstillinger til mer robuste – fulle stillinger, ikke bare halve.

Misjonsrådgiverstillingene fungerer på sitt beste når det er konkrete felles tiltak å jobbe for. Det er mange gode tiltak som utvalgene har ansvaret for, eksempelvis «Lys for verden» i Nidaros og Misjonsuka i Oslo, med mer faglig fokus. Dette er et suksesskriterium. Det burde spisses mer slik at en kan stå sammen om noe konkret. Det er misjonsrådgiverne som er motorene, og det er naturlig. Daglig leder mener at misjonsorganisasjonene i høyere grad kunne fått øynene opp for hvor strategiske medspillere de har i misjonsrådgiverne.

Daglig leder opplever at det er velvilje overfor misjon i kirkeorganisasjonen, men samtidig er det behov for opplæring og for hele tiden å holde saken synlig. Han opplever å drive utrustende lederskap, inspirere og være rundt i ulike sammenhenger, gjerne sammen med noen misjonsrådgivere. De initierer fagdager, men blir sjelden spurt: «Vi må alltid være på hugget og ta initiativet selv. Ellers skjer det ikke.» En prøver stadig å komme i dialog med ansatte og frivillige i DNK.

4.1.2 SMM-rådet

Det sentrale SMM-rådet har sittet sammen i mange år, har utfordret hverandre når det gjelder misjonsforståelse og har bidratt til misjonsforståelsen i DNK. Dette har skjedd gjennom den kanalen SMM er, og det er viktig å ikke undervurdere dette.

Kjernen i SMM handler om å holde internasjonal misjon på dagsordenen i DNK gjennom samarbeidsavtaler og misjonsavtaler. En ønsker å motivere menighetene til å dele evangeliet

lokalt og globalt. Det må realiseres gjennom lokalmenigheter, slik at kirken blir misjonal. SMM har forsøkt å få fram at misjon er å formidle tro og inspirere til dette. Det kan ikke kun overlates til misjonsforeninger, men må integreres i menighetene blant annet gjennom trosopplæringen.

SMM-rådet har jobbet teoretisk med misjonsforståelsen, men uten organisasjonenes praksis ville det vært vanskelig å fylle dette med innhold. Misjon er både diakoni, rettferdighet, evangelisering og dialog. Misjon gjennom ord, handling og nærvær; ikke bare én av delene, men helheten. SMM-organisasjonen har vært viktig for å operasjonalisere misjonsbegrepet. Holistisk misjon er ikke en ny oppfinnelse, men det trengs å definere hva det betyr. Hvis vekten bare legges på bistand, mister misjon noe av sin spiss. SMM-rådet synes ikke å ønske en slik utvikling i DNK. Det er viktig for SMM å holde fram forkynnelse som en viktig del, og i Norge har vi vært flinkere enn i mange andre land til å holde fast på det, ikke minst på grunn av misjonsorganisasjonene. Misjon har vært et møtested for evangelikale og den økumeniske bevegelsen, noe som har vært viktig.

Rådet peker på at «SMM-organiseringen generelt er veldig personavhengig». Det er ulik sammensetning i strukturen på regionalt nivå, og noen opplever at det ikke fungerer så godt i praksis. Organiseringen ble laget i en tid da misjon var en sektorsak. Nå jobber en mer tverrfaglig med misjon, og det er kanskje ikke reflektert i bispedømmene. Det kan være en risiko hvis misjon blir tverrfaglig. I en tidlig fase hadde en tilgang på flere frivillige; nå er det vanskelig å få folk til å sitte i de regionale SMM-utvalgene. Flere mener at noe bør gjøres med de regionale utvalgene. Målet med utvalgene må tydeliggjøres bedre. En vurdering som synes å ha tilslutning i SMM-rådet, er dette: «De har verdi der hvor de fungerer, men det er mulig at en kunne klart seg med et nasjonalt ledd og direkte kontakt med lokalmenigheter. Kanskje skulle vi ta bort det regionale leddet?»

SMM-rådet framhever at «noen misjonsrådgivere opplever jobben som vanskelig». Det er høy turnover, og det er vanskelig å rekruttere og beholde folk i stillingene, også fordi det ikke er fulle stillinger. Man blir ofte fanget opp i stabsrelaterte temaer på bispedømmekontorene: «Hvordan skal vi definere disse stillingene? Stabene har flere steder blitt redusert, noe som igjen har skapt intern diskusjon om prioriteringer. Nytteeffekten av misjonsrådgiverstillingene må diskuteres. Rettferdiggjør det personellkostnadene? Kunne misjonsrådgiverne heller vært organisasjonenes folk?» Andre mener at rådgiverstillingene ikke må undervurderes. Misjon framstilles som «krevende å kommunisere». Misjonsrådgiveren er en person som løfter misjon hele tiden. Hovedspørsmålet er hvordan en kan få mer synergi ut av stillingene. «Kan vi oppnå dette bedre med et team på fem personer som reiser rundt på evig turné? Det ville kanskje vært mer operativt enn stasjonære misjonsrådgivere.» SMM-rådet understreker at det må være misjonskompetanse i stabene på bispedømmenivå, men den kompetansen kunne vært lagt til en annen person, eller at det lå sentralt og at man besøkte bispedømmene. Hvis misjonsrådgiverstillingene ble borte, er det ikke sikkert det hadde fungert like bra.

Spørsmålet om strukturen har forandringskraft på grasrotnivå, er viktig for SMM-rådet: «Blir det inspirasjon og fornyelse? Blir det økonomisk støtte og bønnestøtte? Hva har kirken oppnådd ved å ha misjon som et av sine sentrale nøkkelord?» Dette leder til spørsmålet om effekten av SMM. Noen viser til at misjon var helt fraværende i intervjuer med

menighetsråds kandidater i kirkevalget nylig: «Barn og ungdom ble nevnt, og kultur, men ikke misjon; det ble ikke løftet fram som et satsingsområde.» Vi satser på relasjon til menighetene, og det bygges over tid. Misjonsavtaler kommer i stand når vi er tett på ressurspersoner lokalt, men det er ikke SMM-strukturen i seg selv som fasiliterer dette.

Noen mener SMM er kostbart om man ser på tallene, men at man i det store og hele tjener på dette når det gjelder engasjement. Det stilles også spørsmål om i hvilken grad misjonsorganisasjonene identifiserer seg med utviklingen i DNK, og det antydes at dette også kan være en årsak til at det er vanskelig å motivere frivillige til å sitte i regionale utvalg: «DNK har blitt tydeligere politisk. Det kan man si at man ikke vil være med på, eller delta og utvide det politiske rommet.» Det er en stor uutnyttet kompetanse i organisasjonenes kunnskap om det flerkulturelle, som DNK ikke har utnyttet.

4.1.3 Det Norske Misjonsselskap (NMS)

SMM sin eksistensberettigelse er å legitimere misjon i DNK og få «mer misjon i menighetene». Misjonsorganisasjonene kan hjelpe kirken til å bli mer misjonal, også lokalt. Å få misjon inn i bispedømmesammenhenger, der misjonsorganisasjonene ikke når inn, bør være misjonsrådgivers mest sentrale oppgave. Noen bruker ordet «vaktbikkje» for å få misjon på dagsordenen.

Det er uenighet om hensiktsmessigheten av SMM for en stor misjonsorganisasjon. Noen mener at de store organisasjonene kunne klart seg bedre uten SMM. SMM kan faktisk hindre organisasjonen i å få flere misjonsavtaler. Grunnen er at en alltid må ta hensyn til de mindre organisasjonene i SMM, som utvilsomt har nytte av SMM. På den annen side hevder noen at misjonsrådgiver er i stand til å få misjon inn i bispedømmene på en måte som organisasjonen ikke kunne klart selv. Ønsket er at misjonsrådgiver skal være «vår mann inn mot de kirkelige arenaene som prostisamlinger, prestesamlinger, trosopplæringssamlinger». Det etterlyses klarere retningslinjer fra sentralt SMM-hold om hvilke oppgaver misjonsrådgiver skal utføre, eksempelvis få misjon på dagsordenen i samlinger for nye menighetsråd. Man ønsker også at misjonsrådgiver skal arbeide mot et overordnet nivå i bispedømmet og ikke ut mot den enkelte menighet på vegne av organisasjonene.

Forståelsen av misjon er veldig viktig for informantene. SMM sin visjon er en fin formulering for helhetlig misjon, både lokalt og globalt. Misjon er ikke noe som bare er langt borte. Det gjelder menighetens selvforståelse. SMM er i dag for mye globalt fokusert. Organisasjonene kan tjene på å vise mer av misjonsavtalens relevans for det lokale arbeidet i menigheten.

En er spørrende til om det en får tilbake, står i forhold til det en betaler: «Kanskje blir SMM en for stor sekk? Kirkens Nødhjelp får for eksempel samme eller større oppmerksomhet enn SMM i menighetene. SMM kan bli en sekkebetegnelse som gjør at den enkelte organisasjon forsvinner.» Det ble også nevnt at kommunikasjonslinjene mellom de ulike leddene i SMM kunne vært bedre; det er ikke god nok informasjonsflyt.

4.1.4 Misjonsalliansen

Generalsekretæren i Misjonsalliansen er leder i SMM-rådet og med i dets arbeidsutvalg. Misjonsalliansen mener at SMM på papiret utgjør en tjenlig struktur, landsdekkende og tilpasset kirkens organisasjon. Misjonsalliansen poengterer at kontakten med menighetene er

det avgjørende. De legger stor vekt på å være oppsøkende og på det direkte møtet. Dette kommer ikke av seg selv: «De beste samarbeidene våre er med nøkkelpersoner som brenner for det.» SMM beskrives som en god struktur med mye utvalg og råd, «på papiret en god modell». «Vi er jo glad for SMM, det har skapt en arena. Vi står sammen for misjon i Norge. Mange sideeffekter som er veldig bra.»

Misjonsalliansen er noe kritisk til ordningen med misjonsrådgiverne som er ansatt i bispedømmene: «Vi mener at rådgiverne skal være katalysatorer for avtaler. Det er de i liten grad, vi har bedt om innspill. Men de er i mindre grad ute som våre ambassadører. Vi får få henvendelser fra menigheter som er tipset av rådgiveren.» Rådgiverne blir delvis finansiert av SMM, så «de er jo egentlig våre ansatte – det er et spleiselag. Hvis vi hadde hatt andre ansatte i regioner, ville vi tenke at de hadde et ansvar for å aktivt promotere organisasjonene. Vi må aktivt føre rådgiverne med informasjon.»

SMM er et nettverk hvor Misjonsalliansen får snakke om misjon og utvikle eget språk og egen refleksjon om misjon: «Vi er blitt mer bevisste på misjonsdimensjonen. Og at diakoni er en del av misjonsoppdraget. Det har gitt oss talerstoler for å snakke om det som engasjerer oss. Det er en viktig del av SMM-fellesskapet.»

For oss er det enkelt å samarbeide med menigheter i DNK både med konservativ og mer liberal profil. Vi opplever en god match med bredden. Vi er rendyrket diakonale. Vi driver ikke med evangelisering og kirkeplanting, men jobber gjennom kirker lokalt for å gjøre de til diakonale aktører.

4.1.5 Stefanusalliansen

Informantene fra Stefanusalliansen hadde noe ulik erfaring med SMM. To av dem hadde lang fartstid, mens én hadde jobbet med dette i ett år. Stefanusalliansen ble med i SMM i 2011. Organisasjonen er relativt liten og uten regionalt ansatte, men hadde også tidligere jobbet med å bygge nettverk mot både sentrale og lokale ansatte i kirken samt menigheter.

Stefanusalliansen gir uttrykk for et nyansert syn på SMM og det strukturelle arbeidet. Fra intervjuet framgår det tydelig at strukturen oppleves som tung og byråkratisk, og at de som en liten organisasjon uten lokale foreninger i liten grad har mulighet for å fylle de regionale utvalgene. De konsentrerer seg om arbeidet i de sentrale organer, og har etter hvert sluttet å spørre nye om å sitte i regionråd når tidligere medlemmer går ut av rådet. I den grad de har frivillige som vil gjøre en innsats for organisasjonen, ønsker de å prioritere dette til aktivitet rettet mot menigheter. En hovedinnvending går på at da SMM-strukturen ble etablert, hadde den en innretning som både passet de store organisasjonene og ikke minst var tilpasset det faktum at organisasjonene hadde regionalt ansatte.

Samtidig gis det uttrykk for at SMM har lyktes i å skape en plattform for å synliggjøre misjon som en sentral dimensjon i kirkens liv. På tross av de opprinnelige intensjonene oppleves det fremdeles i en viss grad at kirken som misjonerende folkekirke «outsourcer» misjon til organisasjonene. Her blir SMM en viktig plattform, og Stefanusalliansen er glade for å være med.

Organisasjonen uttrykker klar tvil om det har vært en god nok utnyttelse av stillingene som misjonsrådgivere. De vurderer det slik at det er relativt små stillinger som ofte kombineres

med andre oppgaver, og slik sett blir slukt av andre behov i bispedømmerådene. For sin egen del uttrykker de at de tror de ville fått mer ut av en 50 % stilling i eget sekretariat. Informantene uttrykker ønske om at det i større grad hadde funnet sted en gjensidig informasjonsutveksling, som gjorde at organisasjonene ble klar over arrangementer som de kunne være med på eller bli invitert til om misjonsrådgiverne skulle besøke menigheter.

Stefanusalliansen prioriterer kontakt inn mot Bispemøtets åpning og å være i dialog med dette organet. Samtidig har de gode erfaringer med storsamlinger, og skulle gjerne sett et arbeid for å forsterke denne type innsats. Organisasjonen er tydelig på at de som en liten organisasjon opplever betydelige fordeler av SMM-arbeidet. Ikke minst gis SMM som prosjekt betydelig ære for «jobben med å få misjon opp på agendaen, det har de fått til og også gitt det en plattform». De gir også uttrykk for at de som en liten organisasjon kommer relativt «billig» til dette, da det er de store organisasjonene som har tatt utgiftene med misjonskonsulenter. Uten at de har regnet nøyaktig på dette, oppleves SMM som noe som klart «går i pluss».

Den nasjonale strukturen anses som viktig, og de prioriterer også å være med på viktige nasjonale arenaer. Det er i hovedsak regionalleddet en mener er lite funksjonelt. Den direkte kontakten med menigheter oppleves som god, og Stefanusalliansen legger vekt på å respondere raskt ved henvendelser og spørsmål fra menigheter de har avtale med.

Når det kommer til misjonsforståelse, har Stefanusalliansen ingen egen teologisk plattform, da de er en økumenisk organisasjon. De jobber med konkrete prosjekter i ulike land og forklarer at mye av arbeidet er rettighetsbasert. Særlig arbeides det i områder og land der det er begrensninger på kristnes og menigheters arbeid. Mye er rettet mot barn og unge relatert til utdanning. Samtidig er særlig arbeidet i Tyrkia menighetsorientert. Der støttes menigheter slik at de også kan drive misjon i sin kontekst. Det uttrykkes at i SMM-sammenheng er nok evangeliseringsdimensjonen i arbeidet noe underkommunisert.

4.1.6 Misjonsrådgiverne

I gruppeintervjuet med misjonsrådgiverne ble det tydelig at det var et mindretall som hadde full stilling som misjonsrådgivere. I tillegg var det gjennomgående slik at stillingene ofte ble kombinert med øvrige saksområder i bispedømmeadministrasjonen, samt at det for de fleste bispedømmer hadde vært en del gjennomtrekk i stillingene.

Rådgiverne gir uttrykk for nyanserte syn på tjenligheten av organiseringen. Også her kommer det fram at organisasjoners tilbaketrekking fra regional tilstedeværelse svekker dynamikken i regionalleddet. Ikke minst er det veldig varierende om organisasjonene klarer å mobilisere frivillige til å sitte i regionalt utvalg. Der det regionale samarbeidsrådet har aktive medlemmer, erfares det at de synes det er bra å være med. Samtidig pekes det på nytten og verdien av gjensidig dialog og informasjonsutveksling, selv om en i liten grad opplever at dette skaper samarbeid på tvers av organisasjonene. Frivillige som er medlem av rådet, synes også å ha en svak informasjonskanal inn til egen hovedorganisasjon, noe som blant annet medfører at valg som gjøres i de regionale SMM-utvalgene, ofte ikke blir rapportert inn til hovedkontoret. En ytterligere konsekvens av svekkelsen av regionalleddet er at menighetsrådene i sterkere grad må initiere tiltak og dra lasset selv.

Gjennomgående framhever misjonsrådgiverne kontakten med SMM nasjonalt og daglig leder som noe svært positivt. Rådgiverne verdsetter de faste samlingene og den informasjon og inspirasjon som de tilføres gjennom dette. Flere nevner at de får inspirasjon for misjonsengasjementet i møte med daglig leder, og enkelte gir uttrykk for at det ikke er lett å finne tilsvarende gjenklang regionalt eller lokalt. Blant annet oppleves det uklart hvem som har det avgjørende ordet når det gjelder profilen på misjonsrådgiverstillingene. Det kan oppleves at egne ledere ved bispedømmekontorene ikke helt tar inn og prioriterer SMM-arbeidet, og samtidig er de arbeidsgivere og legger viktige føringer for det arbeidet som gjøres. Flere opplever uklare og kryssende forventninger, samtidig som flere også uttrykker at de har stor frihet til å utforme stillingene sine. Som en informant uttrykte det om SMM-utvalget regionalt: «De hindrer meg i alle fall ikke i å utføre arbeidet mitt.» Generelt blir det gitt uttrykk for at mangel på kontinuitet, enten i egen stilling eller blant dem som er med i SMM-utvalget, er et betydelig problem for det kontinuerlige arbeidet.

4.1.7 Regionalt SMM-utvalg i Stavanger bispedømme

«Hvis DNK ikke hadde hatt SMM, måtte DNK hatt sitt eget misjonsarbeid, fordi misjon er en del av vårt oppdrag som kirke», sier rådgiver oppnevnt av biskop. Utvalget opplever SMM som «et slags nav i kirken» og mener at SMM trengs for å få ting til å fungere. De små organisasjonene framhever særlig hvor viktig SMM er for dem. I noen av de store organisasjonene finnes det røster som hevder at de ville ha klart seg like godt eller bedre uten SMM, på grunn av diskusjoner om ressursbruk og fordi de opplever en viss konkurranse mellom organisasjonene.

SMM som struktur blir sett på som en kanal mellom organisasjonene og menighetene, konkretisert til misjonsavtaler. Selve rammene ligger der, men utfordringen er å fylle avtalene med innhold slik at misjon, både lokalt og globalt, blir forstått som viktig. Både biskop og bispedømmeråd ønsker at menighetene skal prioritere SMM-organisasjonene, også ut fra kvalitet. Fra organisasjonene etterlyses det likevel en enda større bevissthet fra DNK om at det er SMM-organisasjonene en samarbeider med. En del menigheter har prosjekter fra organisasjoner som ikke er knyttet til SMM. Dette oppleves som en utfordring.

SMM er en overbygning som er med å sikre misjonsfokus i DNK. Dette forplanter seg nedover i leddene, men det er også avgjørende å ha det lokale og regionale leddet som kan bringe saker videre til sentrallet. En opplever en utfordring i at mye i DNK er styrt ovenfra, i fastsatte strukturer, og det kan være vanskelig å fange opp de mange lokale initiativ i menighetene. Slike initiativ synes å være en trend nå:

I mange menigheter blir misjonsutvalg erstattet av misjonskontakter som brenner for et spesielt prosjekt. Er dette et uttrykk for en individualisering i forståelsen av misjon? Må vi som organisasjoner gi fra oss noe kontroll for å imøtekomme lokale initiativ på en bedre måte?

Samtidig med dette mener utvalget at regionallet har en viktig oppgave i å pushe på menigheter der misjonsengasjementet er lite. Det er viktig å være bevisst på at avgjørelsene om misjonsavtaler blir tatt i menighetsrådene. Der er daglig leder og sokneprest viktige premissleverandører, så det er strategisk å arbeide gjennom disse personene. Å ha en

misjonsrådgiver på bispedømmenivå betyr en tydelig misjonsstemme i det daglige, som ikke kan overses.

4.1.8 Regionalt SMM-utvalg i Oslo bispedømme

Det er sju organisasjoner representert i gruppa, samt misjonsrådgiver og noen ganger kirkefagsjef i bispedømmet. Gruppa har flat struktur hvor ledervervet går på omgang. De møtes to ganger i semesteret. Dette er primært et forum for misjonsorganisasjonene.

Hovedsaker på møtene er Misjonsuka, som arrangeres årlig, og hvor hovedansvaret går på omgang blant de sju. Regionutvalget er et sted for gjensidige orienteringer. De som er medlemmer her, sitter i flere utvalg og har posisjoner i sine respektive organisasjoner. Dette gjør at flere har beslutningsmyndighet. Flere medlemmer poengterer at det er svært viktig, siden det dermed blir et mer handlekraftig organ. I tillegg er forumet et sted for inspirasjon, utveksling av gode ideer og en kontaktskapende arena.

Medlemmene understreker at kontaktmønstrene er rettet inn mot å få misjonsavtaler med menigheter. Dette går ofte via bekjenskaper. Både å opprette misjonsavtale og holde engasjementet er helt avhengig av lokale ildsjeler som drar lasset. Det er avgjørende med lokal innsats og synliggjøring i menigheten.

Utvalget mener SMM har liten påvirkning på bispedømmerådene. Misjon er redusert til en del av diakonien, som de mener står mer sentralt i Den norske kirke i dag. Utvalget sier at Den norske kirke har «misjonerende» som et av sine fire kjerneord, men at kirken gjør lite ut av det. Misjon blir vanskelig å forholde seg til for mange, mener de. Misjon blir eksempelvis lite synlig i trosopplæringen lokalt. Denne motstanden blir forklart med teologiske endringer og relativisering. «Kirkens og misjonens utfordring er fortapelsens mulighet.» Dette er en overgang de mener har skjedd de siste par tiårene. «Grunnfjellet for inntil førti år siden var foreningene. Hvordan kan det engasjementet føres videre?»

4.1.9 Regionalt SMM-utvalg i Sør-Hålogaland bispedømme

Regionalt utvalg fungerer litt som et uformelt styre for misjonsrådgiveren, og trenger at vedkommende er enda tydeligere som saksforberedende organ. Rådet fungerer som informerende på tvers, men bispedømmets geografi gjør at tyngdepunktet lett blir Bodø. Dette forsterkes av at man har en årlig misjonssamling med festgudstjeneste i domkirken med biskopen til stede. I en landsdel uten selvstendig arbeidende misjonsforeninger/-organisasjoner oppleves SMM-plattformen som helt uvurderlig. Samtidig representerer den en presis, men smal, linje til prestene, som når ut og er desentralisert.

SMM er en viktig kanal for misjonsengasjement i menighetene, da foreninger og regionleddet er nær fraværende for misjonsorganisasjonene. Dette fører imidlertid til at det er mye prestene, og dels menighetene direkte, som nås. I dette arbeidet er misjonsrådgiver viktig, og det ble understreket at biskopens personlige engasjement i saken bidro til å løfte det å ha offer til organisasjonene årlig. Også de regionale kontaktene føler det kan være langt til organisasjonenes sentrale organer, og dette gjelder særlig for de større organisasjonene. Når det gjelder Misjonsalliansen og Stefanusalliansen, beskrives kontakten som god og med rask respons om det er noe en lur på.

4.1.10 Menigheter i Stavanger bispedømme

I menighet 1 var SMM som begrep ukjent for informanten, som hadde arbeidet sentralt i menigheten i fem år. Det som betydde noe, var avtalene de hadde med misjonsorganisasjonene. Her var det store forskjeller i måten organisasjonene fulgte opp avtalen, og hvor mye hjelp menigheten fikk til å sette misjon på dagsordenen. De ville opplevd det som et stort tap dersom de ikke hadde hatt en avtale med særlig den ene organisasjonen. De opplevde at regionalledet i SMM stort sett var fraværende, og at mailutveksling fra dem de kalte det «administrative nivået» (regionalt og sentralt), «forsvinner i alt annet menigheten blir bombardert med». De kjente ikke til SMMs misjonsforståelse og opplevde ordet «misjon» både som et fremmedord blant yngre og et «humorord»: «Rare kristne som vil prakke noe på en» i voksne, ikke-kirkelige sammenhenger. Menigheten opplevde seg selv som grunnleggende misjonal, ved at de la til rette for ulike tilbud og varierte gudstjenester. Ønsket var å nå ut til flere mennesker.

I menighet 2 forholder en seg heller ikke direkte til SMM, men til sine misjonsprosjekter. Det var et stort misjonsengasjement i menigheten også før de fikk de tre misjonsavtalene de har nå, så stort at de sier at de «egentlig ikke trenger SMM. Kanskje er SMM viktigere i menigheter uten så mye lokalt misjonsengasjement? Hva skal til for å få opp engasjementet der?»

Menigheten styrer kollektene i gudstjenestene inn mot prosjektene, i tillegg til at 10 % av alle innsamlede midler går til misjon. De opplever at de får veldig mye igjen for avtalene. Folk fra menigheten har vært på besøk i prosjektene, og folk fra prosjektene har besøkt menigheten. Misjon er et sentralt anliggende i menigheten, og presten setter fokus på misjon i gudstjenestene og bruker misjonskontaktene og andre som har vært på besøk, i prosjektene. Misjon er tematisert i trosopplæringen og i menighetsbladet.

De tenker at SMM har ført til at DNK nå driver misjon, ikke bare misjonsorganisasjonene. De nevner også at de stoler på at SMM-samarbeidet er grundig og verner mot en sårbar struktur som for eksempel private innsamlinger til et barnehjem. SMM er en «kvalitetssikrer». Ordet «misjon» er fortsatt et kontroversielt begrep utenom kirken. De har ingen forslag til forbedring av SMM fordi organisasjonene er viktigst for menigheten.

4.1.11 Menigheter i Oslo bispedømme

Menighet 1 har i 9 år hatt et diakonalt misjonsprosjekt i Nepal gjennom Normisjon. Det har vært lagt ned en del arbeid for finne et «riktig» prosjekt:

Vi hadde en del erfaringer, fått kriterier som skulle oppfylles. Menigheten måtte få det under huden. En del av det sykehuset er helse og ernæring. Hvis man har med barn og unge, er det positivt for menigheten. I tillegg ønsket vi tilbakemeldinger underveis fra prosjektet.

Prosjektet beskrives som vellykket fordi det har fått stor plass i menigheten eksempelvis gjennom to misjionsgudstjenester i året og fem offer hvert år. Menighetens misjonsutvalg er drevet av frivillige, men med diakon og en representant fra menighetsrådet:

Vi har 1–2 møter i året når det ikke er noe spesielt som foregår. Vi har ansvar for de to misjionsgudstjenestene, og det krever forarbeid. Vi har hatt besøk fra prosjektet og

kollekt og god kirkekaffe, og viser da bilder. Teppeprosjektet og misjon – det strikkes tepper langt utenfor menighetens grenser. Folk som ikke er kirkeinteresserte, strikker og vil ha nyhetsbrevet. Det er mer enn informasjon, men også forkynnelse. Det er misjon i Norge i 2019. Vi har passert 1712 tepper. Vi hadde stor teppefest for et par år siden.

Skal menigheten rekke å få eierforhold, må det være kontinuitet i prosjektene. De må vare en periode. Både søndagsskolen og mange andre ble engasjert i «gode diakoniprosjekter».

Menigheten har hatt liten kontakt med SMM som struktur og med bispedømmets misjonsrådgiver. SMM er en formell struktur, og menigheten har i noen grad forholdt seg til Normisjon. Men i hovedsak er misjonsprosjektet forstått som menighetens eget. De tradisjonelle misjonsforeningene er i mindre grad involvert i utvalget.

Menighet 2 støtter et prosjekt i Egypt gjennom Stefanusalliansen, og dette har satt tydelig preg på menigheten. Det er godt forankret: «Veien er kort for å tenke gudstjeneste og inn i stab.» Menighetsrådet har besluttet å gå inn med åtte kollekter i året for å støtte prosjektet. Menigheten har hatt ulike prosjekter. Det er alltid et fokus på at det skal være lokalt tilknyttet. Hvis folk i menigheten er knyttet til det, vil de støtte det. Menigheten har ikke et formelt misjonsutvalg, men prosjektet er nevnt i trosopplæringsplanen, og det holdes varmt gjennom det kontinuerlige arbeidet.

Menigheten har en viss kontakt med Stefanusalliansen siden noen av organisasjonens ansatte bor i soknet og er aktive i det kirkelige arbeidet. Menigheten har fått besøk og mottar nyhetsbrev «og har også hatt noen store milepæler, for eksempel besøk fra Egypt». Menigheten vet svært lite om SMM som sådan. De understreker betydningen av å dele for å unngå «de og oss»: «Vi har alle noe å gi og få. Det omvendte misjonsperspektivet – vi vil hente inspirasjon og ressurser derfra!»

På spørsmål om misjonsforståelse svarer intervjupersonene: «Misjon er å spre Guds ord, la Guds rike vokse fram, se nye sider av hvem Gud er.» Det forstås som at en person gir evangeliet videre til en annen person, men menigheten opplever at den tradisjonelle forståelsen av evangelisering – «å vinne sjeler for Jesus» – blir for snever. Misjon uten diakoni er ikke misjon. Men diakoni uten misjon? Her går det begge veier. Misjon er at vi vokser og blir tryggere i det vi står for.» Menigheten bruker ikke ordet «misjon» særlig mye, og har diskutert i staben hvorvidt det skal hete «bistand» i stedet. Stefanusalliansen er en misjons- og menneskerettighetsorganisasjon. «Vi kaller det misjonsprosjektet vårt. De har et prosjekt blant gatebarn der de koptiske barna går. Det diakonale aspektet er kjempesterkt til stede.»

4.1.12 Menigheter i Sør-Hålogaland bispedømme

I Sør-Hålogaland bispedømme var det valgt ut to menigheter, en menighet i domprostiet og en menighet i et tettsted et stykke fra Bodø. Menigheten i domprostiet har to avtaler, en med Normisjon og en med NMS. Tettstedsmenigheten har avtale med Misjonsalliansen. I den perioden informantene kjente til, hadde det også skjedd endring og rulling av organisasjoner det var gjort avtaler med.

Et hovedinntrykk fra intervjuene i disse menighetene var at SMM-arbeidet ble sett på som viktig i en landsdel med mange små menigheter og lange avstander, og der misjonsorganisasjonene ikke lenger har lokale foreninger i noen særlig grad. De store organisasjonene hadde tidligere ansatte regionalt, men det er nå nærmest fraværende. Da dette arbeidet ble borte, ble misjonsengasjementet mye avhengig av menighetsrådene, prester og øvrige ansatte. Det at Normisjon har egne samlinger, bidrar til å skape avstand til menighetene og svekker vilje og engasjement for samarbeid fra menighetenes side.

Dermed blir SMM og den strukturelle forankringen i bispedømmet viktig som formidler av informasjon og engasjement overfor menighetsrådene og særlig prestene. Mye informasjon formidles blant annet på fagsamlinger og prostisamlinger. Det ble også framhevet at biskopens engasjement var viktig. Særlig for prestene og menighetsrådene innebar denne koblingen at SMM-engasjementet fikk autoritet, og de hadde tillit til den informasjon som ble formidlet. Menighetsrådene representerer et lokalt nettverk som kan bidra med kontaktpersoner som enten har erfaring fra misjonsforeninger eller et annet personlig engasjement. Denne kirkelige plattformen ble også synliggjort ved at misjon ble integrert som en del av tenkningen i trosopplæringsarbeidet.

Begge steder var misjonsengasjementet forankret i gudstjenestene ved at det var faste gudstjenester med misjonsfokus, og ved at det var avsatt ofring til misjon et gitt antall søndager. Ellers ble det gitt uttrykk for at misjonsengasjementet var varierende, også med hensyn til om noen hadde mulighet for å være misjonskontakt. Ellers skjer aktivering ved konkrete arrangementer eller tiltak. Ved siden av misjonsavtaler synes misjonsengasjementet i særlig grad å komme til uttrykk i årlige misjongs gudstjenester og ved at misjon er et fast innslag når menighetsrådet vedtar ofringer. Den organisasjonen menighetene har avtale med, får gjerne flere ofringer i året, i tillegg til at menighetsrådet kan ha vedtatt å bidra utover det som ligger i avtalen.

Det ble framhevet i begge menigheter at personlig tilknytning til organisasjonen hadde betydning for engasjement og valg av misjonsorganisasjon. I tettstedsmenigheten var det i særlig grad knyttet til diakonen, som hadde et personlig engasjement for Misjonsalliansen. Dette medførte også en investering av tid og energi i å skape et engasjement i menigheten.

Når det gjelder syn på misjon, opplevde man en svak eller synkende tilslutning til en tradisjonell misjonsforståelse med vekt på evangelisering. Synet på hva som er viktig og legitimt ved misjon, trekker i retning av diakonale tiltak. Mens enkelte eldre menighetsaktive ønsker å opprettholde etablerte tilnærminger, uttrykkes det at tankegangen synes å være: «Mer i retning av diakoni, altså støtte og hjelpe framfor å 'påtvinge' andre vår tankegang.» Formuleringen «å dele tro» går igjen både i intervjuene med menighetene og for øvrig i materialet fra Sør-Hålogaland.

Begge steder gis det uttrykk for viktigheten av den kanal for SMM som bispedømmekontoret representerer. Det gir legitimitet og viktig informasjon. Dette ble særlig tydelig for noen år siden, da det økonomiske bidraget var synkende. I den situasjonen ble et brev fra biskopen med oppfordring til å sette SMM og misjon på agendaen avgjørende for et fornyet engasjement i menighetene, formidlet av prestene. Her framheves også den innsats som

misjonsrådgiver bidrar til ved å holde fram engasjementet, og det blir spesielt pekt på linjen via prostene samt på stiftsdager og prostisamlinger. I tillegg gir prestene uttrykk for at SMM framstår som kvalitetssikret, og hvilken betydning for tilliten til SMM-arbeidet dette gir i menighetene.

Med hensyn til framtidig organisering, gis det ingen konkrete innspill til dette spørsmålet fra informantene i menighetene. Men de peker på at SMM kanskje bør jobbe tydeligere strategisk for å skape profil og tiltak som kan mobilisere og engasjere yngre i menighetene. Samtidig gis det klart uttrykk for at SMM bør bestå og at det er viktig for å kanalisere og opprettholde engasjement.

4.2 Effekt: I hvilken grad har SMM-samarbeidet bidratt til endring og ført til økt engasjement for og eierskap til misjon i menighetene i Den norske kirke?

4.2.1 Daglig leder SMM

Daglig leder påpeker at SMM har bidratt til bevisstgjøring omkring hva misjon er i dag, i lokalmenigheten og den døptes plass i dette: «Så er det noe som er lett å måle – 80 % av menighetene har misjonsavtale med en av de sju.» Menighetene velger prosjekter de kan identifisere seg med, slik at det vil berike lokalmenighet og bety noe globalt. Et eksempel på en slik match: «Menigheter med et sterkt engasjement, eksempelvis grønn menighet, som vektlegger det i forkynnelse og undervisning. De velger så et grønt misjonsprosjekt som går på forvaltning. Da kan man greie å få gode synergier. Prosjektene gjelder stort sett internasjonalt samarbeid.» Misjon handler ikke bare om det globale sør, ifølge daglig leder, men også i Europa, «hvor pilene går nedover for kirken». Vi har vært involvert i misjonal kirkeforståelse gjennom NMS og Normisjon, som har vært pådrivere på det og menighetsutvikling: «Målet er at misjon i større grad blir del av DNKs DNA og preger måten å drive/være kirke på. Dette har i begrenset grad gitt gjenklang i norske menigheter, og har hatt et særlig nedslagsfelt i Rogaland. Men man begynner å se piloter nå også i Øst- og Nord-Norge.»

Et utviklingspotensial er å komme mer ut til menighetene: «Mer ansikt til ansikt og mindre kontor.» I stedet for bare å ha misjonsamling for forening kunne man samarbeidet med menigheter i et prosti som har avtaler, foreslår daglig leder. Slik kunne man fått møteplasser mellom foreninger og menigheter.

4.2.2 SMM-rådet

På det sentrale nivået i DNK er SMM en konstant påminnelse om misjonens rolle i menighetenes liv. Dette er viktig fordi det skjer så mye annet, ifølge SMM-rådet. De nevner også misjonsrådgiverne, som «løfter fram misjon og får det på dagsordenen i visitassammenheng og i visitastalen, men det er ulike erfaringer mellom bispedømmene. I Oslo blir misjonsrådgiver sett på som en stilling som har kjøpt seg inn, en betalt stilling.»

Effekten av SMM i menighetene ses gjennom misjonsavtalene. Det er tvilsomt om det hadde vært så mange avtaler uten SMM, men en ønsker flere avtaler, 100 % dekning, og flere kroner. Effekten har vært størst på Sør-Vestlandet, mens det i Oslo og Hamar bispedømmer har vært liten misjonsavtaledekning. Det synes som engasjementet i menighetene drives fram av ildsjeler mer enn av SMM, og at eierskapet ikke forplantes videre forbi stab og utvalg:

Vi er gode på å serve hvor det allerede er et engasjement i menigheten, men andre har klart å skape engasjement hvor det ikke var fra før. Noen av oss jobber overfor stab og utvalg først, og håper det vil spre seg. Vi har inngang til menighetene gjennom SMM, og det er en svært sentral effekt ved SMM.

SMM har preget alle organisasjonene, noen mer enn andre. Misjonsalliansen har for eksempel nå en helt annen kontakt med DNK enn de ellers ville hatt. Det preger språk og bevissthet: «Uten SMM hadde vi nok utviklet oss på en annen måte. Vi får masse impulser fra andre og blir trukket inn i feltet. DNK minner oss om økumenikk og pusher oss til å delta i de sammenhengene.» Alle ønsker å skape et større misjonsengasjement, og det skjer noe gjennom informasjonsutveksling. SMM har gitt et bedre samarbeidsklima mellom organisasjonene og har gitt hjelp til å se menigheter tydeligere. En indikator på effekt er kirkemøtesakene om misjon fra 2005 og 2012.

Når det gjelder synligheten av SMM, mener SMM-rådet at det er et potensial: «SMM som struktur er det ikke mange som har bruk for, men organisasjonene og deres arbeid.» SMMs synlighet har heller ikke vært et mål for andre enn daglig leder og misjonsrådgiverne. Menighetsrådene burde vite om SMM, noe de i liten grad gjør, ifølge SMM-rådet: «De fleste tenker på tekstmeldinger når de hører om SMM. De som vet noe, knytter det oftest til misjonsavtaler.»

4.2.3 Det Norske Misjonsselskap (NMS)

NMS understreker at «SMM er ikke i fokus i menighetene, men misjonsavtalen, landet de støtter og organisasjonen. SMMs berettigelse er å være en plattform å stå på når vi som organisasjon møter menighetene.» På bispedømmenivå synes det å være en forståelse for at misjon er kirkens oppdrag, og det er naturlig og positivt å ha en misjonsrådgiver i staben. Likevel registreres det at det er mye vakanse i misjonsrådgiverstillingene, eller at det er kombinerte stillinger, noe som kan tyde på at dette er en salderingspost.

At det er en daglig leder i SMM, bidrar til å få fram misjon i kirken, men SMM sin plass i Kirkerådet oppleves som uklar og tilfeldig i forhold til for eksempel Kirkens Nødhjelp og Bibelselskapet sin plass. Engasjementet for misjon i menighetene er personavhengig, særlig for prestenes del: «Vi merket at misjon fikk en oppblomstring/drahjelp etter kirkemøtesaken i 2012 – hele kirken kom litt mer på banen med å sette misjon på dagsorden.» En frykter at det er for lite kunnskap om SMM-plattformen i menighetene, blant menighetsråd og ansatte; en er for lite synlig. Å måtte ta hensyn til alle organisasjonene i SMM kan noen ganger være «i veien» for egen organisasjon. «Kan jeg komme som representant for min organisasjon når jeg er leder i regionalt utvalg?»

NMS vurderer det slik at SMM i liten grad har preget dem som misjonsorganisasjon. Fokuset er mest på kvalitet i misjonsavtalene. De små organisasjonene har nok hatt størst utbytte av SMM, ifølge NMS.

4.2.4 Misjonsalliansen

Misjonsalliansen hevder at misjon på www.kirken.no «er puttet langt ned og gjemmes bort. Misjon blir ikke prioritert. Kirken har mange andre oppgaver, og misjon blir noe ekstra. Det

er viktig å holde misjon og kirke sammen, vi trenger en arena for å prate om arbeidet og misjon».

Misjonsalliansen uttrykker tydelige ønsker om en mer effektiv organisering av SMM. Med dette menes tilgang på talerstoler og steder å informere om misjonsarbeidet. Organisasjonen har relativt få misjonsavtaler, og eksempelvis ingen i Hamar bispedømme: «Da blir det vanskelig å gå på regionalt utvalgsmøte – og det skjer ingenting.»

Misjonsalliansen synes å være svært bevisste på ressursbruk. De ønsker synlighet og konkrete møter i lokalmenigheter i samarbeid med lokale ildsjeler. Det ville ifølge dem være mer effektivt å jobbe med noe større enheter lokalt: «Mulig vi må jobbe med større menigheter eller med prostier, slik at vi kan gå noe tyngre inn – med materiell, ideer og besøk. Det gir kvalitative effekter og mer penger. Å forvalte avtaler i små menigheter er mer krevende.»

For Misjonsalliansen er det strategisk viktig at Den norske kirke ikke glemmer å satse på ildsjelene; de vil skape engasjement: «Styrke kjernen for å nå de mindre aktive.»

4.2.5 Stefanusalliansen

Stefanusalliansen opplever at ulike mennesker har et engasjement for den type arbeid de driver. De erfarer at deltakelse i SMM gir et slags «godkjent-stempel», og at når prosjekter berører lokale aktører, blir Stefanusalliansen valgt som den man inngår misjonsavtale med.

Prosessen med å etablere misjonsavtaler beskrives dels som at menighetene innhenter «anbud», og så sender Stefanusalliansen et «tilbud» der de presenterer sine prosjekter. Det er ofte lokale ildsjeler som holder i misjonsprosjekter og legger ned en betydelig innsats. Stefanusalliansen vektlegger å holde god kontakt med og også besøke menigheter med avtale, og kan også invitere til å besøke andre menigheter, for eksempel i Egypt. De gir uttrykk for at de får god respons fra menighetene for måten de følger opp arbeidet på. Slik opplever de at menigheter med gode erfaringer bidrar til å rekruttere nye menigheter.

Stefanusalliansen jobber også bevisst med å finne nye innfallsvinkler i arbeidet, og samarbeider blant annet med Eivind Skeie. Sammen med ham arrangeres små turneer der de besøker menigheter uten kostnad for menighetene. Samtidig har de begrenset organisatorisk kapasitet til å utvide arbeidet.

4.2.6 Misjonsrådgiverne

En gjennomgående holdning blant misjonsrådgiverne var at SMM definitivt er viktig for «alles» forståelse for samhandling på tvers av kirkelige strukturer og misjonsorganisasjonene. SMM oppleves viktig for at misjon har kommet på dagsordenen i menighetsrådene, og flere betegner dette som en holdningsendring. En av rådgiverne sa det slik: «Endelig har kirken sagt at den skal være misjonal, og det er min eksistensberettigelse.»

Samtidig er det store variasjoner, fra Sør-Vestlandet med et sterkt misjonsengasjement og fremdeles et aktivt organisasjonsliv og tilstedeværelse til de nordlige regionene. Det understrekes at situasjonen nordover er ganske annerledes, og at det kan være vanskelig å få sentrale aktører til å forstå at strategier og tiltak ikke er like lett å realisere alle steder.

4.2.7 Regionalt SMM-utvalg i Stavanger bispedømme

«Jeg gjetter og håper at SMM har hjulpet DNK til å få et mer helhetlig og mangfoldig syn på misjon», sier en informant. Utviklingen går i retning av mer og mer avhengighet av enkeltpersoner som brenner for noe. I økende grad er enten sokneprest eller daglig leder kontaktperson i menighetene, altså en utvikling fra misjonsutvalg til ansatte. Hvis en ikke klarer å mobilisere frivillige til misjonsengasjement, er det sårbart. Det kan svekke eierskapet og folk kan si: «Dette er daglig leders og sokneprests ansvar.» Misjonsrådgiver opplever at det som skjer i samfunnet lokalt, påvirker hva menighetsrådet er opptatt av, for eksempel flyktningkrisen. Det bør føre til at vi som SMM-fellesskap er mer på banen for å vise hva fallgruvene er hvis man knytter misjonsprosjekter opp mot enkeltpersoner utenom SMM-organisasjonene.

Med skifte av menighetsråd har en utfordringer i fornyelse av avtaler, da nåværende menighetsråd ikke ønsker å binde opp det kommende: «DNK skal framover arbeide med egen selvforståelse – vil det bety en kamp om oppmerksomhet?» En kollegial utfordring kan være at noen organisasjoner har ressurser til å ta kontakt med menigheter der en ikke ennå har en avtale, mens andre kanskje ikke har ressurser til dette. Hvordan møter vi en slik utfordring som en *code of conduct*, undrer noen. Hvis en bare skal holde seg til dem en har avtale med, kan det føre til at misjon ikke blir satt på dagsordenen.

SMM-samarbeidet har ført til en skjerping hos misjonsorganisasjonene på hva en satser på. Det kan ha ført organisasjonene nærmere hverandre i misjonsforståelse og kanskje arbeidsmåter. At SMM blir holdt levende på regionalt nivå, kan være viktig for å holde misjon levende på lokalplanet. SMM har hatt stor betydning på misjonsrådgivernivå, og misjonsrådgivers inntrykk er at menighetene har forstått hva «misjonal» betyr lokalt. SMM har legitimert misjon som et viktig anliggende i kirken. SMM gir trening i å samarbeide på tvers av skillelinjer innad i DNK.

4.2.8 Regionalt SMM-utvalg i Oslo bispedømme

Når det gjelder effekt, mener utvalget at «SMM bidrar til holde misjon varmt. Uten SMM ville det vært mindre misjon, og et mer tilfeldig misjonsengasjement i Norge.» Videre har misjonsavtalene bidratt til å sette misjon i system. Det er store forskjeller mellom bispedømmene. Et av medlemmene i dette regionutvalget møter også i flere. Kritikken går på at utvalget noen steder kan fungere som informasjonsutveksling og lite annet: «Det er hyggelig, men fører til lite.» Medlemmene er utpekt, men har ingen videre innflytelse over beslutninger. Dette gjør regionutvalgene til lite vedtaksføre, og de blir meningsfulle bare for dem som faktisk sitter der. Flere mener at det er avgjørende å «satse på SMM og bruke det som et verktøy». Det indikerer mer enn en instrumentell forståelse, men å ta ut et potensial som ikke alltid kommer til sin rett. Regionutvalget hjelper i beste fall med å samle ressurser, som en sier.

Grunnleggende ser regionutvalget på SMM som en måte å sette «misjon på dagsordenen i Den norske kirke». I intervjuet drøftet medlemmene også begrepet misjon. Det var en tydelig stemning for «å ta ordet tilbake». De vil holde fast på en helhetlig misjonsforståelse, og mener det ligger et språk mellom fordommer og dagens misjonspraksis. Dette blir illustrert med den kommende nasjonale trosopplæringskonferansen, der ordet «misjon» er erstattet av

«oppdrag». På engelsk er det samme begrep, men ikke helt på norsk. Noen hevder at misjon kan forklares gjennom det engelske ordet. De vedgår at ordet «misjon» har en tung arv gjennom en gammel forståelse.

Videre understreker de at misjon også handler om at tyngdepunktet for kristen tro i verden er flyttet fra Europa til andre verdensdeler. Misjon er dermed ikke enveis, men noe vi også trenger å få tilført Vesten. De finner det verdifullt at norske menigheter har kontakt med kirker i sør og øst. Dette betraktes som en verdifull effekt av SMM. Utvalget ønsker også å ha misjonærer fra andre land i Norge. Det er viktig at besøk fra den tredje verden også kommer til lokalmenighetene. Dette gir inspirasjon.

4.2.9 Regionalt SMM-utvalg i Sør-Hålogaland bispedømme

Utvalget gir uttrykk for at SMM har styrket bevisstheten om at misjonsarbeid er et ansvar for og en integrert del av menighetene. Det gis uttrykk for at «kirken har tatt misjon tilbake, og at dette ikke lenger er noe vi har *outsourcet* til organisasjonene». Gitt den spredte bosettingen som er, og med fravær av organiserte grupper, peker flere på at SMM har hatt en effekt ved å opprettholde engasjement og interesse for misjon i menighetene. En viktig effekt av SMM-arbeidet er at det har blitt mange misjonsavtaler i bispedømmet, og også at i en periode da inntekter gjennom gaver og offer viste en nedgang, kunne SMM-saken løftes av biskopen overfor menighetene. Den nedgangen som var rundt 2015, er snudd, og en ser igjen en økning i de økonomiske bidragene. Samtidig er en, på tross av mange misjonsavtaler og opprettholdelse av inntektsnivå, usikre på om det i vesentlig grad har løftet noe konkret engasjement.

Det ble løftet fram at SMM kanskje også skulle hatt et mer kirkeinternt sikte lokalt, og ikke bare sikte utover. Flere nevnte at forholdet til barn og unge kunne vært integrert som del av SMM-tilnærmingen.

4.2.10 Menigheter i Stavanger bispedømme

I menighet 1 er det klar tale: «De som vanligvis går i menigheten, aner ikke at SMM eksisterer. De tror det er feilskrift for SMS.» Menigheten understreker at SMM er et middel, og ikke et mål i seg selv. En av de intervjuede (ansatt) ante ikke at SMM eksisterte, før nå, men har likevel hatt stor glede av misjonsavtalen. Kontakten med organisasjonene hadde kanskje ikke vært annerledes om SMM hadde eksistert eller ei. I menighet 2 har det vært tale om SMM når en har valgt nye prosjekter. De mener at SMM er et kvalitetsstempel og ivaretar en type internkontroll. Man kan ha tillit til at ting er i orden i SMM-organisasjonene.

Hvis ikke misjonskonsulentstillingene hadde vært der, ville ikke prestene fått input på prestesamlinger. Det hjelper menighetene å tenke at misjon er en del av oppdraget de har fått. Menighet 1 mener at SMM har vært lite synlig i fellesrådlinjen og arbeidsgiveransvaret. I forhold til organisasjonene kan SMM ha ført til flere avtaler fordi det ligger en positiv normativitet og tydelig forventning at man skal ha avtaler med misjonsorganisasjonene. Begge menighetene gir mer til de organisasjonene de har avtale med. Det kan spores noe frustrasjon i menighet 2 over at NMS med mange støttespillere lokalt har blitt lite prioritert, noe en har tatt opp ved å inngå en tredje avtale.

4.2.11 Menigheter i Oslo bispedømme

Det er vanskelig for informantene å forestille seg menigheten uten misjonsprosjektet, forteller deltakerne fra menighet 1: «Da ville vi manglet en viktig søyle i arbeidet vårt. Vi kan jo ikke bare sitte her og sulle for oss selv. Vi må jo ha et engasjement utover oss selv. Vi kan bli så nestekjærlige rundt oss selv at vi glemmer at det er andre forhold andre steder i verden. Det er viktig for oss som menighet å ha et perspektiv som handler om verdens nød. Det hadde jo Jesus. Når han kommer igjen, spør han ikke hva vi mener om ditt og datt, men hva vi gjorde for de fattige. Det er et menighetsansvar.»

Videre forteller de at i menigheten har et spontant engasjement oppstått som kommer nedenfra: «Det er folk som brenner for dette. Det kom et prosjekt inn fra sidelinjen også, Kenya.» De henviser også til at Normisjon følger opp ved å stille spørsmål, men at menighetens engasjement er sterkt og selvgående.

For menigheten er misjonsutvalget viktig:

Uten det får man ikke det store engasjementet. «Men å ha et utvalg og rekruttere noen få personer som brenner for saken, er viktig. Og at man får profilert det i gudstjenestene, er veldig viktig. Det er kjempeviktig. Det er kommet folk til meg i dåpsfølget og sagt de vil ha brosjyre. De vil ha oppskrift på teppet som vi strikker til prosjektet.

Også i menighet 2 fortelles det om mye konkret utbytte av misjonsprosjektet. Folk fra menigheten har besøkt stedet og ble inspirert etter å ha vært en uke i Egypt hos Mamma Maggie og biskop Tomas:

Det relasjonelle er kjempeviktig. De som dro ned, kom med fantastiske fortellinger tilbake. Det ble knyttet til barnearbeidet. Vi trekker ut temaer som ungene her kan relatere seg til, religiøst, men også allment om hva frihet og identitet er. Det er snakk om gjenbruk, bønn og hvem Gud er. De fikk laget ting som speilet yotakorset fra søppel. Vi har lånt en bønn fra den koptiske kirke og bruker masse symbolikk. Ting forsterker hverandre.

Misjonsprosjektet er innarbeidet også i trosopplæringen og i det kontinuerlige arbeidet: «Barnekoret har i to runder jobbet fram gudstjenester over et helt semester som har hatt dette som tematikk. Slik har barna vært forkynnere og fortellere om Stefanus og den type tematikk. Mye av suksesskriteriet her er at vi er mange sammen om det.» Deltakerne poengterer betydningen av at «noen er motorer i dette, som oss tre. Det er både stab og frivillige som er engasjert, ikke bare fordi de må.»

4.2.12 Menigheter i Sør-Hålogaland bispedømme

I begge menigheter gis det uttrykk for at SMM er viktig for å kanalisere kirkens misjonsengasjement. Prestene poengterer at arbeidet bidrar til bevisstgjøring, verbalisering og fokus på misjon i menighetens forbønn. Samtidig blir dette tematisk innarbeidet i konfirmantarbeidet.

Det var også et inntrykk at informantene mente en «ny» misjonsforståelse, rundt globale perspektiver, førte til engasjement. Også det å møte kristne fra den globale kirke, og møtes i og dele tro, ble framhevet som noe som skapte engasjement.

Mens menigheten i domprostiet hadde opplevd en svekkelse av engasjementet ved at misjonsorganisasjonen trakk eget arbeid i regionen, var det i tettstedsmenigheten mer slik at lokalsamfunnet som industrisamfunn i liten grad hadde hatt denne type foreninger. Dermed blir engasjementet avhengig av den kirkelige struktur og av kirkelige medarbeidere, og ikke minst må dette arbeidet inngå i en prioritering blant mange andre oppgaver.

4.3 Kost–nytte: Får organisasjonene et tilfredsstillende resultat ut fra samarbeidet i forhold til de ressurser de bruker på SMM?

4.3.1 Daglig leder SMM

Daglig leder påpeker at beløpene fra hver menighet er relativt lave: «Nå er det 16 000 i gjennomsnitt; det burde være 100 000. Dette er et uttrykk for global solidaritet.» Dette begrunnes i at SMM-samarbeidet er del av den verdensvide kirkes arbeid, og at vi bidrar inn som et av verdens rikeste land. Gjennom forkynnelse skapes det et engasjement som vil generere penger til å utgjøre en forskjell. Daglig leder mener at en mulighet er å utfordre DNK på at «nå bør kirken selv ivareta misjon, uten økonomisk bidrag fra organisasjonene. Faren er at man mister noe av det forpliktende samarbeidet med organisasjonene».

Misjonsorganisasjonene har ulik innsats og nytte, ifølge daglig leder: «De tre store, NMS, Normisjon og Misjonsalliansen, betaler mest inn. Misjonsalliansen kommer dårligst ut. Misjonsalliansen har 60 avtaler, Normisjon har 180, mens NMS har 570 avtaler.» Det viktigste blir om man ikke bare tenker kost–nytte, men også i et lengre perspektiv. I det lange løp vil det pengemessig være verdt investeringen, mener han. Inntektene kan økes, hvis det skapes større eierskap:

Engasjement følger misjonsforståelse og omvendt. Folk må få et nærmere forhold til misjon. Vi må ikke slutte med at misjonærer besøker menigheter. Nærhet til arbeidet er viktigst. Det er viktig å ha vært ute og sett selv eller å ha fått besøk fra misjonsprosjektet, eller å kjenne noen som har vært koblet på det. Der blir det engasjement og inntekter. Organisasjonene går i feil retning hvis de kutter ned på besøk, men organisasjonene har ikke nok kapasitet til å følge opp menighetene.

4.3.2 SMM-rådet

Når det gjelder oppfølging av misjon i menighetene, mener SMM-rådet at det har vært et skifte fra frivillige til prester og stab. SMM har vært viktig for å nå fram til kirkelig ansatte, og prester oppleves som alfa og omega: «Får en prester i tale, kan det skje noe i menighetene.» Noen opplever en større bevissthet hos kirkelig ansatte, og tiltakene kan stimulere til personlig givertjeneste.

NMS har ansatte som jobber direkte overfor menighetene, og det er denne kontakten som betyr mest. Misjonsrådgiiverne betyr lite for oppfølging av avtaler, men kan bidra ved visitas og ved opplæring og muligens oppfordre menigheter til å skaffe seg avtale. Effekten av SMM-samarbeidet kan ikke måles i penger, understreker rådet: «Ofte brukes mye ressurser både i kroner og arbeidstid uten at en får særlig inntekter, og det er krevende å ta opp kost–nytte med lokalmenigheter. Likevel er det mange effekter av SMM-samarbeidet som ikke kan måles i penger. Man får selge misjonsvisjonen.»

Noen organisasjoner har fokusland og ikke prosjekter, mens menighetene helst ønsker prosjekter, som gjerne er kortvarige og kan skape noe nytt. Dette er en utfordring, ifølge SMM-rådet. Israelsmisjonen har opplevd at et menighetsråd ønsket å støtte et prosjekt, men likevel ikke valgte dette fordi det er tilknyttet Israelsmisjonen.

For å utvikle SMM ønsker man seg i et nordlig bispedømme internasjonale rådgivere som samarbeider med Kirkens Nødhjelp og KFUM, slik at man kunne sikre full stilling. Det ville vært lettere å få til et samarbeid på prostnivå: «Det er viktig å gjøre et godt håndverk og skape engasjement.» SMM-rådet er opptatt av at misjon ikke må «eksotifiseres», og stiller spørsmål om tradisjonell misjon da forsvinner.

4.3.3 Det Norske Misjonsselskap (NMS)

NMS opplever å bruke mye ressurser på SMM. To av informantene er ledere i hvert sitt SMM-utvalg regionalt; ergo brukes mye personellressurser. I tillegg gir organisasjonen store bidrag inn i SMM. Informantene reflekterer over hvordan ressursbruken i organiseringen kan begrenses: Kanskje NMS heller skulle brukt tiden på oppfølging av misjonsavtaler enn på SMM?

Skal SMM ha eksistensberettigelse, må det være organisasjonenes utstrakte hånd inn i kirken, der de ikke selv når inn. Her er misjonsrådgiverne nøkkelpersoner når det gjelder å sette misjon på dagsordenen og bruke tid på å jobbe opp mot prester og proster. Fokuset bør være hvordan en kan styrke misjon i menighetene slik at de har en misjonal selvforståelse.

Måten SMM bidrar til å holde levende misjon både på bispedømmenivå og sentralkirkelig, mener informantene kan videreutvikles: «Der ligger potensialet, ikke det å besøke enkeltmenigheter.» NMS ønsker å kreve mer av kirken selv i samarbeidet, at SMM skal prioriteres høyere, for eksempel ved at biskop deltar i SMM-sammenhenger og øker statusen for misjon.

En spør seg selv hvordan strukturen i SMM kan forenkles slik at mer ressurser kan brukes i oppfølging av avtaler. Informantene hadde en diskusjon om hvordan en kunne måle utbyttet i forhold til innsats mot menighetene, men kom fram til at dette er vanskelig å måle. En har et inntrykk av at det er de små organisasjonene som får mest igjen for SMM-samarbeidet. I noen tilfeller synes det som misjonsrådgiver ønsker å prioritere disse, siden de ikke har noen ansatte lokalt. Dette oppleves frustrerende.

4.3.4 Misjonsalliansen

Misjonsalliansen har flere spørsmål til SMM: «Vi spør oss hvor mye penger menighetene klarer å tilføre arbeidet. I mange tilfeller har vi minst like store utgifter som inntekter.» Misjonsalliansen skjelner mellom det kvalitative og det kvantitative. Det kvalitative ses i misjonsengasjementet, som de mener er viktigst: «Hvis de får besøk og vi har en person der en helg og får et lite beløp, blir det en utgift? Skal vi satse på dette – eller skal vi se på output? Vi som organisasjoner lever med denne spenningen. Er dette en arena for å spre vårt formål?»

Misjonsalliansen ønsker en annen finansiering av rådgiverne. De ønsker eksplisitt at DNK må overta siden kirken må eie sitt eget misjonsengasjement. 83 % av inntektene til

Misjonsalliansen er givertjeneste. Ellers understrekes det at menighetene stort sett bidrar med små summer.

Økonomien oppleves som krevende, og går i minus med SMM:

Dette er noe vi gjør for å skape engasjement i Norge, mer enn å finansiere et arbeid ute. Vi ønsker større bidrag fra menighetene. Hvilke tiltak skal til for å øke dette? Vi må jobbe med avtalen og innholdet og vurderer å bli litt mer kyniske på noen avtaler som går veldig i minus.

4.3.5 Stefanusalliansen

Som representanten for en liten organisasjon gir informantene uttrykk for at de har god effekt av samarbeidet, gitt den ressurs de selv må legge inn i dette. De bidrar mindre enn de store organisasjonene til finansieringen av misjonsrådgivere, mens de har tilgang til plattformen og med den en mulighet for å nå ut til hele landet. Uten at de har regnet direkte på det, uttrykkes det at SMM-samarbeidet økonomisk sett går i pluss for deres del.

Samtidig sier de at de nok ser det slik at de kunne fått til mer om de selv hadde hatt en halv stilling som hadde menighetskontakt som arbeidsområde. I særlig grad settes det spørsmålsteget ved om det er noen nytte av misjonsrådgiverne ved bispedømmekontorene.

4.3.6 Misjonsrådgivere

Misjonsrådgiverne pekte på at med SMM-arbeidet ble det en mulighet for å fremme og minne om at fordelingen av offer også må tilgodese organisasjonene innen rammen av SMM. Det ble lagt vekt på at slike offer også ble lagt til «gode offersøndager» med mye kirkebesøk.

De la også vekt på at det nasjonale tilskuddet fra organisasjonene bidro til å opprettholde midler på personalsiden i bispedømmet. Samtidig var misjonsrådgiver (som skulle over i annen stilling) bekymret for at den generelle nedgangen i tilskudd til bispedømmeadministrasjonen ville medføre at ressursen som ble avsatt til misjonsrådgiver, ble skadelidende. Denne funksjonen skulle overføres til diakonirådgiver, og han så for seg at dette ville innebære en reell reduksjon.

Det var tilnærmet ingen refleksjon om kost–nytte i forhold til innsats og det som kom tilbake. Generelt ble det pekt på at en nedgang i gaveinntekter fra 2015 til 2016 utløste et initiativ fra biskopen, som skrev brev til alle prester og menigheter og minnet om ansvaret for misjon. I 2018 så man igjen en viss økning i inntekter til misjon. Den finansielle utviklingen ble overvåket av misjonsrådgiver, og dette utløste en offensiv da pilene pekte nedover med hensyn til inntekter.

4.3.7 Regionalt SMM-utvalg i Stavanger bispedømme

Utvalget hevder at i store organisasjoner er det delte meninger alt etter hva en tar med i regnestykket, men man sier også at det har egenverdi og andre pluss effekter enn økonomi å være med i SMM-samarbeidet. Det kom også fram at små organisasjoner opplever at de får mer igjen enn de gir inn.

Å skille mellom diakoni og evangelisering oppleves ikke så relevant når det gjelder hvilke prosjekter som støttes, men én person hevder at kirkesamfunn utenom DNK synes mest opptatt av evangelisering, mens DNK-menigheter er mer opptatt av diakonale prosjekter. Det

utgjorde en utfordring for konkretisering da noen organisasjoner gikk over fra prosjekt- til landbasert støtte.

Noen opplever et generasjonsskifte i menighetene, fra mange misjonsaktive før til færre nå. Fra bispedømmet sin side sies det at det er lite av det som skjer derfra som sikter på å skape misjonsengasjement hos dem som ikke har det fra før. Man er avhengig av det misjonsengasjementet som finnes i menighetene. Unntaket er i møte med ungdom.

En videre utfordring er at misjon i norsk kultur er et presset begrep, og det gjelder også delvis i menighetene utenom hos ansatte og spesielt engasjerte. I arbeidet med å videreutvikle SMM trenger man konkrete tiltak for å sette misjon enda mer på dagsordenen i menighetene, samt bevisstgjøring av begrepet misjon.

4.3.8 Regionalt SMM-utvalg i Oslo bispedømme

Utvalget finner at verdien av SMM er stor i lokalmenigheter og for misjonsorganisasjonene som får inntekter og et marked, samt som et fellesskap organisasjonene imellom: «Det positive er misjonsavtalene. De har vært en suksess og gir betydelige inntekter; det er noe håndfast som gir innpass i menigheter. Men hvordan avtaler blir praktisert, er høyst ulikt, både hva gjelder engasjement og økonomisk gevinst.»

Når det gjelder kost–nytte, pekes det på personlig givertjeneste på den ene siden og misjonsavtalene på den andre. Her er det store sprik mellom organisasjonene. Eksempelvis oppgir Misjonsalliansen at de betaler to millioner kroner årlig for SMM, og regner med at de får tilbake 2,5 millioner i tillegg til faddergeraver.

Utvalget mener de må kjempe med mange andre om oppmerksomheten i dagens kirkelandskap. De stiller spørsmål om SMM er tilstrekkelig effektivt og målrettet, og om man i tilstrekkelig grad kommer på banen. Det hevdes at «dagens kirkestruktur har ikke syn for misjon!» Noen organisasjoner har deltatt på fagdager, eksempelvis i regi av IKO. I møte med trosopplærere eller prester er erfaringen at «de kan ikke dette i det hele tatt!»

SMM-utvalget regionalt fungerer som en verdifull arena. Oppdraget er å sette misjon på dagsordenen: «Vi må være en veps.» Misjonsuka har vært vellykket, men må i dette bispedømmet knyttes tydelig til diakoni og menneskerettigheter for å bli oppfattet som relevant. Det blir derfor en stadig vurdering av hvilke sider ved misjon man løfter fram.

Det har vært omfattende nedbemanning og økonomiske utfordringer i organisasjonene. De får dermed en kapasitetsutfordring med å følge opp eksisterende misjonsavtaler. Flere organisasjoner har regionkontakter i deltidsstillinger. Organisasjonene må derfor tenke nytt om hvordan de skal følge opp avtaler. De mener det er få henvendelser fra menigheter til organisasjonene, oftere spør man om å få komme på besøk enn å bli invitert: «Det er vi som må ta kontakt og følge opp.» For organisasjonene tar den daglige driften mye oppmerksomhet, og misjon blir noe mange menigheter og kirketopper ikke har tid til. Organisasjonene har slitt med det de kaller «en krise for bemanning, rekruttering og nettverk». Utvalget mener det er svært ulik satsing på misjon mellom bispedømmene.

4.3.9 Regionalt SMM-utvalg i Sør-Hålogaland bispedømme

Ifølge utvalget har SMM sin nytte ut fra noen viktige forhold: For det første gir det en plattform for å nå ut til de enkelte menigheter, via linjen fra bispedømmekontor til prost og de enkelte prester. Det ble understreket at dette var særlig nyttig da misjonsorganisasjonene knapt hadde noe selvstendig arbeid igjen i regionen. Skulle misjonsengasjement vekkes, måtte det skje gjennom folkekirken.

En viktig nytteeffekt var at det gjennom dette samarbeidet ble lettere å invitere representanter fra det globale sør, som gjerne var gjest hos kirkelige organer eller misjonsorganisasjonene. Erfaringen med å dele tro ble tydelig understreket, og at dette også hadde appell langt ut over de tradisjonelt misjonsinteresserte. Spesiell vekt ble lagt på besøk av biskop Thomas fra Egypt.

4.3.10 Menigheter i Stavanger bispedømme

I menighet 1 er den ene avtalen nærmest sovende og informantene mener at flyten i dette tilfelle stort sett går fra menighet til organisasjon i form av ofringer. Begge menighetene mener at organisasjonene bruker en del ressurser på SMM, men lite fra de små organisasjonene. Det ville antakelig bli mye mindre samlet inn dersom ikke SMM hadde pushet på organisasjonene, særlig i forhold til å følge opp sine menigheter. Oppfølging i menighet 2 er særlig mailer, men de opplever engasjementet så sterkt lokalt at de ikke trenger oppfølging. De mener ressursene bør brukes på de menighetene som ikke har et lokalt engasjement for misjon.

I menighet 1 har organisasjon og menighet en del arrangementer sammen lokalt, som særlig diakonene følger opp. Menighet 2 har mye fokus på diakoni lokalt, slik det også er i misjonsprosjektene, men de opplever at det er en blanding av diakonale prosjekter/utviklingsprosjekter og evangeliserende prosjekter.

Menighet 2 har en målsetning om at deres bidrag til globalt engasjement skal øke, både i kroner og i utfordring av nye mennesker. Det må et bevisst arbeid til for at det skal skje. En av informantene i menighet 1 tenker at selve intervjuet har gjort vedkommende mer bevisst på misjon, og at det er godt med hjelp til å løfte blikket, særlig i den strategiprosessen de er inne i nå. Menigheten har en sterk bevissthet om å gjøre kirken og Guds kjærlighet nær dem som bor i soknet; derfor er de særlig opptatt av lokale diakonale initiativ. Kanskje kan det være nye organisasjoner som kommer inn i SMM-samarbeidet, nevner menighet 2 på spørsmål om mulig videreutvikling av SMM.

4.3.11 Menigheter i Oslo bispedømme

Vi i misjonsutvalget er glade for at prestene gir oss rom hver søndag det er offer. Da sier vi noe før kollekten. Vi kommer med en historie eller to som berører hjertene og åpner pengepungene. Hittil har vi samlet inn 70 000, pluss overskudd fra julemarkedet. Vi sender 130 000, men vi har forpliktet oss for et årlig beløp på 50 000.

Å være engasjert i et misjonsprosjekt knyttes også til relasjonen mellom I-land og U-land, økt globalisering og internasjonale perspektiver: «Vi bor i et av verdens rikeste land og en rik region. Det er et viktig poeng å være engasjert i noe som handler om verdens fattige. Pengene rekker langt i utlandet. Der trengs det mye mer. Dette er også et moralsk ansvar.»

Menighet 2 påpeker at det koster både penger og arbeidstid, men at en får mye igjen gjennom engasjement:

Engasjement har generert masse kreativt og skaperkraft inn i et lokalt arbeid. Men vi har hatt for øye at dette skal bli til noe mer. Her ligger det masse energi. Det handler om premissene vi startet med. Hvis vi skal gå inn i det, må det være lokalt knyttet for at vi skal få noe ut av det. Vi er ute etter engasjement.

De mener det er en fordel med misjonsavtale siden det gir fokus og en forpliktelse. Det er en god avgrensning: «Misjon handler om internasjonalisering og knytter soknet til verden. Det må ikke være et prosjekt hvor vi er materielt overlegne, men det er også et motiv for menigheten å bidra med penger som kommer noen til nytte. Vi kan ikke støtte bergensere eller et prosjekt i Canada.»

4.3.12 Menigheter i Sør-Hålogaland bispedømme

Informanter i menighetene ga særlig uttrykk for at SMM for dem representerte en kvalitetssikring fra kirkelig side, som gjorde det enklere å snakke fram misjonsengasjement. Dette ble også et argument for å gi penger til menighetens misjonsprosjekt. Her ble det også understreket at dreiningen vekk fra en tradisjonell misjonsforståelse i betydningen evangelisering skapte mindre friksjoner i menighetene. Diakonale prosjekter som inneholdt bistand, erfartes som enklere å kommunisere.

4.3.13 Oppsummering av intervjuundersøkelsen

Intervjuundersøkelsen viser et svært rikholdig materiale og en bredde av ulike synspunkter. For å unngå gjentakelser, oppsummerer vi ikke her, men samlet i den overordnede drøftingen i kapittel 6.

Kapittel 5 Funn fra spørreundersøkelsene

Siden undersøkelsen var basert på bruk av tre forskjellige spørreskjemaer, vil vi presentere resultatene på tilsvarende måte, altså etter de tre typene av samarbeidende organisasjoner som er listet opp i tabellen som følger.

5.1 Utvalg og gjennomføring

Tabell 9: Spørreundersøkelsene og respondenter

Samarbeidende organisasjoner	Typer ansatte	Svar (N)
Den norske kirke – bispedømmenivået	Biskoper, stiftsdirektører, kirkefagsjefer og bispedømmerådsledere	21
Den norske kirke – menighetsnivået	Proster, prester, kirkeverger og alle stillinger som hører inn under kirkevergene	294
Misjonsorganisasjoner	HimalPartner, Israelsmisjonen, Misjonsalliansen, NMS, Normisjon, Stefanusalliansen og Areopagos	25

Alt i alt svarte 340 personer på undersøkelsen. Det er vanskelig å vurdere hvor stor svarprosent dette utgjør, siden vi ikke har tall for populasjonene. Det gjør også at vi vet lite om representativiteten, og den er vanskelig å vurdere. Vi sendte ut brev til 412 kirkeverger/daglige ledere i ettsoknskommuner. I de mottatte svarene oppgir 82 personer å inneha slik stilling, det vil si 20 %. Oppslutningen blant dem kirkevergene fikk ansvar for å videresende spørreskjemaet til, var nok atskillig mindre. På bispedømmenivået ble det sendt ut 38 forespørsler, noe som gir en svarprosent på 55. Hvor mange personer i den enkelte misjonsorganisasjonen som var relevante i denne sammenhengen, det vil si: som på en eller annen måte hadde vært involvert i SMM-samarbeidet, lot vi bli opp til den enkelte organisasjon å vurdere. Ut fra kontakten vi hadde med organisasjonene, var oppslutningen om undersøkelsen trolig høy, men den lar seg ikke kvantifisere av evaluator.

5.2 Den norske kirke – bispedømmenivået

Respondentene på bispedømmenivået fordelte seg på følgende måte på stillinger:

Tabell 10: Respondentene på bispedømmenivået

Stilling	Frekvens	Prosent
Biskop	3	14,3
Stiftsdirektør	5	23,8
Kirkefagsjef	7	33,3
Bispedømmerådsleder	6	28,6
Total	21	100,0

Vi var opptatt av å finne ut hvordan respondentene på bispedømmenivå vurderte kjennskapen til og kunnskapen om SMM-samarbeidet blant de aktive i kirken på dette nivået. To kategorier personer ble det rettet oppmerksomhet mot, bispedømmeansatte og valgte rådsmedlemmer på bispedømmenivået. Respondentenes vurderinger er presentert nedenfor.

Tabell 11: I hvilken grad mener du at SMM-samarbeidet er kjent blant bispedømmeansatte?

Vurdering	Frekvens	Prosent
1 - i svært liten grad	0	
2	0	
3	2	12,5
4	6	37,5
5 - i svært stor grad	8	50,0
Total	16	100,0
Ubesvart	5	
I alt	21	

Hele 14 av 16 som ga vurdering av kjennskapen til SMM-samarbeidet blant bispedømmeansatte, ga skåren 4 eller 5 på den femdelte skalaen som ble brukt i spørreskjemaet. Vi kan tolke resultatet slik at de mente samarbeidet var vel kjent blant bispedømmeansatte. I kategorien «Ubesvart» er det slått sammen respondenter som ikke har svart, og respondenter som svarte «Vet ikke». Fire av de fem under kategorien «Ubesvart» hadde krysset av for «Vet ikke» i skjemaet.

Tabell 12: I hvilken grad mener du at SMM-samarbeidet er kjent blant valgte rådsmedlemmer på bispedømmenivået?

Vurdering	Frekvens	Prosent
1 - i svært liten grad	0	
2	3	15,8
3	4	21,1
4	7	36,8
5 - i svært stor grad	5	26,3
Total	19	100,0
Ubesvart	2	
I alt	21	

De fleste respondentene mente at også valgte rådsmedlemmer er vel kjent med SMM-samarbeidet, men ikke i så stor grad som de ansatte. Dette er rimelig å vente siden de ansatte må forventes å være tettere på samarbeidet og er «betalt for» å engasjere seg.

Tabell 13: I hvilken grad respondentene på bispedømmenivå kjente til SMM-samarbeidet på regionalt nivå

Vurdering	Frekvens	Prosent
1 - i svært liten grad	0	
2	0	
3	3	15,0
4	6	30,0
5 - i svært stor grad	11	55,0

Total	20	100,0
Ubesvart	1	
I alt	21	

Tabell 13 viser at respondentene var godt kjent med SMM-samarbeidet på regionalt nivå, som vel kan tenkes å være deres eget nivå. Hele 85 % av dem krysset av på de to nivåene på den graderte skalaen som viser til at fenomenet er vel kjent.

Tabell 14: Hvor god respondentene på bispedømmenivå oppfatter kontakten mellom det regionale SMM-nivå og menighetene

Vurdering	Frekvens	Prosent
1 – svært dårlig		
2	1	4,8
3	12	57,1
4	7	33,3
5 – svært god	1	4,8
Total	21	100,0

Som hovedtendens vurderer respondentene kontakten mellom det regionale samarbeidsnivået og menighetene som «midt på treet», det vil si ikke spesielt god og ikke spesielt dårlig. Hva de baserer synspunktene sine på, har vi ikke informasjon om i spørreundersøkelsen.

Respondentene på bispedømmenivå ble spurt om hvor viktig de mente ulike typer engasjement er i misjonsprosjekter organisert eller støttet gjennom SMM-samarbeidet. Fem typer engasjement ble trukket fram i skjemaet: bistand, diakonal virksomhet, menighetsutvikling, evangelisering og skole og utdanning. Respondentene ble bedt om å krysse av sin vurdering på en femdelt skala (med 1 som lav skår og 5 som høy skår).

Tabell 15: Hvor viktig ulike typer engasjement er i misjonsprosjekter organisert eller støttet gjennom SMM-samarbeidet. Gjennomsnittsskår, N = 21

Engasjement	Gjennomsnittsskår
Bistand	3,9
Diakonal virksomhet	4,6
Menighetsutvikling	4,1
Evangelisering	3,9
Skole og utdanning	4,2

Antallet respondenter er lite og forskjellene i gjennomsnittsskår ikke svært markert. Men slik de står, er det diakonal virksomhet i misjonsprosjekter som skårer høyest. Diakoni og skole og utdanning – som også kommer godt ut – kan sies å representere samme type engasjement, et engasjement vi i norsk sammenheng kunne kalle velferdsengasjement. Bistand skårer ikke like høyt. Men det misjonale aspektet (menighetsutvikling og evangelisering) kommer ikke langt etter.

Respondentene ble bedt om å foreta en mer samlet vurdering av SMM-samarbeidet gjennom å krysse av på en femdelt skala. Resultatet ble som vist i tabellen nedenfor.

Tabell 16: Respondentenes generelle vurdering av SMM-samarbeidet

Vurdering	Frekvens	Prosent
1 – svært dårlig		
2	1	4,8
3	11	52,4
4	6	28,6
5 – svært godt	3	14,3
Total	21	100,0

Over halvparten vurderte samarbeidet som «midt på treet». Hovedtendensen i svarene er således at det har vært «passe godt» eller litt bedre enn passe. Det betyr at det er forbedringsmuligheter.

Respondentene ble til slutt spurt om hva de vurderte som styrker og forbedringspotensial ved SMM-ordningen. På dette spørsmålet ba vi om tekstsvær. Nedenfor har vi sammenfattet svarene og gruppert dem etter respondentens stilling.

Tabell 17: Bispedømmenivåets vurdering av styrker og forbedringspotensial ved SMM

Styrke	Forbedringspotensial
Samarbeidet gjør det mulig for menighetene å få kontakt med «den verdensvide kirken». Det formelle samarbeidet med felles fokus «bidrar til å holde dette levende for eksempel i trosopplæring på tvers av menighetene med ulike misjonsavtaler». Samarbeidet bidrar til å gjøre misjon «mer tilgjengelig for menighetene». SMM gjør mulig en dialog mellom organisasjoner som til dels er ganske forskjellige. Forskjellene gjør det også mulig for menighetene å velge samarbeidsorganisasjoner som har en profil som «passer» til menighetene.	Å gjøre SMM bedre kjent blant menighetene. Et mulig tiltak: «en felles ‘misjonsportal’ med inspirasjon og ressurser» som er allment tilgjengelig i kirken. Styrke bevisstheten i menighetene om SMM som nasjonalt arbeid og når det gjelder internasjonal solidaritet og ansvar. Spesielt på bispedømmenivået blir det uttrykt ønske om å forankre samarbeidet bredere og mer tverrfaglig istedenfor å ligge på én enkelt person. Flere peker på stramme økonomiske rammer som hindring for å bedre samarbeidet, f.eks. ved SMM-rådene regionalt. Ikke alle organisasjonene har økonomi og kapasitet til å delta der. Noen er kritiske til misjonsorganisasjonene, både når det gjelder presset for flere avtaler og presset for å fremme egen organisasjon mer enn SMM. Det hevdes av noen «flere menigheter velger samarbeid med andre organisasjoner/instanser enn SMM-organisasjonene». Misjonsrådgi verne blir oppfattet som nøkkelpersoner her som besitter både mye kompetanse «og god vilje», men de kan trolig bli utnyttet på bedre måter for å styrke SMM enn det som skjer i dag. Kommunikasjonen kan bli bedre. En formulerer målet slik: «å videreutvikle synergier i arbeid med dialog, diakoni og misjon», noe andre knytter til mer bruk av ulike kommunikasjonsplattformer og videre i samfunnet, til å gjøre misjonsforståelsen tydeligere i menighetene, og få menighetene mer engasjert i «sine» prosjekter.

5.3 Misjonsorganisasjonene

Respondentene fordelte seg på følgende måte på organisasjoner:

Tabell 18: Fordeling av respondentene på organisasjoner

Misjons-organisasjon	Frekvens	Prosent
HimalPartner	2	8,0
Israelsmisjonen	4	16,0
Misjonsalliansen	1	4,0
NMS	9	36,0
Normisjon	5	20,0
Stefanusalliansen	3	12,0
Areopagos	1	4,0
Total	25	100,0

I og med at vi har grunn til å tro at svarprosenten fra misjonsorganisasjonene var høy, er det rimelig å ta fordelingen av svarene mellom organisasjonene som et uttrykk for hvor store (og sterke) organisasjonene er. I tabellen går det fram at NMS er den organisasjonen i SMM-samarbeidet som i denne analysen vil framstå med størst tyngde.

Respondentene hadde ulike stillinger i sin organisasjon. Det som kanskje er det mest interessante i denne sammenhengen, er om de hadde stilling på sentralt eller regionalt nivå. Nedenfor presenterer vi fordelingen.

Tabell 12: Fordeling av respondentene på nivå i organisasjonene

Nivå i organisasjonen	Frekvens	Prosent
Sentralt nivå	12	48,0
Regionalt nivå	13	52,0
Total	25	100,0

Det var altså omtrent like mange respondenter fra begge nivåene i organisasjonene. Vi skal komme tilbake til betydningen av nivå i organisasjonen for vurderingen av SMM-samarbeidet.

Respondentene ble spurt om prosjektene som inngikk som del av SMM-samarbeidet med menighetene i Den norske kirke og hvilken type tiltak prosjektene i hovedsak var knyttet til. Fordelingen av svarene er vist i følgende tabell:

Tabell 20: Typen tiltak samarbeidsprosjektene i hovedsak var knyttet til

Type tiltak	Frekvens	Prosent
Evangelisering og menighetsbygging	7	31,8
Bistand og diakoni	13	59,1
Skole og utdanning	2	9,1
Total	22	100,0

Ubesvart	3	
I alt	25	

Alt i alt gir respondentene uttrykk for at tiltak av typen «Bistand og diakoni» er de som oftest preger samarbeidsprosjektene. Færrest svarer at prosjektene i hovedsak er preget av tiltak av typen «Skole og utdanning». Går vi litt nøyere inn på svarene i undersøkelsen, finner vi at respondentene knyttet til de ulike misjonsorganisasjonene gir ulike svar. For eksempel har personene knyttet til NMS totalt sett krysset av for alle tre typen tiltak. Det kan for eksempel skyldes at svarerne gjør ulike vurderinger av hva som karakteriserer samarbeidsprosjektene, eller at deres posisjoner i organisasjonen gir dem ulik forståelse, kunnskap og inntrykk av prosjektene og deres profil.

Tabell 3: Varigheten av samarbeidsprosjektene

Type tiltak	Frekvens	Prosent
Alle er tidsbegrensede	4	17,4
De fleste er langvarige	13	56,5
Alle er langvarige	6	26,1
Total	23	100,0
Ubesvart	2	
I alt	25	

Tabellen viser hvordan respondentene vurderer varigheten av avtalene organisasjonene har inngått med menighetene. Hovedtendensen i svarene er at de fleste avtalene er langvarige (uten at vi spesifikt har gått inn på hvor lange langvarige avtaler er). Går vi til rådata i undersøkelsen, finner vi igjen at personene knyttet til de enkelte misjonsorganisasjonene ikke er samstemte i sine vurderinger.

I hvilken grad innebærer avtalene med menighetene at misjonsorganisasjonene seg imellom bytter på kontakten med menighetene? Svarene tyder på at det i liten grad skjer; avtalene innebærer stort sett at en menighet gjør avtale med én organisasjon.

Har organisasjonene definerte kontaktpersoner for SMM-samarbeidet? Vi spurte i skjemaet om det fantes slik kontaktperson på det nivået respondenten befant seg. Her var organisasjonene samstemte i sine svar. Med ett unntak ga alle respondentene stadfestende svar.

Har misjonsorganisasjonene egne utvalg eller grupper for å ivareta SMM-samarbeidet i organisasjonen, i tillegg til eventuell kontaktperson? Israelsmisjonen, Normisjon og Areopagos svarer nei, de andre ja. Men både Israelsmisjonen, NMS og Normisjon oppgir å ha lokalforeninger innen menighetene i Den norske kirke.

I hvilken grad er SMM-samarbeidet kjent for dem som er knyttet til organisasjonene som ansatte, styremedlemmer eller «øvrige medlemmer»?

Tabell 4: I hvilken grad respondentene mener at SMM-samarbeidet er kjent i organisasjonen. Tall oppgitt i prosent

Vurdering av kjennskap til SMM-samarbeidet	Blant ansatte	Blant styremedlemmene	Blant øvrige medlemmer
1 – i svært liten grad	0	0	4,2
2	0	12,5	20,8
3	13,0	12,5	41,7
4	34,8	50,0	29,2
5 – i svært stor grad	52,2	25,0	4,2
Total	100,0	100,0	100,0
Ubesvart	2	1	1
I alt (N)	25	25	25

Som forventet mener respondentene at SMM-samarbeidet særlig er kjent blant de ansatte i organisasjonene, litt mindre blant styremedlemmene og klart mindre blant øvrige medlemmer. De ansatte møter tematikken i arbeidet sitt, og trolig oftere enn styremedlemmene, som rett nok kan være engasjerte i saken utover styremøtene. Blant de øvrige medlemmene av organisasjonene vil kjennskapen avhenge av interesse og engasjement, noe som sikkert varierer ganske mye.

Hva slags tiltak springer ut av samarbeidet mellom menighet og misjonsorganisasjon (SMM)? I spørreskjemaet trakk vi fram fem typer av tiltak og ba respondentene om å krysse av for hvilke SMM-samarbeidet har innebåret.

Tabell 5: Prosent av respondentene som oppgir ulike tiltak sprunget ut av SMM-samarbeidet

Typer tiltak	Prosent	N
Tiltak knyttet til trosopplæring/diakoni	75,0	24
Regelmessige ofringer til fast misjonsorganisasjon	90,9	22
Regelmessige ofringer til flere misjonsorganisasjoner	85,0	20
Særskilte misjonsgudstjenester	77,3	22
Dialog eller møter med representant for misjonsorganisasjon, menighetsmedlemmer deltar på lederutvikling	39,1	23

Av de tiltakene som det ble spurt om i spørreskjemaet, er det regelmessige ofringer til en fast misjonsorganisasjon som blir nevnt av flest respondenter. Det er naturlig å tro at dette dreier seg om den (ene) misjonsorganisasjonen som avtalen mellom menighet og organisasjon omfatter. Ellers er det verdt å merke seg at tre firedeler av respondentene nevner at tiltak knyttet til trosopplæring og diakoni har sprunget ut av SMM-samarbeidet. Det tilsier at samarbeidet har hatt virkninger for menighetsarbeidet mer allment, slik respondentene fra misjonsorganisasjonene oppfatter det.

Men erfarer misjonsorganisasjonene mer eksplisitt at SMM-samarbeidet har økt engasjementet for misjon i menighetene de samarbeider med? Svarfordelingen på det spørsmålet er vist i tabell 24:

Tabell 6: I hvilken grad respondentene mener at SMM-samarbeidet har økt misjonsengasjementet i samarbeidsmenighetene

Vurdering av misjonsengasjementet	Frekvens	Prosent
1 – i svært liten grad	1	4,2
2	4	16,7
3	12	50,0
4	6	25,0
5 – i svært stor grad	1	4,2
Total	24	100,0
Ubesvart	1	
I alt	25	

Totalt sett mener misjonsorganisasjonene ved sine respondenter at SMM-samarbeidet til en viss grad har økt misjonsengasjementet i menighetene de har samarbeidet med. Halvparten av respondentene krysser av for midtverdien på skalaen, og noen flere gir skår 4 enn skår 2. Det er interessant å merke seg at om vi ser på vurderingene ut fra hvilket nivå i organisasjonen respondentene er knyttet til, finner vi at holdningene eller vurderingene er litt mer positive hos dem som er knyttet til sentralnivået, enn hos dem som har sin stilling på regionalnivået. Kan hende er det slik at de som arbeider på regionalt nivå, har nærmere kontakt med «grasrota», det vil si menighetene, enn sentralnivået har, og derfor bedre kjennskap til den faktiske situasjonen.

Respondentene ble også spurt om i hvilken grad de kjenner til SMM-samarbeidet på regionalt nivå, og hvordan de opplever kontakten mellom den regionale gruppa og menighetene. Tre firedeler av respondentene ga uttrykk for at de kjenner godt til det regionale samarbeidet (skår 4 og 5). Når det gjaldt deres vurdering av kontakten mellom den regionale gruppa og menighetene, var resultatet mindre positivt. Svarfordelingen er vist i tabell 25:

Tabell 7: Hvor god respondentene opplever kontakten mellom det regionale SMM-utvalget og menighetene

Vurdering av kontakten mellom regionalt nivå og menighetene	Frekvens	Prosent
1 – i svært liten grad	0	0
2	2	9,1
3	14	63,6
4	5	22,7
5 – i svært stor grad	1	4,5
Total	22	100,0
Ubesvart	3	
I alt	25	

Nesten to tredeler av respondentene opplever kontakten mellom det regionale SMM-utvalget og menighetene som «midt på treet». I dette tilfellet er det liten forskjell mellom vurderingene fra dem som er tilknyttet sentralt nivå og regionalt nivå i organisasjonene. De aller fleste respondentene har besøkt menighet(en) deres organisasjon har avtale med, men besøk skjer ikke ofte, og det skjer sporadisk (svarer noe mer enn tre firedeler av respondentene). Men totalt sett, hvordan vurderer misjonsorganisasjonene samarbeidet mellom dem og kirken eller menighet(en) de har avtale med? Svarfordelingen er vist i tabell 26:

Tabell 8: *Hvordan respondentene vurderer samarbeidet mellom organisasjon og menighet(er)*

Vurdering av samarbeidet organisasjon–avtalemenghet(er)	Frekvens	Prosent
1 – lite godt	0	0
2	0	0
3	11	47,8
4	9	39,1
5 – svært godt	3	13,0
Total	23	100,0
Ubesvart	2	
I alt	25	

Nesten halvparten av respondentene svarer at samarbeidet har vært middels godt. Ingen gir lavere skår enn 3, og noen vurderer altså at samarbeidet har vært svært godt. For dette spørsmålet er svarfordelingen fra sentralt ansatte og regionalt tilknyttede personer signifikant forskjellig. Svarfordelingene er vist i følgende tabell:

Tabell 9: *Hvordan respondentene vurderer samarbeidet mellom organisasjon og menighet(er), etter nivå i organisasjonen. Tall i prosent*

Vurdering av samarbeidet organisasjon–avtalemenghet(er)	Sentralt nivå	Regionalt nivå
1 – lite godt	0	0
2	0	0
3	18,2	75,0
4	54,5	25,0
5 – svært godt	27,3	0
Total	100,0	100,0
N	11	12

På tilsvarende måte som ovenfor ser vi at personer som har arbeidet sitt på regionalt nivå, er mer kritiske i sine vurderinger av samarbeidet enn personer på sentralt nivå. Det kan henge sammen med at den første gruppa står nærmere menighetene enn den siste, og opplever mer direkte – og uformidlet – den reelle situasjonen.

På spørsmål om hva respondentene vurderte som styrker og forbedringspotensial ved SMM-ordningen, har vi sammenfattet svarene på følgende måte:

Tabell 28: Misjonsorganisasjonenes vurdering av styrker og forbedringspotensial ved SMM

Styrke	Forbedringspotensial
Knytter kirke og misjon sammen på en god måte; øker bevisstheten om misjon i menighetene, at misjon er en del av kirkens vesen; det skaper samhørighet, og gjør det legitimt for organisasjonene å nærme seg enkeltmenigheter. SMM bidrar med internasjonalt og økumenisk perspektiv i menighetene og til bedre forståelse av «kirker og samfunn i utlandet som partnere/søsken», dvs. som likeverdige partnere.	Det blir uttrykt ønske om å få utviklet noen konsepter som organisasjoner og kirken gikk sammen om for å formidle misjon. Det blir uttrykt at menighetene selv må ta mer ansvar for misjonsengasjementet slik at samarbeidet ikke innebærer «organisasjonenes menighetsengasjement, men menighetenes misjonsengasjement». For å styrke engasjementet blir det uttrykt behov for å få utarbeidet materiell som kan brukes i trosopplæring og konfirmantarbeidet, og materiell som kan brukes i gudstjenestene, f.eks. i bønner. Som et annet forbedringstiltak er det de som mener at informasjonsflyten mellom SMM-organene, misjonsrådgivere og organisasjonene bør bli bedre. Når det gjelder selve misjonsrådgiverstillingen, så fungerer ikke den optimalt; til det avhenger altfor mye av de lokale forholdene. Det betyr at den noen steder fungerer svært bra, andre steder er rådgiveren nærmest fraværende. Dette kan bl.a. henge sammen med at stillingen ofte har blitt nedprioritert på bispedømmekontorene, eller at funksjonen har blitt hengt på som en liten delfunksjon i andre stillinger. En av organisasjonene hevder at det å gi de små organisasjonene større mulighet for å få til samarbeidsavtaler med menigheter, er et viktig forbedringspotensial.

5.4 Den norske kirke – menighetene

I alt mottok vi 294 utfylte svarskjemaer fra personer knyttet til menighetsnivået, som i denne sammenhengen omfatter proster, prester, kirkeverger og alle stillinger som hører inn under kirkevergene. Respondentene fordelte seg på følgende måte på stilling i Den norske kirke:

Tabell 29: Fordeling av respondentene på menighetsnivået etter stilling

Stilling	Frekvens	Prosent
Daglig leder i menighet	13	4,5
Diakon	15	5,2
FR-leder	13	4,5
Kantor	13	4,5
Kateket	19	6,6
Kirkeverge/daglig leder i ettsoknskommune	82	28,3

MR-leder	46	15,9
Prost	5	1,7
Sokneprest/kapellan	84	29,0
Total	290	100,0
Ubesvart	4	
I alt	294	

Det går fram av tabellen at det er to store stillingskategorier med denne kategoriseringen: kirkeverger/daglige ledere og sokneprester/kapellaner. Til sammen utgjør de to kategoriene vel 57 % av alle som svarte. Det betyr i sin konsekvens at de statistiske fordelingene som vi har brukt i analysen av data, vil være sterkt preget av akkurat disse to kategoriene om vi ikke nyanserer analysene. Det vil vi gjøre ved å forenkle stillingsskjemaet slik at vi får færre stillingskategorier enn i tabell 29, noe som gjør det lettere å undersøke hvordan stilling påvirker svarfordelingene.

Tabell 30: Fordeling av respondentene på menighetsnivået etter et forenklet stillingsskjema

Stilling	Frekvens	Prosent
Kirkeverge/daglig leder	95	32,8
Annen stilling i menighet	47	16,2
FR-/MR-leder	59	20,3
Prestestilling	89	30,7
Total	290	100,0
Ubesvart	4	
I alt	294	

Her dekker stillingstypen kirkeverge/daglig leder de opprinnelige «Daglig leder i menighet» og «Kirkeverge/daglig leder i ettsoknskommune». Stillingstypen «Annen stilling i menighet» omfatter stillingene diakon, kantor og kateket. Typen «Prestestilling» omfatter proster, sokneprester og kapellaner.

Med tilsvarende begrunnelse og på tilsvarende måte forenklet vi bispedømmene til en regional variabel slik det er vist i tabell 31 og 32.

Tabell 31: Fordeling av respondentene etter bispedømme

Bispedømme	Frekvens	Prosent
Agder og Telemark	43	14,6
Bjergvin	50	17,0
Borg	16	5,4
Hamar	21	7,1
Møre	20	6,8
Nidaros	23	7,8
Nord-Hålogaland	33	11,2
Oslo	7	2,4
Stavanger	27	9,2

Sør-Hålogaland	18	6,1
Tunsberg	36	12,2
Total	294	100,0

Tabell 31 viser at to av bispedømmene er sterkere representert i utvalget enn de andre. Det gjelder Agder og Telemark, og Bjørgvin. Det er verdt å merke seg at Oslo bare er representert med sju respondenter i utvalget. Undersøker vi hvem, det vil si hvilke stillingskategorier etter det forenklete skjemaet, som har svart på spørreundersøkelsen i de ulike bispedømmene, finner vi at i fire bispedømmer utgjorde personer i prestestilling mer enn 40 % av respondentene. Det gjaldt Agder og Telemark, Bjørgvin, Hamar og Tunsberg. I Hamar utgjorde personer i prestestilling hele 76 % av respondentene.

I tabell 32 har vi forenklet det geografisk-kirkelige skjemaet fra bispedømme til region.

Tabell 32: Fordeling av respondentene etter region

Region	Frekvens	Prosent
Østlandet	80	27,2
Sør- og Vestlandet	120	40,8
Midt-Norge	43	14,6
Nord-Norge	51	17,3
Total	294	100,0

Slik regionene er delt inn her, omfatter Østlandet Borg, Hamar, Oslo og Tunsberg. Sør- og Vestlandet omfatter Agder og Telemark, Bjørgvin og Stavanger. Bispedømmene Møre og Nidaros utgjør Midt-Norge, og de to Hålogaland-bispedømmene utgjør Nord-Norge. Vi vet at kirkegeografien også har sine kulturelle og religiøse sider. Det er også et argument for det forenklete skjemaet. Svarfordelingen er nok delvis et uttrykk for dette.

Respondentene ble spurt om det fantes en definert kontaktperson for SMM-samarbeidet på det nivået vedkommende arbeider, for eksempel en ansatt, en frivillig eller et rådsmedlem.

Tabell 33: Finnes det en definert kontaktperson for SMM-samarbeidet på det nivået vedkommende arbeider?

Finnes det kontaktperson?	Frekvens	Prosent
Ja	102	35,1
Nei	125	43,0
Vet ikke	64	22,0
Total	291	100,0
Ubesvart	3	
Total	294	

Tabellen viser at 43 % av respondentene svarte benektende på spørsmålet, og hele 22 % svarte at de ikke visste. Så kan vi spørre hva denne svarfordelingen forteller oss. Svarenheten

i denne delen av undersøkelsen er personer med organisatorisk tilknytning til menighetene. SMM-samarbeidet omfatter menigheter som enheter. Vi vet ikke hvor mange av svarerne som representerer samme menighet, og slik sett hvor mange menigheter som er representert i utvalget av respondenter. Tabellen sier heller ingenting om hva slags posisjon svarerne har i menighetene. Den relativt høye vet ikke-andelen kan kanskje reflektere posisjonen til svarerne i menighetene de representerer på den måten at vi ikke uten videre kan regne med at ikke alle personer i forskjellige posisjoner i menigheten er like godt informert og engasjert i SMM-samarbeidet. En måte å utdype funnet i tabell 33 på er å undersøke hvem, det vil si hvilke stillinger eller posisjoner i menighetene de er assosiert med, som svarer ja, nei eller vet ikke på spørsmålet om det finnes en definert kontaktperson for SMM-samarbeidet på det nivået vedkommende arbeider. Dette er gjort i tabell 34.

Tabell 34: Finnes det en definert kontaktperson for SMM-samarbeidet på det nivået vedkommende arbeider, f.eks. ansatt, frivillig, rådsmedlem? Tall i prosent

Fins det kontaktperson?	Ja	Nei	Vet ikke	Total
Kirkeverge/daglig leder	28,7	58,5	12,8	100,0
Annen stilling i menighet	28,3	26,1	45,7	100,0
FR-/MR-leder	49,2	37,3	13,6	100,0
Prestestilling	36,4	39,8	23,9	100,0
Total	35,2	43,2	21,6	100,0

Tabellen viser at i datamaterialet fra menighetene er kunnskapen om det er en definert kontaktperson for SMM-samarbeidet, svært forskjellig fra én kategori personer til en annen. På dette analysenivået er det tydelig at diakoner, kantorer og kateketer i langt mindre grad enn personer i andre posisjoner har slik kunnskap. Tabell 34 viser at kirkevergene / de daglige lederne og FR-/MR-lederne er de to posisjonene som i størst grad oppgir «at de vet», enten svaret er ja eller nei. Men igjen, vi vet ikke om svarmønsteret i tabellen primært har med posisjon å gjøre eller menighet, siden vi ikke har detaljert informasjon om svarerne. Det ville heller ikke være riktig å ha denne informasjonen ut fra forskningsetiske hensyn og personvern hensyn.

På spørsmål om det fins et eget utvalg eller gruppe til å ivareta SMM-samarbeidet i menighetene, svarer ca. to tredeler av dem som svarte, negativt. I den videre framstillingen vil vi stort sett presentere resultatene med referanse til stillingsgruppene eller regionene.

Er SMM-samarbeidet kjent i menighetene? Vi spurte i spørreskjemaet alle om i hvilken grad de mente samarbeidet var kjent blant menighetens ansatte, rådsmedlemmene og menighetens øvrige medlemmer. Resultatet er vist i tabell 35:

Tabell 35: I hvilken grad respondentene mente SMM-samarbeidet var kjent blant menighetens ansatte, rådsmedlemmene og menighetens øvrige medlemmer målt ved gjennomsnittsskårer – etter posisjon i menigheten

Posisjon	Ansatte	Råds- med- lemmer	Øvrige medlem- mer
Kirkeverge/daglig leder	3,01	2,91	2,33
Annen stilling i menighet	2,97	2,77	2,09
FR-/MR-leder	3,45	3,02	2,45
Prestestilling	3,08	2,74	2,41
Total	3,10	2,86	2,35

Det er flere interessante sider ved denne tabellen. For det første viser den at rådsledere har større tillit til at SMM-samarbeidet er kjent blant ansatte i menigheten, enn de andre gruppene har. Det er ganske stor forskjell på den tilliten de har til ansatte, og den tilliten de har til sine egne medlemmer, det vil si rådsmedlemmene. Det er påtakelig hvor stor forskjell det også er mellom tilliten til ansattes kjennskap blant rådsmedlemmene og de ulike gruppene ansattes tillit til hverandres kjennskap.

For det andre er det systematisk forskjell mellom gruppenes tillit til ansattes kjennskap, rådsmedlemmenes kjennskap og øvrige medlemmers kjennskap til SMM-samarbeidet. Det tydelige mønsteret i tabellen er at alle har større tillit til ansattes kjennskap enn til rådsmedlemmenes, og større tillit til disses kjennskap enn til øvrige medlemmers kjennskap.

Tallene i tabell 35 er basert på at «Vet ikke»-svarene er holdt utenfor. Ser vi spesielt på hvor stor del av de ulike stillingsgruppene som svarer at de ikke vet, på de tre spørsmålene om kjennskap, ser vi at det er en tendens til at usikkerheten («Vet ikke») er størst når de skal vurdere andre grupper enn sin egen. Mest påtakelig er det at hele 33 % av respondentene i «Annen stilling i menighet» gir uttrykk for at de ikke vet hvordan de skal vurdere rådsmedlemmene og deres kjennskap til SMM-samarbeidet.

Finnes det lokale grupper eller foreninger for misjon i menighetene? Av de 289 vi har svar fra, svarte vel to tredeler av respondentene som oppga et svar (som ikke var «Vet ikke»), at det fantes en eller flere slike grupper eller foreninger. Om det så fantes en samarbeidsavtale mellom arbeidsstedet og misjonsorganisasjon(er), var det litt ulike oppfatninger om blant de ulike stillingskategoriene. Resultatet er presentert i tabell 36:

Tabell 36: Finnes det en samarbeidsavtale mellom arbeidsstedet og SMM/misjonsorganisasjon(er)? Tall i prosent

Posisjon	Ja	Nei	Vet ikke	Total
Kirkeverge/daglig leder	56,0	30,8	13,2	100,0
Annen stilling i menighet	75,6	4,4	20,0	100,0
FR-/MR-leder	74,6	16,9	8,5	100,0
Prestestilling	81,8	11,4	6,8	100,0
Total	71,0	17,7	11,3	100,0

Tallene i tabellen er interessante. I alt svarte vel 70 % av respondentene at slik avtale fantes på arbeidsstedet. Men oppfatningene er mer delte når vi ser på stillingsgruppenes svar, og ikke minst sammenlikner svarene fra kirkevergene og prestene. Den siste kategorien er den mest «positive» i den forstand at prestene er den gruppa som i størst utstrekning svarer bekræftende på spørsmålet. De er også gruppene der usikkerhet om slik avtale finnes, er minst. Nesten omvendt er svarmønsteret hos kirkevergene/de daglige lederne. Bare vel halvparten gir klart uttrykk for at avtale finnes, men usikkerheten er klart større i denne gruppa enn hos prestene.

Som vi har vært inne på før, er det ikke gitt hvordan vi skal tolke svarmønstrene i tabellen, blant annet fordi vi ikke vet hvilke menigheter respondentene representerer. Det kan for eksempel være slik at svarfordelingene for de ulike stillingskategoriene er å forklare med at de ikke representerer de samme menighetene.

Har menigheten misjonsprosjekt gående – eller har menigheten hatt det tidligere? Mer enn 80 % av svarene ga positivt svar på spørsmålet, og bare 6 % svarte nei. Men som før varierer svarene noe gruppene imellom.

*Tabell 37: Har menigheten misjonsprosjekt gående – eller har menigheten hatt det tidligere?
Tall i prosent*

Posisjon	Ja, vi har prosjekt gående	Nei, men vi har tidligere hatt misjonsprosjekt	Nei	Total
Kirkeverge/daglig leder	75,5	7,4	17,0	100,0
Annen stilling i menighet	89,1	8,7	2,2	100,0
FR-/MR-leder	83,1	5,1	11,9	100,0
Prestestilling	94,2	3,5	2,3	100,0
Total	84,9	6,0	9,1	100,0

Den samme forskjellen i svarmønster som vi pekte på ovenfor, gjør seg gjeldene i denne sammenhengen. En forskjell fra tidligere er at diakonene, kateketene og kantorene er så bekræftende. Igjen er kirkevergene/de daglige lederne de som gir minst av «positive» svar. I denne sammenhengen får vi også stadfestet det vi har vist til tidligere, nemlig at menighetene i sine misjonsprosjekter primært og overveiende samarbeider med én bestemt misjonsorganisasjon. Det er alle stillingskategoriene enige om.

Når det gjelder tiltak som springer ut av samarbeidet mellom menighet og misjonsorganisasjon (SMM), ba vi respondentene ta stilling til om prosjektene omfatter tiltak av bestemte typer spesifisert nedenfor.

Tabell 38: Prosent av respondentene som oppga ulike tiltak sprunget ut av SMM-samarbeidet

Typer tiltak	Prosent	N
Tiltak knyttet til trosopplæring/diakoni	45,7	289
Regelmessige ofringer til fast misjonsorganisasjon	90,8	292
Regelmessige ofringer til flere misjonsorganisasjoner	74,4	289

Særskilte misjonsgudstjenester	53,3	291
Dialog eller møter med representant for misjonsorganisasjon, menighetsmedlemmer deltar på lederutvikling	34,2	292

Sammenlikner vi med svarene fra misjonsorganisasjonene, ser vi både likheter og forskjeller. Misjonsorganisasjonene har et bilde av at en større del av prosjektene omfatter tiltak knyttet til trosopplæring og diakoni, enn det menighetene gir uttrykk for. På den andre siden er rangeringen av hva slags typer tiltak samarbeidsprosjektene omfatter, nokså lik.

Ser vi på hvordan de forskjellige stillingskategoriene svarer, finner vi at de er nokså samstemte med unntak av vurderingen av i hvilken grad prosjektene omfatter tiltak nettopp knyttet til trosopplæring og diakoni. Svarfordelingene er vist i tabell 39:

Tabell 39: Stillingskategoriens svar på om samarbeidsprosjektene omfatter tiltak knyttet til trosopplæring og diakoni. Tall i prosent

	Ja	Nei	Total
Kirkeverge/daglig leder	37,2	62,8	100,0
Annen stilling i menighet	78,3	21,7	100,0
FR-/MR-leder	33,9	66,1	100,0
Prestestilling	46,0	54,0	100,0
Total	45,8	54,2	100,0

Når vi sammenlikner svarfordelingene til de ulike gruppene, er forskjellene store. Kanskje kan de være uttrykk for at gruppene forstår «trosopplæring og diakoni» på ulik måte. Den gruppa som skiller seg markant ut, er personene i «Annen stilling i menigheten», det vil si diakoner, kateketer og kantorer. For eksempel kan det godt være slik at diakonene jevnt over har en videre forståelse av diakoni enn de andre gruppene har, særlig om det er slik at de prosjektene det blir vist til i tabellen, er av noenlunde samme slag – men det er høyst uvisst, som vi har pekt på flere ganger.

Hva slags type engasjement var viktigst for respondentene eller menighetene i et misjonsprosjekt knyttet til SMM-samarbeidet? Svarfordelingen er presentert i tabell 40:

Tabell 40: Den viktigste typen engasjement for respondentene eller menighetene i et misjonsprosjekt knyttet til SMM-samarbeidet. Tall i prosent

	Bistand	Diakonale prosjekter	Menighets-utvikling	Evangelisering	Skole og utdanning	Total
Kirkeverge/daglig leder	20,0	37,8	14,4	10,0	17,8	100,0
Annen stilling i menighet	2,2	55,6	8,9	13,3	20,0	100,0
FR-/MR-leder	20,4	40,7	14,8	13,0	11,1	100,0
Prestestilling	11,8	47,1	17,6	15,3	8,2	100,0
Total	14,6	44,2	14,6	12,8	13,9	100,0

Som det går fram av tabellen, var prioriteringsprofilene noe ulike mellom stillingsgruppene. Men gjennomgående for alle gruppene var tendensen til å prioritere diakonale prosjekter. Naturlig nok ble dette særlig sterkt markert i gruppa «Annen stilling i menighet», som omfatter diakoner, kateketer og kantorer.

Nesten to tredeler av respondentene oppga at de hadde hatt besøk i menigheten av ansatte i organisasjonen(e) de hadde avtale med eller tiltak for. Det var stor grad av samsvar stillingskategoriene imellom om dette. Hyppigheten av besøk hos dem som har hatt dette, er vist i tabell 41:

Tabell 41: Hvor ofte menighetene har hatt besøk av ansatte fra misjonsorganisasjonen(e) de samarbeider med

Besøksfrekvens de siste årene	Frekvens	Prosent
Én enkelt gang	33	18,2
Sporadisk	61	33,7
Årlig	75	41,4
Flere ganger i året	12	6,6
Total	181	100,0

De 181 svarene viser at blant dem som oppga at menigheten hadde hatt besøk av ansatte i de relevante misjonsorganisasjonene, var det mest vanlige å ha besøk én gang i året eller sjeldnere. Et spørsmål er hva de ansatte i organisasjonene har ressurser og kapasitet til. Det kan tenkes at oftere besøk vil kunne bidra til større engasjement i menighetene.

Er SMM-samarbeidets tilbud kjent for menighetenes aktører? Respondentenes synspunkter er framstilt i tabell 42.

Tabell 42: I hvilken grad er SMM-samarbeidets tilbud er kjent for menigheten(e)s aktører?

Hvor godt tilbudet er kjent	Frekvens	Prosent
1 – i svært liten grad	55	19,0
2	72	24,8
3	102	35,2
4	49	16,9
5 – i svært stor grad	12	4,1
Total	290	100,0
Ubesvart	4	
I alt	294	

Svarfordelingen viser at respondentene jevnt over ikke tror tilbudet er godt kjent i menighetene, snarere tror de tilbudet er heller dårlig kjent. Det er liten forskjell i stillingsgruppenes synspunkter.

I forlengelsen av dette spørsmålet ble respondentene spurt om hvor godt de kjenner til SMM-samarbeidet på regionalt nivå. Svarene viste jevn fordeling fra «svært dårlig» til skår 4

(nærmest «svært god»), men få ville karakterisere kjennskapet sitt som «svært godt». Noenlunde samme svarfordeling fikk vi på spørsmålet om hvor god respondentene opplevde at kontakten er mellom den regionale gruppa og menigheten(e). Forskjellen var at i det siste tilfellet svarte nesten en tredel av respondentene at de ikke visste hva de skulle svare på spørsmålet. Det er et klart uttrykk for at kontakten kan bli tydeligere og bedre.

Et viktig spørsmål til menighetene er om de har erfart at samarbeidet innen rammen av SMM har økt engasjementet for misjon der? Svarfordelingen er vist i tabell 43:

Tabell 43: I hvilken grad har respondentene erfart at samarbeidet innenfor rammen av SMM har økt engasjementet for misjon i menigheten?

Vurdering av misjonsengasjementet	Frekvens	Prosent
1 – i svært liten grad	74	25,7
2	63	21,9
3	100	34,7
4	44	15,3
5 – i svært stor grad	7	2,4
Total	288	100,0
Ubesvart	6	
I alt	294	

Tabellen viser at respondentenes vurdering er at SMM-samarbeidet bare i middels stor grad har bidratt til å øke misjonsengasjementet i menighetene. Sammenlikner vi svarene fra de ulike stillingsgruppene, ser vi et mønster: Kirkevergene/de daglige lederne er mest skeptiske, det vil si har lavest gjennomsnittsskår på skalaen. Respondentene i prestestilling er de mest positive i sin vurdering.

Undersøker vi svarmønstrene i et regionalt perspektiv, finner vi at respondentene fra Nord-Norge har lavest gjennomsnittsskår, mens respondentene fra Sør- og Vestlandet har høyest skår. Det er heller ikke overraskende sett i lys av de kulturelle og religiøse forskjellene mellom de ulike delene av landet.

Totalt sett, hvordan vurderte respondentene samarbeidet mellom kirken/menighet og misjonsorganisasjonen(e) de har avtale med?

Tabell 44: Respondentenes vurdering av samarbeidet mellom kirken/menighet og misjonsorganisasjonen(e) de har avtale med

Vurdering av samarbeidet	Frekvens	Prosent
1 – svært dårlig	22	8,0
2	36	13,0
3	96	34,8
4	84	30,4
5 – svært godt	38	13,8
Total	276	100,0

Ubesvart	18	
I alt	294	

Svarene fordelte seg altså over hele den femdelte skalaen. Hovedtyngden var litt på den positive siden av midten. Den kan være relevant å sammenlikne med svarfordelingen på spørsmålet om i hvilken grad respondentene hadde erfart at samarbeidet innenfor rammen av SMM hadde økt engasjementet for misjon i menighetene (tabell 43). Respondentenes samlede, mer generelle vurdering av SMM-samarbeidet er i sin tendens mer positivt enn deres vurdering av samarbeidets virkning på engasjementet for misjon i menighetene.

Tabell 45: Respondentenes vurdering av samarbeidet mellom kirken/menighet og misjonsorganisasjonen(e) de har avtale med, etter stilling i menigheten

Posisjon	Gjennomsnittsskår	Frekvens
Kirkeverge/daglig leder	3,14	87
Annen stilling i menighet	3,36	44
FR-/MR-leder	3,27	56
Prestestilling	3,46	85
Total	3,30	272

Sammenlikner vi gjennomsnittsskåren for hver gruppe når det gjelder samlet vurdering av SMM-samarbeidet, finner vi et velkjent mønster. Kirkevergene og de daglige lederne er minst positive i gjennomsnitt, prostene og prestene de mest positive. Men forskjellene er store. For alle gruppene samlet gjelder at gjennomsnittsskåren er 3,3, det vil si litt over midt på skalaen, i fullt samsvar med konklusjonen fra svarfordelingen.

Det siste spørsmålet i skjemaet var hva respondentene vurderte som styrker og forbedringspotensial ved SMM-ordningen. Svarene har vi sammenfattet på følgende måte:

Tabell 46: Aktører i Den norske kirke sin vurdering av styrker og forbedringspotensialet ved SMM

Styrke	Forbedringspotensial
«Uten SMM hadde vi sannsynligvis ikke hatt misjonsavtale, og dermed enda mindre fokus på misjon.»	Det er forvirring om hva som er SMM, og hva som er menighetenes egen kontakt og samarbeid med misjonsorganisasjoner. Noen opplever SMM som et forstyrrende mellomledd. Menighetens prosjekt bør ikke konkurrere med et aktivt misjonsarbeid drevet av misjonsorganisasjonene. Ellers er det ønske om å ha en mer fast struktur rundt informasjon om SMM og opplæring til nye ansatte og menighetsråd.
Ordningen bidrar til at Den norske kirke får et aktivt forhold til arbeidet som gjøres gjennom de ulike organisasjonene, og at misjon er et kjerneområde i menighetens liv. De får fram mangfoldet av misjonsorganisasjoner, og deres ulike arbeidsmåter. Misjon kommer på dagsordenen – skaper engasjement og et mer personlig forhold til misjon. Det er en styrke at de som	Men SMM-arbeidet kan også være nokså avhengig av den lokale misjonsrådgiveren som person. Det er spørsmål om kvalifikasjoner og krav til slike. F.eks. vil stor variasjon i misjonsrådgivernes eget misjonssyn kunne svekke kompetansen og dermed troverdigheten til SMM. Kontakten mellom misjonsorganisasjonene og menighetene kan bli bedre. Det etterlyses mer personlig kontakt fra

<p>jobber med dette, ser at det nytter det de holder på med og «gir avkastning i vid forstand». Fast gjennomarbeidet avtale styrker engasjementet. SMM med kontakt med misjonsorganisasjonene bidrar til å åpne for omtanke og ansvar for mennesker under andre livsvilkår og der forkynning står svakt. SMM minner menighetene på at de skal drive misjon, fungerer som en «vaktbikkje». Fra kontakten med den verdensvide kirken kan det være inspirasjon å hente til menighetsutvikling også i Norge. Når det spesielt gjelder det regionale nivået, er det bra å ha en på bispedømmekontoret som har helhetlig og faglig fokus på misjon.</p>	<p>organisasjonenes side, og mer av tilbakemelding om hvordan det går med prosjektene menighetene støtter, noe som vil kunne spore til større engasjement og giverglede lokalt. Det blir også etterlyst en mer offensiv holdning fra organisasjonenes side, at de ikke bare avventer forespørsler fra menighetene. Organisasjonene er for passive og gir for lite av tilbakemeldinger. De kan ringe til menigheten, invitere seg selv til gudstjenester, inspirasjonskvelder og liknende. SMM virker lite synlig lokalt. For å bedre det lar det seg gjøre f.eks. å bruke menighetsblad for jevnlig oppdatering av misjonsprosjekt og misjon generelt. Der noen i menighetene har besøkt eller vært ansatt/engasjert i misjonen, er det større effekt. Det kan også være tale om hva organisasjonene formidler på det regionale nivået, og hva som tilflyter menighetsnivået. Regionnivået føles litt langt unna for menighetene, og kan være en bremse for informasjonsflyten til menighetene. På den andre siden etterlyses også mer engasjement fra menighetsrådene. Det er en utfordring å få engasjert nye, yngre folk som «bare er medlem av kirka». Organisasjonene kan også være flinkere til å tilby et opplegg for ungdom: lederkurs, være til stede på leirer som menigheten arrangerer, bruke ressurser på å bidra aktivt i ungdomsarbeidet i menigheten</p>
---	--

5.5 Sammenfatning av resultatene i spørreundersøkelsene

Her vil vi kort sammenfatte resultatene av den kvantitative undersøkelsen med utgangspunkt i noen av spørsmålene undersøkelsen var ment å svare på.

1. Finnes det en definert kontaktperson for SMM-samarbeidet på det nivået vedkommende arbeider? Spørsmålet er bare aktuelt å svare på for menighetsnivået. Noe mindre enn halvparten av respondentene svarte benektende på spørsmålet, og så mye som mellom en femdel og en firedel svarte at de ikke visste. I datamaterialet fra menighetene er kunnskapen svært forskjellig fra stillingstype til stillingstype. Det er tydelig at diakoner, kantorer og kateketer i langt mindre grad enn personer i andre posisjoner har slik kunnskap.
2. Hvilke tiltak springer ut av SMM-samarbeidet?
Flest tiltak gjelder trosopplæring og diakoni. Misjonsorganisasjonene har et bilde av at en større del av prosjektene omfatter tiltak knyttet til dette feltet enn det menighetene gir uttrykk for. På den andre siden er rangeringen av hva slags typer tiltak samarbeidsprosjektene omfatter, nokså lik: Av de tiltakene som det ble spurt om i spørreskjemaet, er det regelmessige ofringer til en fast misjonsorganisasjon som blir nevnt av flest respondenter.
3. Hvor lang varighet hadde prosjektene i SMM-samarbeidet?
Organisasjonene og menighetene er enige om at de fleste prosjektene er langvarige.
4. I hvilken grad har samarbeidet innen rammen av SMM økt engasjementet for misjon i menighetene?
Totalt sett mener både menighetsnivået og misjonsorganisasjonene at SMM-samarbeidet til en viss grad har økt misjonsengasjementet i menighetene de har samarbeidet med. Det er interessant å merke seg at om vi ser på vurderingene ut fra hvilket nivå i organisasjonen respondentene er knyttet til, finner vi at holdningene eller vurderingene er litt mer positive

hos dem som er knyttet til sentralnivået, enn hos dem som har sin stilling på regionalnivået.

5. I hvilken grad mener informantene at SMM-samarbeidets tilbud er kjent for menighetenes aktører?

Respondentene på menighetsnivået svarer jevnt over at de ikke tror tilbudet er godt kjent i menighetene, snarere tror de tilbudet er heller dårlig kjent.

6. Har menighetene hatt besøk av ansatte i misjonsorganisasjonene de har avtale med og/eller tiltak for?

Nesten to tredeler av respondentene oppga at de hadde hatt besøk i menigheten av ansatte i organisasjon(e) de hadde avtale med eller tiltak for.

7. Hva slags type engasjement har vært viktigst for respondentene i et misjonsprosjekt knyttet til SMM-samarbeidet?

På menighetsnivået er prioriteringsprofilene noe ulike mellom stillingsgruppene. Men en gjennomgående tendens for alle gruppene er tendensen til å prioritere diakonale prosjekter. Spørsmålet ble også stilt på bispedømmenivå. Deres førsteprioritering var også diakoni, med menighetsutvikling på andre plass.

8. Totalt sett, hvordan blir samarbeidet mellom kirken/menighet og misjonsorganisasjonene vurdert av respondentene?

På bispedømmenivået vurderte over halvparten samarbeidet som «midt på treet».

Hovedtendensen i svarene er således at det har vært «passe godt» eller litt bedre enn passe. Det betyr at det er forbedringsmuligheter. Nesten halvparten av respondentene fra misjonsorganisasjonene svarer at samarbeidet har vært middels godt. Ingen gir lavere skår, og noen vurderer at samarbeidet har vært svært godt. Personer som har arbeidet sitt på regionalt nivå, er mer kritiske i sine vurderinger av samarbeidet enn personer på sentralt nivå, ifølge tallene som foreligger. For menighetsnivåets del fordelte svarene seg over hele den femdelte skalaen, men hovedtyngden var litt på den positive siden av midten. Alt i alt samsvarer vurderingen gjort av de tre gruppene relativt godt. Hovedinntrykket er at samarbeidet fungerer «passe godt» eller «litt over middels». Det er altså muligheter for forbedringer.

Kapittel 6 Oppsummerende drøfting

Overordnet viser denne evalueringen at Samarbeid menighet og misjon (SMM) har fungert som en verdifull plattform for samarbeid, nettverksbygging og informasjonsutveksling mellom Den norske kirke (DNK) og de sju misjonsorganisasjonene som deltar i samarbeidet. Ordningen representerer en institusjonalisering av misjon i DNK. SMM har bidratt til å skape og opprettholde fokus på kirken som misjonerende, og tilrettelagt for misjonsengasjement på kirkens sentrale, regionale og lokale nivåer. I særlig grad fungerer SMM som en viktig plattform i de deler av landet der misjonsorganisasjonenes tilstedeværelse er svak, og for de organisasjoner som tradisjonelt ikke har hatt eget foreningsarbeid. Det er vanskelig å tenke seg et omfattende misjonsengasjement i menighetene uten SMM-plattformen.

En analyse av det innsamlede materialet har som resultat det som kategoriseres i en del hovedfunn og områder som trenger mer oppmerksomhet. Vi presenterer en tematisk drøfting på basis av analysene i de foregående kapitlene. Hvert tema som drøftes, munner ut i konkrete utfordringer og anbefalinger.

6.1 Oppdragsforståelse og misjonsforståelse

SMM har i sin 25-årige historie forvaltet formålet på en god måte – hensikten med samarbeidet har hele tiden vært å virkeliggjøre menighetenes misjonsoppdrag og styrke misjonsengasjementet i DNKs menigheter. Slik sett uttrykker SMMs visjon kontinuitet over denne perioden: «Misjonerende menigheter – der evangeliet frigjør og utrunder mennesker til å dele troen gjennom nærvær, handling og ord, lokalt og globalt.» Denne visjonen viser kjernen i begrepet helhetlig misjon. Både diakoni, evangelisering, menighetsbygging og dialog trekkes fram som uttrykk for helhetlig misjon. Dokumentanalysen og intervjuundersøkelsen viser at denne misjonsforståelsen er utbredt og innarbeidet på alle nivåer i Den norske kirke. SMM har vært en viktig premissleverandør for denne forståelsen, som har preget planverk både på sentralt, regionalt og lokalt nivå.

SMM er viktig for DNK fordi misjon er en del av kirkens oppdrag. SMM er viktig for organisasjonene som plattform for å bevisstgjøre om misjon på kirkelige arenaer, i form av misjonsavtaler og økonomi. SMM har legitimert misjon i DNK. Det overordnede målet er å få mer misjon ut i menighetene og bidra til at misjon blir en integrert del av menighetenes arbeid. I noen grad synes SMM også å legitimere de deltakende organisasjonene overfor menighetene. Undersøkelsen tydeliggjør viktigheten av å sette misjon på dagsordenen på alle nivåer i kirken og drøfte hvilke konsekvenser det gir i satsinger på tiltak og økonomiske rammer. Det kan diskuteres om en enhetlig forståelse av misjon er mulig i en nettverksstruktur som består av Den norske kirke og sju misjonsorganisasjoner. SMM fungerer som en paraply eller felles arena. Man kan derfor forvente et stort mangfold. Samlet sett viser funnene en relativt stor enighet om en mer prinsipiell overordnet forståelse av misjon, men mer mangfold i hva som skal vektlegges, og hva slags aktiviteter og prosjekter som skal prioriteres.

Det kan innvendes at helhetlig misjon har et høyt abstraksjonsnivå og tilsvarende lite detaljnivå. Det åpner for en rekke fortolkninger og definisjoner av begrepet. Et vidt og mangfoldig misjonsbegrep synes å ha vært et bevisst valg av flere hensyn. På den ene siden

kan det begrunnes i økumeniske samtaler og partnerskap med kirker i det globale sør. På den andre siden viser data i denne evalueringen at misjonsbegrepet har vært til dels krevende å kommunisere i dagens norske samfunn. Misjon kan forbindes med kulturimperialisme og dermed gi negative assosiasjoner ut fra eksisterende fordommer. SMM omtales av flere deltakere i undersøkelsen som et fortolkningsarbeid som fremmer en ny – og samtidig bibelsk basert – forståelse av hva misjon egentlig er. Mens dokumentene viser en helhetlig misjonsforståelse som inkorporerer flere elementer, viser misjonsforståelsen i menighetene at diakonien er det sentrale elementet. Det understøttes av misjonsprosjektene profil, som ofte er diakonale. Evalueringen indikerer at forståelsen av misjon har endret seg i retning av å bli mangfoldig. Misjon forstås som ytre misjon, altså å støtte tiltak i utlandet, fortrinnsvis i det globale sør. I høy grad forstås misjon som det å dele tro mellom kristne kirker i ulike land, framfor tradisjonell evangelisering overfor unådde og tradisjonelle menighetsbyggende tiltak.

Det er en utbredt oppfatning blant deltakerne i intervjuundersøkelsen at det trengs mer fokus på misjon i DNK. Misjonsorganisasjonene, slik det uttrykkes i de regionale SMM-utvalgene, er bekymret for at misjon er i ferd med å underordnes et større diakonibegrep. Dette står i en viss spenning til et økumenisk misjonsbegrep, hvor misjon består av diakoni og evangelisering. Det er når misjon blir sett i sammenheng med rettferdighet, klima og diakoni at det gir mening for respondentene på menighetsnivå i undersøkelsen. Misjon blir ikke oppfattet som tradisjonell evangelisering, men å dele tro i betydningen «utveksling». Samtidig støtter menighetene organisasjoner som både direkte og indirekte driver med evangelisering og kirkebygging. Det pekes på at ordet «misjon» kan erstattes med det engelske «mission», som betyr oppdrag (jf. trosopplæringskonferansen 2019 som hadde «Oppdrag» som hovedtema). Det erkjennes at misjon er et presset begrep, særlig utenom kirkelige kretser, men også delvis i menigheter. SMM sin misjonsforståelse – dele troen gjennom nærvær, handling og ord, lokalt og globalt – synes å være samlende, men vektleggingen er ulik mellom informantene. Flere informanter påpeker at misjon er sikret innpass i «folkekirkeland» gjennom SMM, mens misjonsorganisasjonene bygger ned sitt eget arbeid flere steder.

Det sentrale SMM-rådet anses av aktørene som en strategisk viktig drøftingsarena for misjonsorganisasjonene i kontakt med ledelsen i DNK. Evalueringen viser at særlig SMM-rådet er et viktig forum for missiologi. Dette representerer en ressurs både for misjonsorganisasjonene og for DNK. Det er et potensial for at alle samarbeidspartnere som inngår i SMM benytter seg mer aktivt av den samlede kompetansen i SMM-rådet. Dette vil ikke minst være av betydning for den sentrale ledelsen i DNK, både de sentralkirkelige råd, Kirkemøtet og Bispemøtet.

Selv om dokumentanalysen påviser at helhetlig misjon er innarbeidet som en intensjon, viser intervjuundersøkelsen at intensjonen ikke er fulgt opp på samme måte. Mens kirkelige dokumenter plasserer misjon sentralt i DNK, påpeker flere deltakere i intervjuundersøkelsen at misjon i mindre grad blir fulgt opp av ledelsen i DNK. Gjennomgangen av årsrapporter for DNK viser en svekket tydeliggjøring av misjon som tema. De opplever at misjon ikke når opp på den kirkelige dagsordenen. Det innvendes at misjon er blitt en salderingspost og en underkategori til diakoni. De begrunner dette med at det hefter en del fordommer ved en tradisjonell misjonsforståelse, og dels med at flere temaer konkurrerer om oppmerksomheten.

Dette funnet blir også støttet av at misjon ser ut til å få en mindre synlig rolle i nyere og sentrale dokumenter i DNK. Hvorvidt dette skyldes tilfeldigheter eller er en intendert utvikling, ligger utenfor denne evalueringens mandat å vurdere.

Det oppleves vanskelig for SMM-strukturen å holde misjon levende i kirkens bevissthet. Dette må stadig minnes om. Det er lite invitasjoner til organisasjonene; de må hele tiden stå på for å få satt misjon på dagsordenen. Det er en opplevelse av at kirkens organer, Kirkerådet og biskopene ikke prioriterer misjon høyt nok til å sette av tid til dette. Fra organisasjonene ønsker en å kreve mer av DNK i SMM-samarbeidet.

Gitt at misjon var et sentralt tema på Kirkemøtet i 2005 og i 2012, synes tiden å være moden for å gjenoppta misjon i den sammenhengen. Denne evalueringen indikerer at representanter fra alle nivåer i SMM-ordningen etterspør en tydeligere oppmerksomhet fra personer i sentrale lederposisjoner i DNK, inkludert biskopene.

Vi anbefaler at DNK initierer samtaler om misjon på alle nivåer i DNK og drøfter hvordan dette er forpliktende for kirkens ledere. Videre anbefaler vi at SMM initierer og opprettholder en teologisk refleksjon og dialog mellom DNK og misjonsorganisasjonene om misjon med særlig henblikk på misjonerende kirke og misjonale menigheter. Misjon bør være en fast og synlig del av DNK såringsrapportering.

6.2 Potensial for vekst og utvikling

Fra et menighetsperspektiv er SMM som ordning svært lite kjent utover menighetens misjonsprosjekt, som derimot er kjent i menighetene. Dette kan være paradoksalt, men samtidig har SMM vært et redskap for å tilrettelegge for misjonsengasjement og med en misjonsavtale som den mest synlige manifestasjonen. SMMs identitet er i høy grad å være en arena og et bindeledd mellom andre aktører. Det kan diskuteres hvorvidt det er et poeng at SMM som struktur skal være kjent for ulike aktører, eller om det først og fremst er et koordineringsorgan mellom kirke og misjonsorganisasjoner. Det kan tenkes at et sterkt fokus på SMM som sådan kan svekke både kirken og misjonsorganisasjonene. Dette kan representere et dilemma.

De kvantitative delstudiene viser at noe over halvparten av respondentene svarte benektende på, eller ikke visste, om det finnes en definert kontaktperson for SMM-samarbeidet på det nivået vedkommende arbeider. Respondentene på menighetsnivået svarer jevnt over at de ikke tror tilbudet er godt kjent i menighetene. Nesten to tredeler av respondentene oppga at de hadde hatt besøk i menigheten av ansatte i organisasjonen(e) de hadde avtale med eller tiltak for. På menighetsnivået er prioriteringsprofilene noe ulike mellom stillingsgruppene. Men en gjennomgående tendens for alle gruppene er tendensen til å prioritere diakonale prosjekter. Spørsmålet ble også stilt på bispedømmenivå. Deres førsteprioritering var også diakoni, med menighetsutvikling på andreplassen.

Det siste punktet i spørreundersøkelsene angår hvordan samarbeidet mellom kirken/menighet og misjonsorganisasjonene totalt sett blir vurdert av respondentene. På bispedømmenivået vurderte over halvparten samarbeidet som «midt på treet». Hovedtendensen i svarene er således at det har vært «passe godt» eller litt bedre enn passe. Det betyr at det er forbedringsmuligheter. Nesten halvparten av respondentene fra misjonsorganisasjonene svarer

at samarbeidet har vært middels godt. Ingen gir lavere skår, og noen vurderer at samarbeidet har vært svært godt. Personer som har arbeidet sitt på regionalt nivå, er mer kritiske i sine vurderinger av samarbeidet enn personer på sentralt nivå. For menighetsnivåets del fordelte svarene seg over hele den femdelte skalaen, med hovedtyngden litt inn på den positive siden.

Det synes som utslaget av misjonsengasjement primært avhenger av lokale ildsjeler og kirkeansattes velvilje og medvirkning. Misjonsprosjekter som engasjerer, synes å ha til felles at de er konkrete, lar seg kommunisere og har en diakonal profil. Det synes viktig at det etableres et eierforhold til prosjektet. Nyhetsbrev og oppdateringer, gjerne supplert med besøk begge veier, nevnes av intervjupersonene som suksesskriterier. Misjonsengasjement kan i noen grad stimuleres, men synes å vokse fram nedenfra. Det er et særlig ansvar for kirkelig ansatte å bidra til å skape gode vekstvilkår for et slikt engasjement. Det kan også synliggjøres i gudstjenester gjennom takkoffer med informasjon, kirkebønn og forkynnelse. Casemenighetene i denne evalueringen viser også eksempler på at misjonsprosjektet tematiseres i trosopplæring, konfirmantarbeid og diakonalt arbeid.

Når det gjelder tiltakene som springer ut av SMM, er dette primært regelmessige ofringer til en fast misjonsorganisasjon. Misjonsorganisasjonene har et bilde av at en større del av prosjektene omfatter tiltak knyttet til trosopplæring og diakoni enn det menighetene gir uttrykk for. Det synes å være et potensial for å integrere misjonsperspektivet mer i trosopplæringen. Videre peker både organisasjonene og menighetene på at de fleste prosjektene er langvarige. Det kan styrke eierskapet og misjonsengasjementet. Totalt sett mener både menighetsnivået og misjonsorganisasjonene at SMM-samarbeidet til en viss grad har økt misjonsengasjementet i menighetene de har samarbeidet med. Det er interessant å merke seg at om vi ser på vurderingene ut fra hvilket nivå i organisasjonen respondentene er knyttet til, finner vi at holdningene eller vurderingene er litt mer positive hos dem som er knyttet til sentralnivået, enn hos dem som har sin stilling på regionalnivået. Det kan skyldes at de som befinner seg på regionalnivået, har bedre kontakt med menighetsnivået og derfor en mer realistisk vurdering av forholdene der enn de som har stilling på sentralnivået.

Den mest synlige effekten av SMM er at over 80 % av norske menigheter i DNK har misjonsavtale og støtter et misjonsprosjekt gjennom en av organisasjonene. Dette antallet representerer en vesentlig vekst over få år. Samtidig gjenstår 20 % av menighetene.

Evalueringens data antyder også at det er mange misjonsprosjekter som verken genererer særlig mye engasjement eller innsamling av økonomiske midler. «Sovende» misjonsavtaler er en utfordring for partene i SMM. Dette er en helt sentral utfordring som berører flere forhold. For det første er det viktig at misjonsorganisasjonene følger opp de avtaler som faktisk er inngått. Dette vil ofte innebære initiativ og kontaktskapende virksomhet overfor menigheten. For det andre mener vi det er avgjørende at misjon tematiseres overfor kirkelig ansatte og dem som har arbeidsgiveransvar lokalt i kirken.

Mange informanter framhever prestene som sentrale for å få et engasjement for misjon i lokalmenighetene. Dette synes å være en strukturell konsekvens av regional organisering og ansvarsforankring på bispedømmeplan, der kommunikasjonslinjene i stor grad går fra SMM sentralt og regionalt til prestene gjennom proster og prostisamlinger. Dette bør følges opp og

intensiveres, særlig fra misjonsrådgiiverne. Er tiden inne for en sterkere satsing også i menighetsråds- og fellestrådlinjen, der arbeidsgiveransvaret for de fleste i lokalmenighetenes staber ligger? Det er viktig å få fellestråd og menighetsråd mer på banen. Bør en ha samlinger for større enheter lokalt, eksempelvis på prostnivå slik at en når flere ved besøk? Bør det være spesialisering på hvert nivå eller et samlet ressurscenter?

Et av SMM sine strategiske mål for 2019–2020 er å «utvikle og etablere felles arenaer og verktøy for læring, inspirasjon og utrustning til misjon gjennom samarbeid mellom organisasjonene og menighetene». Vi anbefaler en økt satsing på dette, og at partene avklarer ansvarsforhold slik at ikke dette anliggendet faller mellom to stoler. Misjonsorganisasjonene har vist en tendens til å bygge ned regionalt engasjement til fordel for sentralisering. Det taler for at DNK i framtiden vil måtte ta et større ansvar for misjon som del av sitt oppdrag. Nedbyggingen henger sammen med reduserte økonomiske ressurser og personalressurser, hvilket i noen grad gir mindre ressurser til å følge opp menighetenes misjonsavtaler.

SMM-strukturen er slik at lokale ad hoc-prosjekter vanskelig lar seg fange opp. Lokale prosjekter utenom SMM-sammenheng er gjerne igangsatt av ildsjeler som har vært på reise eller responderer på en samtidig situasjon. Denne type prosjekt synes å øke i omfang. Hvordan er det mulig å få dette inn i strukturen, samtidig som man er klar over at ad hoc-prosjekter, eksempelvis en barnehjeminnsamling, er sårbare? Støtter man et ad hoc-prosjekt, vet man ikke om pengene kommer fram. Det blir gitt uttrykk for at SMM er et kvalitetsstempel, noe menighetene stoler på. Prosjekter utenom SMM kan skape utfordringer for SMM-samarbeidet. SMM er en kvalitetssikrer. SMM medfører også en type forpliktelse som man ønsker å ivareta lokalt. I dette ligger også signaler om at i samme grad som organisasjonene distanserer seg fra kirken, vil det kunne svekke den legitimitet og det samarbeid som ligger i SMM-plattformen.

Vi anbefaler at SMM intensiverer arbeidet for å oppnå målet om at alle menigheter i DNK har misjonsavtale, og at avtalene blir fulgt opp av organisasjonene. Det vil kunne utarbeides retningslinjer for oppfølging av avtaler. SMM bør intensivere sitt arbeid både overfor embetslinjen og fellestrådlinjen. Samtidig anbefaler vi økt satsing på å fremme SMMs strategiske mål om «å utvikle og etablere felles arenaer og verktøy for læring, inspirasjon og utrustning til misjon». SMM bør oppfordre til flerårige prosjekter, samtidig som det bør vurderes om og hvordan ad hoc-prosjekter kan tilbys gjennom SMM.

6.3 Strukturelle endringer

Funnene viser stor grad av positive erfaringer og vurderinger av det organisatoriske ved SMM. Flere framhever betydningen av daglig leder som drivkraft og inspirator, ikke minst i relasjon til misjonsrådgiiverne, SMM-rådet og de sentralkirkelige organer. Analysen påviser få klare synspunkter på hva som kan være en mer tjenlig organisering av SMM. Stort sett har de strukturelle forhold fungert bra, og mangelen på alternative forslag bekrefter dette.

Likevel uttrykker samtlige intervjukilder usikkerhet hva gjelder det regionale leddet i SMM. For det første stilles det spørsmål ved hensiktsmessigheten ved det regionale SMM-utvalget. Her er det store variasjoner mellom bispedømmene både når det gjelder representasjon i utvalgene og hvor godt deltakerne mener utvalgene fungerer. For det andre er det

innvendinger mot hvordan ordningen med misjonsrådgivere blir ivaretatt. En akilleshæl synes å være at disse er deltidsstillinger med et visst gjennomtrekk, og stillinger som delvis blir finansiert av misjonsorganisasjonene, men hvor arbeidsgiveransvaret ligger hos bispedømmekontorene. Intervjuundersøkelsen viser at det er mange spørsmål knyttet til rådgiverstillingene. Generelt er det en uro over delte stillinger, vakanser og at rådgiverne blir brukt til interne oppgaver i bispedømmestrukturen. Noen organisasjoner har en opplevelse av de på denne måten subsidierer bispedømmekontorene, samtidig som de uttrykker uro over det de ser som manglende «felles eierskap» til stillingene. Misjonsorganisasjonene betaler mye, men har liten styring. Når de regionale rådene svekkes og får et økende innslag av frivillige, vil de i liten grad kunne fungere som styringsorganer for stillingene. Disse er i økende grad underlagt prioriteringer til bispedømmekontorenes sekretariat. Det later til å være behov for å definere disse stillingene nærmere. Noen mener at DNK selv må betale misjonsrådgiverne og ta ansvar for sitt misjonsengasjement. Mer effektiv bruk av pengene etterspørres.

Misjonsrådgiverne selv rapporterer om krysspress. Inntrykket av kryssende forventninger til stillingene og at de har en uklar profil, bekreftes av andre datakilder. Det er veldig personavhengig hvordan utfallet blir. Det etterlyses tydeligere føringer fra sentralt hold på hva rådgiverne skal gjøre. Det er også tydelige regionale forskjeller som handler om kirkelandskapet og misjonsorganisasjonenes tilstedeværelse. I Sør-Hålogaland oppleves rådgiverne som helt sentrale fordi organisasjonene i liten grad har egne ansatte. I Stavanger forventes det at rådgiverne skal være døråpnere og pådrivere inn i kirkestrukturen og i mindre grad prioritere direkte kontakt med menighetene. Man stiller spørsmål ved nytten av stillingene eller spør hvordan det er mulig å få mer synergi ut av dem.

Noen aktører vil satse på et sentralkirkelig nivå for eksempel gjennom et team av ambulerende misjonsrådgivere, mens andre vil beholde regionalisering og knytte an til bispedømmekontorene. Særlig små organisasjoner er kritiske til regionstrukturen siden de ikke har ansatte i regionene. Strukturen ble laget for 25 år siden, og det har skjedd mye både i DNK og også i organisasjonene siden den tid. Når noen foreslår et nasjonalt team heller enn regionansatte, bør dette ses i sammenheng med hvilke nivåer og instanser i DNK som bør prioriteres og styrkes i en eventuell endring av SMM. I en framtidig kirkeordning, som nå er i støpeskjeen, vil man også kunne vurdere et styrket nivå nærmere menighetene på prosti- eller fellerådsnivå. SMM følger embetslinjen i DNK og har et potensial for å knytte an til arbeidsgiverlinjen i rådslinjen, samt til menighetsrådene. Aktørene er likevel samstemte i at det lokale misjonsengasjementet i menighetene er av avgjørende betydning.

Vi anbefaler at SMM videreutvikler organisering i lys av ny kirkeordning for DNK. Videre er det betimelig at partene i SMM vurderer misjonsrådgiverstillingenes finansiering og organisering, samt utvikler en felles arbeidsinstruks. Videre anbefaler vi at partene i SMM vurderer det regionale SMM-utvalget med tanke på representasjon, myndighet og mandat.

6.4 Økonomi

De kvalitative datakildene har et tyngdepunkt når det gjelder organisering, misjonsforståelse og struktur. Materialet viser i mindre grad dokumentert effekt, men har misjonsavtalene som fremste indikator. Når det gjelder kost-nytte-analyse, er det et markant fravær av relevant tilgjengelig tallmateriale. De økonomiske aspektene ved SMM er relativt lite tematisert i

kildene. Dette kan delvis skyldes lave tall og begrensede utgifter og inntekter i seg selv. Misjonsavtalene innbringer gjennomsnittlig 16 000 kroner årlig. Mangel på fokus på økonomi skyldes også SMMs karakter av nettverksbasert paraplyorganisasjon med mange aktører og ledd og tilsvarende svak styringsstruktur. Misjonsavtalene er svært ulikt fordelt mellom de sju medlemsorganisasjonene. Det resulterer i forskjeller i inntekter og utgifter hver enkelt organisasjon har med SMM-ordningen. Det synes å være en samlet oppfatning at de store organisasjonene gir mest inn i SMM-samarbeidet, både midler til SMM-ordningen og personellressurser og arbeidstid på regionalt plan, mens de små organisasjonene får mest igjen for samarbeidet. De yter lite, men har samme tilgang på SMM-plattformen. Dette fører til frustrasjon blant de store organisasjonene og en viss konkurranse når det gjelder misjonsavtaler. De små organisasjonene følger bedre opp avtalene siden de har forholdsvis få, noe som kan føre til at menigheter gjerne heller ønsker å knytte seg til disse enn til de store, som ikke klarer å følge avtalene opp på samme måte. Det er de minste organisasjonene som blir oppfattet som mest fleksible. Det er en del sovende avtaler særlig hos de større organisasjonene. I det sentrale SMM-rådet har det vært etterlyst en årlig rapportering av økonomiske data med hensyn til bidrag og inntekter. Dette har blitt lite prioritert og dermed gitt mindre transparens enn ønskelig i hele SMM-samarbeid.

Vi anbefaler at SMM-partene arbeider gjennom menighetsrettede tiltak for at misjonsavtalene skal generere større engasjement og høyere inntekter. Det er naturlig at partene drøfter fordeling av misjonsavtaler mellom organisasjonene og tematiserer økonomiske forhold ved SMM. Relatert til dette anbefaler vi at SMM utvikler rutiner for dokumentasjon av økonomidata og kommunikasjon på sentralt og regionalt nivå.

Kapittel 7 Konklusjon og oppsummering av anbefalinger

På bakgrunn av det empiriske materialet og analysene i denne rapporten anbefaler vi at SMM opprettholdes, men videreutvikles gjennom at partene i SMM-samarbeidet vurderer følgende momenter:

1. intensiverer arbeidet for å oppnå målet om at alle menigheter i DNK har misjonsavtale
2. arbeider gjennom menighetsrettede tiltak for at misjonsavtalene skal generere større engasjement i menighetenes arbeidsgrener, særlig i trosopplæringen, etablerer misjonsutvalg og misjonskontakt, samt arbeider for at misjonsavtalene genererer høyere inntekter
3. videreutvikler organisering og kommunikasjonslinjer i lys av ny kirkeordning for DNK hva gjelder arbeidsgiverlinjer og styrking av nivåer i kirkeorganisasjonen
4. initierer og opprettholder en teologisk refleksjon og dialog om misjonsbegrepet i samarbeidet mellom DNK og misjonsorganisasjonene
5. initierer samtaler om helhetlig misjon på alle nivåer i DNK og om hvordan dette er forpliktende for kirkens ledere
6. vurderer misjonsrådgiverstillingenes finansiering og organisering, samt utvikler en felles arbeidsinstruks og en mer ensartet prioritering av stillingsomfang ved bispedømmekontorene
7. vurderer det regionale SMM-utvalget med tanke på representasjon, myndighet og mandat
8. styrker kontakten mellom regionalt nivå i SMM-samarbeidet og menighetene
9. drøfter fordeling av misjonsavtaler mellom organisasjonene samt retningslinjer for oppfølging av avtaler
10. blir bevisst regionale forskjeller og vurderer tilpasninger ut fra ulike kirkelandskap og misjonsorganisasjonenes nedslagsfelt og aktivitetsnivå
11. utvikler rutiner for dokumentasjon og kommunikasjon på sentralt og regionalt nivå særlig med hensyn til årlige økonomidata og at samlet rapportering styrkes i DNKs årsrapport
12. drøfter kriterier for hvilke organisasjoner som kan være medlemmer i SMM

Kapittel 8 Litteraturliste

Hegstad, Harald og Laugerud, Tore. (2002). *Brennende hjerter eller misjonerende menigheter? En undersøkelse av holdninger og engasjement i forhold til ytremisjon i menigheter i Den norske kirke*. Oslo: KIFO.

Laugerud, Tore. (2006). *Evaluering av misjonskonsulentstillingene. Rapport til SMM-møtet 13.03.2006*. Oslo: Den norske kirke.

Sverdrup, Sissel. (2014). *Evaluering: Tilnærminger, modeller og eksempler*. Oslo: Gyldendal akademisk.

Kapittel 9 Kort presentasjon av forskerne i evalueringsgruppen

Stephen Sirris er førsteamanuensis ved VID vitenskapelige høyskole. Han er utdannet cand.theol., cand.musicae og har mastergrad i verdibasert ledelse. Han har arbeidserfaring som prest og kantor fra menighet, og har som høyskolelektor ved Kirkelig Utdanningscenter i Nord (KUN) undervist i praktisk-kirkelige fag. De siste årene har han arbeidet som høyskolelektor i verdibasert ledelse ved VID vitenskapelige høyskole med emneansvar for ledelse og organisering i ideell sektor. Fra 2015 var han ph.d.-stipendiat og disputerte oktober 2019. Han er fra 1. januar 2019 studieleder for programområdet for verdibasert ledelse, og leder Senter for verdibasert ledelse og innovasjon. Han har skrevet artikler om ledelse, profesjoner og organisering i kirke, frivillighet og diakoni og har erfaring fra evaluering av kirkelig arbeid, senest evaluering av Kirkelig ressurscenter mot vold og seksuelle overgrep (2018).

Harald Askeland er utdannet sosiolog med kristendomskunnskap i fagkretsen, dr.philos. og ph.d., og professor i kirkelig organisering og ledelse ved VID vitenskapelige høyskole. Han har omfattende erfaring fra egen kirkelig organisasjonsforskning og evalueringsoppdrag (kirkelovsreformen 1997, trosopplæringsreformen, utnevning av Oslo biskop, prostereformen). De siste tiåret har han også vært involvert i internasjonale utdanningsprogrammer i samarbeid med Metodistkirken (Liberia og Sierra Leone) og Misjonsalliansen (Bolivia, Ecuador og Vietnam), finansiert av Digni. Han har også bred erfaring fra feltet, både som misjonær og fra arbeid i menighet og med verv på alle rådsnivåer i Den norske kirke.

Olav Helge Angell er utdannet sosiolog og dr.polit. fra Universitetet i Oslo og professor emeritus i diakoni og profesjonell praksis ved VID vitenskapelige høyskole. Han har bred erfaring fra internasjonale evalueringsprosjekter (blant annet for WHO) og fra spørreundersøkelser i kirkelige og diakonale miljøer. Angell har vært involvert i flere store EU-finansierte forskningsprosjekter med fokus på religion, velferd og innovasjon.

Hans Austnaberg er professor i praktisk teologi og praktikumsleder ved VID vitenskapelige høyskole, Fakultet for teologi, diakoni og ledelsesfag. Hans ph.d.-avhandling fra 2006 var innen feltet misjonsteologi, og han har inngående kjennskap til misjon. Han har vært misjonsprest på Madagaskar for Det Norske Misjonsselskap og menighetsprest i Norge, før han i 2006 ble tilsatt på daværende Misjonshøyskolen (MHS). Fra 2008 har han ledet Senter for menighetsutvikling ved MHS/VID Stavanger. Han har arbeidet mye med kvalitativ forskning, og hans forskning og litterære produksjon har særlig fokusert på studier av den gassisk-lutherske kirke. Han har ledet flere forskningsprosjekter

relatert til trosopplæringsreformen og har blant annet publisert en bok om misjon i trosopplæringsens ungdomsfase sammen med Kari Storstein Haug (*Engasjement og deltakelse*).

Stian Sørli Eriksen er førsteamanuensis i misjonsvitenskap ved VID vitenskapelige høyskole (VID) og jobber som studieleder for programområdet for kulturkunnskap og religionsvitenskap ved Fakultet for teologi, diakoni og ledelsesfag ved VID Stavanger. Han har nylig forsvart sin doktoravhandling ved VID om misjonsforståelse og misjonspraksis på bakgrunn av feltarbeid blant ulike kristne migrantmenigheter i Norge. Han har bidratt med flere vitenskapelige artikler om tematikk knyttet til kristne migranter og misjon i Norge, blant annet med bidrag i antologien *Kristne migranter i Norden* (2016). Han har sin teologiske utdanningsbakgrunn fra USA med flere grader der misjon også var i fokus. Han har også arbeidet ved Høyskolen for ledelse og teologi (HLT) med undervisning om misjon både i lokale og globale kontekster. Han er aktiv i ulike misjonsvitenskapelige forskningsmiljøer både i Norden og globalt.

Hans Morten Haugen er professor i internasjonal diakoni ved VID. Han er statsviter (UiO, 1995) og dr.juris. (UiO, 2006). Han har elleve spesialfag i jus, deriblant internasjonale kvinnerettigheter og internasjonale menneskerettigheter. Han har skrevet inngående om kvinners betydning for inkluderende utvikling og om å bekjempe enhver form for vold mot kvinner i sine to bøker på norsk: *Makt, rett og livsvilkår* (2008) og *Kampen om utviklingen* (2016). Han har bred kirkelig erfaring, både som ansatt i Mellomkirkelig råd for Den norske kirke (1996–2002) og gjennom flere frivillige verv.

Kari Storstein Haug er professor i missiologi ved VID vitenskapelige høyskole. Hun har godt kjennskap både til misjon og Den norske kirke. Hun var ansatt i Det Norske Misjonsselskap i perioden 1993–2003. I størstedelen av denne perioden arbeidet hun som høgskolelektor, studiesjef og viserektor ved Lutheran Institute of Theological Education i Bangkok. I 1999–2000 var hun ansatt av NMS og Stavanger bispedømme i et vikariat som misjonskonsulent i bispedømmet. Fra 2003 og fram til 2016 var hun ansatt ved tidligere Misjonshøgskolen og ble med over i VID etter fusjonen i 2016. Hun sitter i teologisk nemd og evalueringsnemda i DNK samt i Egedestyret. I sin forskning har hun hatt et fokus på spørsmål knyttet til interreligiøs dialog og hermeneutikk, kontekstualisering, religionens betydning i migrasjonsprosesser, og forståelse av misjon og trosopplæring i lys av religiøst og kulturelt mangfold. Hun har vært engasjert i flere trosopplæringsprosjekter i regi av Kirkerådet. I 2015 bidro hun til antologien *Folkekirke nå*, med kapitlet «Folkekirken som misjonerende kirke». Hun har arbeidet mye med kvalitative metoder og gjort flere feltarbeid.

Tone Lindheim er høgskolelektor og ph.d.-stipendiat ved VID vitenskapelige høyskole og er cand.philol. med hovedfag i kristendom i tillegg til Master of Theology and Intercultural Studies fra Fuller Theological Seminary i USA. Hovedoppgaven i misjonsvitenskap omhandlet forholdet mellom diakoni og evangelisering i lokalmenigheter i Bolivia og inkluderte en gjennomgang av misjonsforståelsen i den økumeniske bevegelse (KV) og den evangelikale bevegelsen (Lausanne). Hun har publisert en artikkel om integrert misjon med Misjonsalliansen som case i *Norsk tidsskrift for misjonsvitenskap*. Hun har tidligere vært ansatt i Misjonsalliansen som utsending i Bolivia og som utenlandssjef ved hovedkontoret i Oslo. Arbeidet i Misjonsalliansen ga førstehåndserfaring med SMM-samarbeidet fra medlemsorganisasjonenes perspektiv. I det pågående ph.d.-prosjektet har hun anvendt kvalitative metoder, men har også erfaring med kvantitative undersøkelser og statistisk analyse fra tidligere studier.

Kapittel 10 Vedlegg

Anbefaling fra NSK (Norsk senter for forskningsdata)

Meldeskjema for behandling av personopplysninger

about:blank



NSD sin vurdering

Prosjektittel

Evaluering av SMM (Samarbeid menighet og misjon)

Referansenummer

326659

Registrert

13.09.2019 av Harald Askeland - Harald.Askeland@vid.no

Behandlingsansvarlig institusjon

VID vitenskapelige høyskole / Fakultet for teologi, diakoni og ledelsesfag / Fakultet for teologi, diakoni og ledelsesfag Oslo

Prosjektansvarlig (vitenskapelig ansatt/veileder eller stipendiat)

Harald Askeland, harald.askeland@vid.no, tlf: 95756083

Type prosjekt

Forskerprosjekt

Prosjektperiode

01.10.2019 - 30.01.2020

Status

02.10.2019 - Vurdert

Vurdering (1)

02.10.2019 - Vurdert

Det er vår vurdering at behandlingen av personopplysninger i prosjektet vil være i samsvar med personvernlovgivningen så fremt den gjennomføres i tråd med det som er dokumentert i meldeskjemaet 02.10.2019 med vedlegg, samt i meldingsdialogen mellom innmelder og NSD.

Behandlingen kan starte.

MELD VESENTLIGE ENDRINGER

Intervjuguider SMM

1 Daglig leder SMM

1. Fungerer det strukturelle SMM-samarbeidet hensiktsmessig i dag? (strukturanalyse)

- 1.1 Hva førte deg inn i jobben som daglig leder i SMM?
- 1.2 Hva består arbeidsoppgavene i?
- 1.3 Hvordan vil du beskrive SMMs eksistensberettigelse?
- 1.4 Hva legger du i misjonsbegrepet?
- 1.5 Hvordan vil dere beskrive kjernen i SMM-samarbeidet?
- 1.6 Formålet med SMM er å virkeliggjøre menighetenes misjonsoppdrag og styrke misjonsengasjementet i Den norske kirkes menigheter. Hvordan er organiseringen av SMM hensiktsmessig for dette formålet?
- 1.7 Hva er forbedringspotensialet i organiseringen av SMM?
- 1.8 Det har vært endringer både i kirke og misjonsorganisasjonene siden SMM ble opprettet i 1994. Hvilke utviklingstrekk har preget SMM-samarbeidet?
- 1.9 Hvordan kan SMM møte nye behov, eksempelvis gjennom sosiale medier og samarbeid i et flerreligiøst og flerkulturelt samfunn?

2. I hvilken grad har SMM-samarbeidet bidratt til endring og ført til økt engasjement og eierskap for misjon i menighetene i Den norske kirke? (effektanalyse)

- 2.1 SMM involverer både sentralt, regionalt og lokalt nivå. Hva er deres inntrykk av hvordan menigheter i kirken erfarer SMM-samarbeidet? (Hvordan vurderer dere at SMM gjenspeiles i menighetenes liv og virksomhet? Med hensyn til engasjement og avtaler, permanente eller roterende samarbeid med misjonsorganisasjonene og med hensyn til økonomiske bidrag?)
- 2.2 Hva er ditt inntrykk av hvordan det regionale nivået i kirken erfarer SMM-samarbeidet?
- 2.3 Hva er ditt inntrykk av hvordan det sentrale nivået i kirken erfarer SMM-samarbeidet?
- 2.4 Hvordan har SMM satt preg på Den norske kirkes selvforståelse og arbeid (i form av strategier, tiltak og avtaler, samt trosopplæringen og konfirmantundervisning)?
- 2.5 Hvordan tenker du at SMM har preget misjonsorganisasjonene?
- 2.6 Hvor synlig tenker dere at SMMs tilbud er for kirkelige aktører (ansatte og arbeidsgivere i kirkelige virksomheter, som menighetsråd, kirkelige fellesråd, bispedømmer, sentralkirkelige råd, organisasjoner)?
- 2.7 Hvor synlig er SMM-samarbeidet for aktører i misjonsorganisasjonene?

3. Får organisasjonene et tilfredsstillende resultat ut fra samarbeidet i forhold til de ressurser de bruker på SMM? (kost-nytte-analyse)

- 3.1 Hva slags inntrykk har du av omfanget av ressurser og innsats som organisasjonene bruker i SMM?
- 3.3 Hvilke typer prosjekter, f.eks. evangelisering, diakoni, dialog og lederutvikling, støttes gjennom menighetenes misjonsavtaler, og hvordan understøtter dette deres øvrige strategier og portefølje?

3.4 I hvilken grad erfarer dere at ressursinnsats i SMM henger sammen med egen uttelling i form av regional kontakt, lokale avtaler og givertjeneste/økonomisk bidrag?

3.5 Hvilke muligheter og utfordringer ser dere som vesentlige for å videreutvikle SMM?

2 Medlemmer i samarbeidsråd og sentralkirkelige ledere (generalsekretærer samt ledere i Kirkerådet)

1. Fungerer det strukturelle SMM-samarbeidet hensiktsmessig i dag? (strukturanalyse)

1.1 Formålet med SMM er å virkeliggjøre menighetenes misjonsoppdrag og styrke misjonsengasjementet i Den norske kirkes menigheter. Hvordan er organiseringen av SMM hensiktsmessig for dette formålet?

1.2 Hvordan vil dere beskrive kjernen i SMM-samarbeidet?

1.3 Hva er innholdet i SMMs misjonsforståelse?

1.4 Hva er forbedringspotensialet i organiseringen av SMM?

1.5 Det har vært endringer både i kirke og misjonsorganisasjonene siden SMM ble opprettet i 1994. Hvilke utviklingstrekk har preget SMM?

1.6 Hvordan kan SMM møte nye behov, eksempelvis gjennom sosiale medier og samarbeid i et flerreligiøst og flerkulturelt samfunn?

2. I hvilken grad har SMM-samarbeidet bidratt til endring og ført til økt engasjement og eierskap for misjon i menighetene i Den norske kirke? (effektanalyse)

2.1 SMM involverer både sentralt, regionalt og lokalt nivå. Hvordan vurderer dere at SMM gjenspeiles i menighetenes liv og virksomhet? Med hensyn til engasjement og avtaler, permanente eller roterende samarbeid med misjonsorganisasjonene i SMM og med hensyn til økonomiske bidrag? (Det blir viktig hva man legger i *SMMs arbeid*. Inkluderer det all kontakt med SMM-organisasjonene eller kun med misjonsrådgivere/daglig leder/ulike SMM-organer?)

2.2 Hva er deres inntrykk av hvordan det regionale nivået i kirken erfarer SMM-samarbeidet?

2.3 Hva er deres inntrykk av hvordan det sentrale nivået i kirken erfarer SMM-samarbeidet?

2.4 Hvordan har SMM satt preg på Den norske kirkes selvforståelse og arbeid (i form av strategier, tiltak og avtaler)?

2.5 Hvordan tenker dere at SMM har preget misjonsorganisasjonene?

2.6 Hvor synlig tenker dere at SMMs tilbud er for kirkelige aktører (ansatte og arbeidsgivere i kirkelige virksomheter, som menighetsråd, kirkelige fellesråd, bispedømmer, sentralkirkelige råd, organisasjoner)?

2.7 Hvor synlig er SMM-samarbeidet for aktører i misjonsorganisasjonene?

3. Får organisasjonene et tilfredsstillende resultat ut fra samarbeidet i forhold til de ressurser de bruker på SMM? (kost-nytte-analyse)

3.1 Hva slags inntrykk har dere av omfanget av ressurser og innsats som organisasjonene bruker i SMM?

3.3 Hvilke typer prosjekter, f.eks. evangelisering, diakoni, dialog og lederutvikling, støttes gjennom menighetenes misjonsavtaler, og hvordan understøtter dette deres øvrige strategier og portefølje?

3.4 I hvilken grad erfarer dere at ressursinnsats i SMM henger sammen med egen uttelling i form av regional kontakt, lokale avtaler og givertjeneste/økonomisk bidrag?

3.5 Hvilke muligheter og utfordringer ser dere som vesentlige for å videreutvikle SMM?

3 Gruppeintervju av fire misjonsrådgivere i ulike bispedømmer

1. Fungerer det strukturelle SMM-samarbeidet hensiktsmessig i dag? (strukturanalyse)

1.1 Hva førte dere inn i jobben som misjonsrådgivere?

1.2 Hva består arbeidsoppgavene i?

1.3 Hvordan har stillingen utviklet seg mht. omfang og ansvarsfelter?

1.4 Hvordan vil du/dere beskrive SMMs eksistensberettigelse?

1.5 Hva er innholdet i SMMs misjonsforståelse?

1.6 Hvordan står SMMs misjonsforståelse i forhold til utviklingen av misjonsforståelsen i DNK?

1.7 Hvordan vil dere beskrive kjernen i SMM-samarbeidet?

1.8 Formålet med SMM er å virkeliggjøre menighetenes misjonsoppdrag og styrke misjonsengasjementet i Den norske kirkes menigheter. Hvordan er organiseringen av SMM hensiktsmessig for dette formålet?

1.9 Hva er forbedringspotensialet i organiseringen av SMM?

1.10 Det har vært endringer både i kirke og misjonsorganisasjonene siden SMM ble opprettet i 1994. Hvilke utviklingstrekk har preget SMM?

1.11 Hvordan kan SMM møte nye behov, eksempelvis gjennom sosiale medier og samarbeid i et flerreligiøst og flerkulturelt samfunn?

2. I hvilken grad har SMM-samarbeidet bidratt til endring og ført til økt engasjement og eierskap for misjon i menighetene i Den norske kirke? (effektanalyse)

2.1 SMM involverer både sentralt, regionalt og lokalt nivå. Hvordan vurderer dere at SMM gjenspeiles i menighetenes liv og virksomhet? Med hensyn til engasjement og avtaler, permanente eller roterende samarbeid med misjonsorganisasjonene og med hensyn til økonomiske bidrag?

2.2 Hva er deres inntrykk av hvordan det regionale nivået i kirken erfarer SMM-samarbeidet?

2.3 Hva er deres inntrykk av hvordan det sentrale nivået i kirken erfarer SMM-samarbeidet?

2.4 Hvordan har SMM satt preg på Den norske kirkes selvforståelse og arbeid (i form av strategier, tiltak og avtaler)?

2.5 Hva er deres erfaring med status/utvikling for misjonsengasjement i menighetene i bispedømmet?

2.6 Hvordan tenker dere at SMM har preget misjonsorganisasjonene?

2.7 Hvor synlig tenker dere at SMMs tilbud er for kirkelige aktører (ansatte og arbeidsgivere i kirkelige virksomheter, som menighetsråd, kirkelige fellesråd, bispedømmer, sentralkirkelige råd, organisasjoner)?

2.8 Hvor synlig er SMM-samarbeidet for aktører i misjonsorganisasjonene?

2.9. Hvor synlig er SMM-samarbeidet for menighetene?

3. Får organisasjonene et tilfredsstillende resultat ut fra samarbeidet i forhold til de ressurser de bruker på SMM? (kost-nytte-analyse)

3.1 Hva slags inntrykk har dere av omfanget av ressurser og innsats som organisasjonene bruker i SMM?

3.3 Hvilke typer prosjekter, f.eks. evangelisering, diakoni, dialog og lederutvikling, støttes gjennom menighetenes misjonsavtaler, og hvordan understøtter dette deres øvrige strategier og portefølje?

3.4 I hvilken grad erfarer dere at ressursinnsats i SMM henger sammen med egen uttelling i form av regional kontakt, lokale avtaler og givertjeneste/økonomisk bidrag?

3.5 Hvilke muligheter og utfordringer ser dere som vesentlige for å videreutvikle SMM?

4 Misjonsorganisasjon

1. Fungerer det strukturelle SMM-samarbeidet hensiktsmessig i dag? (strukturanalyse)

1.1 Hva er misjonsorganisasjonens kontakt med SMM sentralt og regionalt?

1.2 Hvordan vil du/dere beskrive SMMs eksistensberettigelse?

1.3 Hvordan vil dere beskrive kjernen i SMM-samarbeidet?

1.4 Formålet med SMM er å virkeliggjøre menighetenes misjonsoppdrag og styrke misjonsengasjementet i Den norske kirkes menigheter. Hvordan er organiseringen av SMM hensiktsmessig for dette formålet?

1.5 Hva er innholdet i SMMs misjonsforståelse? Samsvarer dette med egen forståelse?

1.6 Hva er forbedringspotensialet i organiseringen av SMM?

1.7 Det har vært endringer både i kirke og misjonsorganisasjonene siden SMM ble opprettet i 1994. Hvilke utviklingstrekk har preget SMM?

1.8 Hvordan kan SMM møte nye behov, eksempelvis gjennom sosiale medier og samarbeid i et flerreligiøst og flerkulturelt samfunn?

2. I hvilken grad har SMM-samarbeidet bidratt til endring og ført til økt engasjement og eierskap for misjon i menighetene i Den norske kirke? (effektanalyse)

2.1 SMM involverer både sentralt, regionalt og lokalt nivå. Hva er deres inntrykk av hvordan menigheter i kirken erfarer SMM-samarbeidet? (Hvordan vurderer dere at SMM gjenspeiles i menighetenes liv og virksomhet? Med hensyn til engasjement og avtaler, permanente eller roterende samarbeid med misjonsorganisasjonene og med hensyn til økonomiske bidrag?)

2.2 Hva er deres inntrykk av hvordan det regionale nivået i kirken erfarer SMM-samarbeidet?

2.3 Hva er deres inntrykk av hvordan det sentrale nivået i kirken erfarer SMM-samarbeidet?

2.4 Hvordan har SMM satt preg på Den norske kirkes selvforståelse og arbeid (i form av strategier, tiltak og avtaler)?

2.5 Hvordan tenker dere at SMM har preget misjonsorganisasjonene?

2.6 Hvor synlig tenker dere at SMMs tilbud er for kirkelige aktører (ansatte og arbeidsgivere i kirkelige virksomheter, som menighetsråd, kirkelige fellesråd, bispedømmer, sentralkirkelige råd, organisasjoner)?

2.7 Hva er deres vurdering av omfanget av avtale, tiltak, offer osv.?

3. Får organisasjonene et tilfredsstillende resultat ut fra samarbeidet i forhold til de ressurser de bruker på SMM? (kost-nytte-analyse)

3.1 Hva er omfanget av ressurser og innsats som organisasjonene bruker i SMM?

3.3 Hvilke typer prosjekter, f.eks. evangelisering, diakoni, dialog og lederutvikling, støttes gjennom menighetenes misjonsavtaler, og hvordan understøtter dette deres øvrige strategier og portefølje?

3.4 I hvilken grad erfarer dere at ressursinnsats i SMM henger sammen med egen uttelling i form av regional kontakt, lokale avtaler og givertjeneste/økonomisk bidrag?

3.5 Hvilke muligheter og utfordringer ser dere som vesentlige for å videreutvikle SMM?

5 Regionalt SMM-utvalg

1. Fungerer det strukturelle SMM-samarbeidet hensiktsmessig i dag? (strukturanalyse)

1.1 Hvordan er gruppen sammensatt, og hva er arbeidsfordelingen?

1.2 Hva er kontakten mellom den regionale gruppen og SMM sentralt?

1.3 Hva er kontakten mellom den regionale gruppen og menighetene?

1.4 Hva er kontakten mellom den regionale gruppen og misjonsorganisasjonene?

1.5 Hvordan vil du/dere beskrive SMMs eksistensberettigelse?

1.6 Hva er innholdet i SMMs misjonsforståelse?

1.7 Hvordan vil dere beskrive kjernen i SMM-samarbeidet?

1.8 Formålet med SMM er å virkeliggjøre menighetenes misjonsoppdrag og styrke misjonsengasjementet i Den norske kirkes menigheter. Hvordan er organiseringen av SMM hensiktsmessig for dette formålet?

1.9 Hva er forbedringspotensialet i organiseringen av SMM?

1.10 Det har vært endringer både i kirke og misjonsorganisasjonene siden SMM ble opprettet i 1994. Hvilke utviklingstrekk har preget SMM?

1.11 Hvordan kan SMM møte nye behov, eksempelvis gjennom sosiale medier og samarbeid i et flerreligiøst og flerkulturelt samfunn med økende ulikheter og miljøproblemer?

1.12 Hvordan er misjon integrert i bispedømmestabens tverrfaglige arbeid?

2. I hvilken grad har SMM-samarbeidet bidratt til endring og ført til økt engasjement og eierskap for misjon i menighetene i Den norske kirke? (effektanalyse)

2.1 SMM involverer både sentralt, regionalt og lokalt nivå. Hvordan vurderer dere at SMM gjenspeiles i menighetenes liv og virksomhet? Med hensyn til engasjement og avtaler, permanente eller roterende samarbeid med misjonsorganisasjonene og med hensyn til økonomiske bidrag?

2.2 Hva er deres inntrykk av hvordan det regionale nivået i kirken erfarer SMM-samarbeidet?

2.3 Hva er deres inntrykk av hvordan det sentrale nivået i kirken erfarer SMM-samarbeidet?

2.4 Hvordan har SMM satt preg på Den norske kirkes selvforståelse og arbeid (i form av strategier, tiltak og avtaler)?

2.5 Hvordan tenker dere at SMM har preget misjonsorganisasjonene?

2.6 Hvor synlig tenker dere at SMMs tilbud er for kirkelige aktører (ansatte og arbeidsgivere i kirkelige virksomheter, som menighetsråd, kirkelige fellesråd, bispedømmer, sentralkirkelige råd, organisasjoner)?

2.7 Hvor synlig er SMM-samarbeidet for aktører i misjonsorganisasjonene?

3. Får organisasjonene et tilfredsstillende resultat ut fra samarbeidet i forhold til de ressurser de bruker på SMM? (kost-nytte-analyse)

3.1 Hva slags inntrykk har dere av omfanget av ressurser og innsats som organisasjonene bruker i SMM?

3.3 Hvilke typer prosjekter, f.eks. evangelisering, diakoni, dialog og lederutvikling, støttes gjennom menighetenes misjonsavtaler, og hvordan understøtter dette deres øvrige strategier og portefølje?

3.4 I hvilken grad har SMM fått gjennomslag i menighetene? (ikke bare antall prosjekter, men hvordan menighetene følger opp temaet misjon og hvordan det preger tilsatte og frivillige i menighetene)

3.5 I hvilken grad erfarer dere at ressursinnsats i SMM henger sammen med egen uttelling i form av regional kontakt, lokale avtaler og givertjeneste/økonomisk bidrag?

3.6 Hvilke muligheter og utfordringer ser dere som vesentlige for å videreutvikle SMM?

6 Menighet

1. Fungerer det strukturelle SMM-samarbeidet hensiktsmessig i dag? (strukturanalyse)

1 Hvordan har menigheten kontakt med SMM-samarbeidet (konkretisert til en misjonsavtale med en misjonsorganisasjon)?

2 Hvordan har dere fått kjennskap til SMM?

3 Hvilke områder i menigheten tematiserer misjon?

4 Hvordan gjenspeiles misjon i menighetens planer?

5 Hvem er engasjert i menighetens misjonsavtale?

6 Hvordan bidrar misjonsavtalen og kontakt med SMM til å tematisere misjon i menigheten?

6.1 Hvordan vil du/dere beskrive SMMs eksistensberettigelse?

6.2 Formålet med SMM er å virkeliggjøre menighetenes misjonsoppdrag og styrke misjonsengasjementet i Den norske kirkes menigheter. Hvordan er organiseringen av SMM hensiktsmessig for dette formålet?

6.3 Hva er innholdet i SMMs misjonsforståelse?

6.4 Opplever dere misjon som et kontroversielt begrep?

6.5 Hva er forbedringspotensialet i organiseringen av SMM?

6.6 Det har vært endringer både i kirke og misjonsorganisasjonene siden SMM ble opprettet i 1994. Hvilke utviklingstrekk har preget SMM?

6.7 Hvordan kan SMM møte nye behov, eksempelvis gjennom sosiale medier og samarbeid i et flerreligiøst og flerkulturelt samfunn?

2. I hvilken grad har SMM-samarbeidet bidratt til endring og ført til økt engasjement og eierskap for misjon i menighetene i Den norske kirke? (effektanalyse)

2.1 Hvordan har SMM satt preg på Den norske kirkes selvforståelse og arbeid (i form av strategier, tiltak og avtaler)?

2.2 Hvordan tenker dere at SMM har preget misjonsorganisasjonene?

2.3 Hvor synlig tenker dere at SMMs tilbud er for kirkelige aktører (ansatte og arbeidsgivere i kirkelige virksomheter, som menighetsråd, kirkelige fellesråd, bispedømmer, sentralkirkelige råd, organisasjoner)?

3. Får organisasjonene et tilfredsstillende resultat ut fra samarbeidet i forhold til de ressurser de bruker på SMM? (kost–nytte-analyse)

3.1 Hva slags inntrykk har dere av omfanget av ressurser og innsats som misjonsorganisasjonene bruker i SMM?

3.3 Hvilke typer prosjekter, f.eks. evangelisering, diakoni, dialog og lederutvikling, støttes gjennom deres misjonsavtale(r), og hvordan understøtter dette deres øvrige strategier og portefølje?

I hvilken grad er dere fornøyd med deres bidrag til misjonsorganisasjonene i SMM (økonomiske og annet)? Hvordan ønsker dere det skulle være?

3.5 Hvilke muligheter og utfordringer ser dere som vesentlige for å videreutvikle SMM?

Spørreskjema til personer på bispedømmenivå

1.Hva er din rolle/stilling?

- Biskop
- Stiftsdirektør
- Kirkefagsjef
- Bispedømmerådsleder

2.I hvilken grad mener du at SMM-samarbeidet er kjent blant bispedømmeansatte? 1=svært liten grad, 5=svært stor grad -- 6=VET IKKE

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

3.I hvilken grad mener du at SMM-samarbeidet er kjent valgte rådsmedlemmer på bispedømmenivå? 1=svært liten grad, 5=svært stor grad -- 6=VET IKKE

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

4.I hvilken grad kjenner du til SMM-samarbeidet på regionalt nivå?

I svært liten grad

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

I svært stor grad

5.Hvor god opplever du at kontakten er mellom det regionale SMM-nivået og menighetene?

Svært dårlig

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Svært god

Engasjement i misjonsprosjekt organisert eller støttet gjennom SMM-samarbeidet

De neste fem spørsmålene handler om hvor viktig du mener ulike typer engasjement er i misjonsprosjekt organisert eller støttet gjennom SMM-samarbeidet.

6.Bistand

Svært lite viktig

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Svært viktig

7.Diakonal virksomhet

Svært lite viktig

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Svært viktig

8.Menighetsutvikling

Svært lite viktig

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Svært viktig

9.Evangelisering

Svært lite viktig

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Svært viktig

10.Skole og utdanning

Svært lite viktig

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Svært viktig

11.Hvordan vurderer du, mer generelt, samarbeidet mellom kirke/menighet og misjonsorganisasjonene?

Lite godt

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Svært godt

12.Hvordan vil du kort uttrykke innholdet i din misjonsforståelse?

13.Hva vurderer du som styrker og forbedringspotensial ved SMM-ordningen?

Eksempel på Informasjonsskriv

Samarbeid menighet og misjon (SMM) ble opprettet i 1994 og drives av Den norske kirke og misjonsorganisasjonene. VID vitenskapelige høyskole har fått i oppdrag av Kirkerådet å evaluere ordningen.

Formålet er å vurdere i hvilken grad SMM-samarbeidet har en tjenlig struktur, bidrar til misjonsengasjement og gir tilfredsstillende resultater i forhold til ressursinnsatsen.

En av de gruppene vi ønsker å komme i kontakt med og få svar fra, er *fellesrådsansatte kateketer, diakoner, kantorer, kirkeverger og eventuelle daglige ledere i menighet*. I tillegg ønsker vi å komme i kontakt med de som har vært ledere i menighetsråd og fellesråd de siste 4 år. For å nå dem, ber vi dere om å gjøre oss den tjenesten å videresende det vedlagte brevet til fellesrådsansatte kateketer, diakoner og kantorer som dere har ansvaret for, samt menighetsrådsledere og fellesrådsleder. Vi ber dere om, mer spesifikt, å kopiere vedlagte brev og legge teksten inn som selve meldingsteksten.

Dessuten ber vi altså dere som er kirkeverger/daglige ledere, selv å svare på spørsmålene våre.

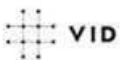
En forskergruppe på til sammen 7 personer ved Fakultet for teologi, diakoni og ledelse vil ha tilgang til og bearbeide materialet. Prosjektet skal etter planen avsluttes ultimo januar 2020. Vi ønsker å lagre materialet, i anonymisert form, for framtidig forskning, og det kan da være aktuelt at enkelte i forskergruppen eller studenter (master og PhD) vil anvende dette.

På forhånd tusen takk for at du deltar.

Vennlig hilsen

Harald Askeland, professor, fagansvarlig for evalueringen
Olav Helge Angell, professor em., prosjektmedarbeider
Stephen Sirris, førsteamanuensis, prosjektleder
stephen.sirris@vid.no

VID vitenskapelige høyskole
Diakonvn. 14-18 /
Postboks 184 Vinderen
0319 Oslo



Spørreskjema til menighetene om samarbeidet menighet-misjonsorganisasjon (SMM)

1.Hvor i kirkeorganisasjonen arbeider du?

- Sokn
- Kirkelig fellesråd
- Prestetjenesten i prosti

2.Hva er din rolle/stilling i menigheten/kirken

- MR-leder
- FR-leder
- Daglig leder i menighet
- Kirkeverge/Daglig leder i ettsoknskommune
- Diakon
- Kateket
- Kantor
- Sokneprest/kapellan
- Prost menigheten/kirken
- Prest

3.Hvilket bispedømme arbeider du i?

- Agder og Telemark
- Bjørgvin
- Borg
- Hamar
- Møre
- Nidaros
- Nord-Hålogaland

- Oslo
- Stavanger
- Sør-Hålogaland
- Tunsberg

4. Finnes det en definert kontaktperson for SMM-samarbeidet, f.eks. ansatt, frivillig, rådsmedlem?

- Ja
- Nei
- Vet ikke

5. I hvilken grad mener du at SMM-samarbeidet er kjent blant menighetens ansatte? 1=i svært liten grad, 5=i svært stor grad

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

6. I hvilken grad mener du at SMM-samarbeidet er kjent blant medlemmene i MR/FR? 1=i svært liten grad, 5=i svært stor grad

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

7. I hvilken grad mener du at SMM-samarbeidet er kjent blant menighetens øvrige medlemmer? 1=i svært liten grad, 5=i svært stor grad

- 1
- 2

3

4

5

8. Finnes det eget utvalg/egen gruppe for å ivareta SMM-samarbeidet i tillegg til eventuell kontaktperson?

- Misjonsutvalg
- Prosjektgruppe
- Andre, spesifiser
- Nei, det finnes ikke eget utvalg/egen gruppe

9. Eksisterer det lokale foreninger eller grupper for misjon i menigheten(e)?

- Ja, det finnes forening/gruppe
- Ja, det finnes flere aktive foreninger/grupper
- Nei
- Vet ikke

10. Finnes det en samarbeidsavtale mellom ditt arbeidssted og SMM/misjonsorganisasjon(er)?

- Ja
- Nei
- Vet ikke

11. Har menigheten misjonsprosjekt gående - eller har menigheten hatt det tidligere?

- Ja, vi har prosjekt gående
- Nei, men vi har tidligere hatt misjonsprosjekt
- Nei

12. Hvis ja, Hvilken/hvilke organisasjon(er) er eksisterende prosjekt knyttet til?

13. Hvis ja, Er prosjektet knyttet til en fast organisasjon eller veksler menigheten i prosjektet mellom samarbeid med flere misjonsorganisasjoner?

- Menigheten har en fast misjonsorganisasjon som samarbeidspartner
- Menigheten veksler mellom flere ulike organisasjoner i samarbeidet

14. Hvilke andre tiltak i menigheten springer ut av SMM-samarbeidet?

- Tiltak knyttet til trosopplæring/evangelisering
- Tiltak knyttet til diakoni
- Regelmessige ofringer til én fast eller misjonsorganisasjoner
- Særskilte misjonsgudstjenester
- Dialog/møter med representant(er) for misjonsorganisasjon(er)/menighetsmedlemmer har deltatt på lederutvikling
-

15. I hvilken grad erfarer du/dere at samarbeidet innen rammen av SMM har økt engasjementet for misjon i menigheten(e)? 1=i svært liten grad, 5=i svært stor grad

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

16. I hvilken grad mener du/dere at SMM-samarbeidets tilbud er kjent for menigheten(e)s aktører (ansatte og arbeidsgivere i kirkelige virksomheter som menighetsråd, kirkelige fellesråd, bispedømmer, sentralkirkelige råd, organisasjoner i menigheten)? 1=i svært liten grad, 5=i svært stor grad

- 1
- 2
- 3

4

5

17. I hvilken grad kjenner du/dere til SMM-samarbeidet på regionalt nivå? 1=i svært liten grad, 5=i svært stor grad

1

2

3

4

5

18. Hvor god opplever du/dere at kontakten er mellom den regionale gruppen og menigheten(e)? 1=svært dårlig, 5=svært god

1

2

3

4

5

19. Har dere hatt besøk av ansatte i organisasjonen dere har avtale med eller tiltak for?

Ja

Nei

Vet ikke

20. Hvis ja, Hvor ofte har dere hatt slik besøk i løpet av de siste årene?

Én enkelt gang

Sporadisk

Årlig

Flere ganger i året

21. Hvordan vurderer du/dere samarbeidet mellom kirke/menighet og misjonsorganisasjonen(e) dere har avtale med? 1=svært dårlig, 5=svært godt

1

2

3

4

5

22. Hva slags type engasjement er viktigst for deg/dere i et misjonsprosjekt knyttet til SMM-samarbeidet?

- Bistand
- Diakonale prosjekter
- Menighetsutvikling
- Evangelisering
- Skole og utdanning

23. Hva ser du/dere som styrker og hva ser du/dere som forbedringspotensial ved SMM-ordningen?

Eksempel på informasjonsskriv

Kjære medarbeider/leder i misjonsorganisasjon

Samarbeid menighet og misjon (SMM) ble opprettet i 1994 og drives av Den norske kirke og misjonsorganisasjonene. VID vitenskapelige høgskole har fått i oppdrag av Kirkerådet å evaluere ordningen.

Formålet er å vurdere i hvilken grad SMM-samarbeidet har en tjenlig struktur, bidrar til misjonsengasjement og gir tilfredsstillende resultater i forhold til ressursinnsatsen.

Vi håper at du vil hjelpe oss med evalueringen ved å svare på noen spørsmål knyttet til det nevnte formålet. Spørreskjemaet inneholder spørsmål om din organisasjon, omfang av og tiltak i SMM-samarbeidet og erfaring med samarbeidet, inkludert en vurdering av hvorvidt samarbeidet er tjenlig og har bidratt til økt misjonsengasjement.

[Trykk her for å komme til undersøkelsen](#)

Din deltakelse er viktig for at vi skal få god kvalitet på evalueringen. *Det er selvsagt frivillig å delta, og ingen svar vil kunne tilbakeføres til deg eller din datamaskins ip-adresse.*

Vi regner med at det vil ta ca. fem-ti minutter å fylle ut skjemaet og ber deg om å fylle det ut innen ei uke.

Hva innebærer det for deg å delta?

Det er frivillig å delta i prosjektet. Dine svar fra spørreskjemaet blir registrert elektronisk, og kan ikke spores tilbake til deg, med unntak av enkelte ledere.. Prosjektet er meldt til og godkjent av personvernombudet ved NSD (Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste). Det vil bli inngått en egen databehandleravtale med firmaet som leverer nettløsning for spørreskjemaundersøkelsen, som er gjennomgått og godkjent av VIDs prorektor for forskning.

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrevet.

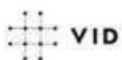
En forskergruppe på til sammen 7 personer ved Fakultet for teologi, diakoni og ledelse vil ha tilgang til og bearbeide materialet. Prosjektet skal etter planen avsluttes ultimo januar 2020. Vi ønsker å lagre materialet, i anonymisert form, for framtidig forskning, og det kan da være aktuelt at enkelte i forskergruppen eller studenter (master og PhD) vil anvende dette.

På forhånd tusen takk for at du deltar.

Vennlig hilsen

Harald Askeland, professor, fagansvarlig for evalueringen
Olav Helge Angell, professor em., prosjektmedarbeider
Stephen Sirris, førsteamanuensis, prosjektleder
stephen.sirris@vid.no

VID vitenskapelige høgskole
Diakonvn. 14-18 /
Postboks 184 Vinderen
0319 Oslo



Spørreskjema til misjonsorganisasjonene om samarbeidet menighet-misjonsorganisasjon

1.Hvilken organisasjon arbeider du i?

- Himalpartner
- Israelmisjonen
- Misjonsalliansen
- NMS
- Normisjon
- Stefanusalliansen
- Areopagos

2.Hva slags stilling har du i organisasjonen?

3.Hva slags verv har du i organisasjonen?

4.På hvilket nivå arbeider du i organisasjonen?

- Sentralt nivå
- Regionalt nivå
- Lokalforeningsnivå

5.For regionalt nivå: Eksisterer det samarbeidsavtale med menigheter i din region?

- Ja
- Nei
- Vet ikke

6.Hvilken type tiltak er prosjekter i HOVEDSAK knyttet til? (Bare ett svar)

- Evangelisering og menighetsbygging
- Bistand og diakoni
- Skole og utdanning

7.Hvor varige er avtalene mellom organisasjonen og menighetene?

- Alle er tidsbegrensede [oppgi tidsrom!]
- De fleste er tidsbegrensede
- De fleste er langvarige [over XX år]
- Alle er langvarige

8. Fins det en definert kontaktperson for SMM-samarbeidet på det nivået du arbeider, f.eks. ansatt, frivillig, styremedlem?

- Ja
- Nei
- Vet ikke

9. I hvilken grad vil du si at SMM-samarbeidet er kjent blant de ansatte i organisasjonen? 1=svært liten grad, 5=svært stor grad -- 6=VET IKKE

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

10. I hvilken grad vil du si at SMM-samarbeidet er kjent blant medlemmene i styret for organisasjonen?

I svært liten grad

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

I svært stor grad

11. I hvilken grad vil du si at SMM-samarbeidet er kjent blant de øvrige medlemmene i organisasjonen?

I svært liten grad

1

2

3

4

5

I svært stor grad

12. Fins det eget utvalg/egen gruppe for å ivareta SMM-samarbeidet i organisasjonen, i tillegg til eventuell kontaktperson?

Ja

Nei

13. Spesifiser:

14. Har organisasjonen lokale foreninger innen menigheten(e) i Den norske kirke?

Ja, vi har mange aktive foreninger rundt om i landets menigheter

Ja, vi har en del aktive foreninger rundt om i landets menigheter

Nei, vi jobber ikke gjennom lokale foreninger

15. I hvilken grad innebærer avtalene med menighetene at misjonsorganisasjonene seg imellom bytter på kontakten med menighetene?

I svært liten grad

1

2

3

4

5

I svært stor grad

Tiltak som springer ut av SMM

De følgende seks spørsmålene handler om mulige tiltak som springer ut av samarbeidet menighet-misjonsorganisasjon (SMM). Vær vennlig å svare ja eller nei på om dere har slike tiltak som følge av samarbeidet.

16. Tiltak knyttet til trosopplæring/diakoni

- Ja
- Nei

17. Regelmessige ofringer til fast misjonsorganisasjon

- Ja
- Nei

18. Regelmessige ofringer til flere misjonsorganisasjoner

- Ja
- Nei

19. Særskilte misjonsgudstjenester

- Ja
- Nei

20. Dialog eller møter med representant for misjonsorganisasjon, menighetsmedlemmer deltar på lederutvikling

- Ja
- Nei

21. Andre tiltak som springer ut av SMM (spesifiser):

22. I hvilken grad erfarer du/dere at samarbeidet innen rammen av SMM har økt engasjementet for misjon i menigheten(e) dere samarbeider med?

I svært liten grad

- 1
- 2

3

4

5

I svært stor grad

23. I hvilken grad kjenner du til SMM-samarbeidet på regionalt nivå?

I svært liten grad

1

2

3

4

5

I svært stor grad

24. Hvor god opplever du at kontakten er mellom den regionale gruppa og menigheten(e)? Spørsmål:
Skal alle svare på dette, eller berre dei som jobbar på regionnivået?

Svært dårlig

1

2

3

4

5

Svært god

25. Har du/dere besøkt menighetene dere eventuelt har avtale med og/eller tiltak for?

Ja

Nei

Vet ikke

26. Hvor ofte har dere besøkt menighetene siden avtalen kom i stand?

- En enkelt gang
- Sporadisk
- Årlig
- Flere ganger i året

27. Totalt sett, hvordan vurderer du samarbeidet mellom misjonsorganisasjonen og kirken/menighet(e) dere har avtale med?

Lite godt

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Svært godt

28. Hva ser du som SMMs styrker og forbedringspotensial?

ISBN: 978-82-93490-48-7
ISBN: 978-82-93490-49-4
ISSN: 2464-3777

