

- Innehåll:   1. Brev om församlingsval till de röstberättigade  
              2. Kommunikationsplan för församlingsvalen

## 1.    BREV OM FÖRSAMLINGSVAL TILL DE RÖSTBERÄTTIGADE

Kyrkostyrelsen har för församlingarnas del med Posten Ab förhandlat fram ett ramavtal som gäller att per post skicka ett personligt meddelande om rösträtt.

Församlingarna kan själva bedöma om de vill skicka ut dessa personliga meddelanden men det rekommenderas att denna praxis tillämpas. Ett personligt meddelande kompletterar och effektiviserar den allmänna valkommunikationen. Praxis med ett personligt meddelande tillämpas också vid kommunala och statliga val. Meddelandet om rösträtt kan behändigast sändas med hjälp av utskrifts- och postningstjänsten. Det ramavtal som ingåtts med Posten innebär att församlingarna kan dra nytta av mängd-rabatter. Ju fler församlingar som beslutar sig för att per post skicka ut dessa personliga meddelanden, desto förmånligare blir avgifterna.

Användningen av denna serviceform förutsätter att de röstberättigades namn och adresser kan tas fram från församlingens medlemsdatasystem. De programvaruföretag som sköter församlingarnas medlemsdatasystem genomför de nödvändiga uppdateringarna och ger anvisningar.

Valbrevet och -kuvertet planeras gemensamt så att valens visuella profil följs. I brevet informeras om förhandsröstnings- och röstningstider och -ställen församlingsvis samt om möjligheten till röstning i hemmet. Församlingarna kan använda det gemensamma brevunderlaget eller utarbeta en egen text, till exempel hälsningsord av ordföranden för valnämnden. Församlingarna skall lämna in textmaterialet och uppgifterna om underskrifter före 2.9.2002 och adressuppgifterna före 13.9.2002. Distributionen äger rum 9 - 16.10.2002.

Det totala styckepriset för denna service bestäms på basis av totalmängden som följer:

Antalet brev	2- färgtryck*	4-färgtryck*
101000 – 200 000 st	0,0844 euro	0,0996 euro
200 001 – 500 000 st	0,0708 euro	0,0747 euro
500 001 – 1 000 000 st.	0,0695 euro	0,0725 euro
1 000 001 – 2 500 000 st.	0,0686 euro	0,0703 euro

\*Varje församling kan fritt välja mellan 2- eller 4-färgtryck.

Utöver detta kommer portot för massbrev 0,145 euro/ st. + 1,30 euro/kg, dock minst 0,181 euro/st. + moms. Om det totala antalet brevfrändelser överstiger 1 miljon st. fås 2 % i rabatt på portot.

Församlingarna skall meddela preliminärt om de deltar i projektet samt ge en uppskattning av antalet brev som skall skickas. dvs. antalet röstberättigade, före 13.5.2002 kl. 12 till kyrkostyrelsen per e-post, adress tiinakaisa.wikki@evl.fi eller per fax (09) 1802 337. Ytterligare information ger Tiinakaisa Wikki (fr.o.m. 2.5.2002), GSM 050-5769 346, och Mikko Oinonen, tfn (09) 1802 333. Utgående från församlingarnas preliminära uppgifter uträknas de exakta priserna och närmare anvisningar ges.

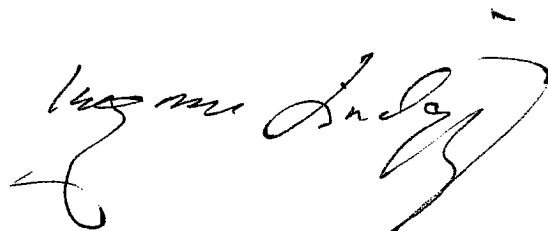
## 2. KOMMUNIKATIONSPLAN FÖR FÖRSAMLINGSVALEN

En arbetsgrupp för kommunikation vid församlingsvalen har tillsatts av kyrkostyrelsen. Arbetsgruppen har utarbetat en kommunikationsplan för församlingsvalen och linjedragningarna i planen har godkänts i kyrkostyrelsens plenum 26.3.2002 (bilagan). Planen innehåller information om bl.a. publicitetskampanjen för valen och avsikten är att den skall utgöra ett stöd för församlingarna i deras planering av valkommunikationen. Det rekommenderas att församlingen gör upp en egen kommunikationsplan för valen med hjälp av den gemensamma kommunikationsplanen.

KYRKOSTYRELSEN



Risto Junttila



Ingmar Lindqvist

## **DU ÄR VIKTIG**

### **Kommunikationsplan för församlingsvalen**

#### **1. Till dem som förbereder sig för valen**

Avsikten med **denna** plan för kommunikation vid församlingsvalen är att vara till hjälp för dem som förbereder sig för **höstens** val: för **anställda** i församlingarna, för fortroendevalda och för övriga personer som **på olika sätt** deltar i valarbetet. I kommunikationsplanen **strävar** man **efter** att ge en helhetsbild av valkommunikationen samt de **stödförmer** och **tjänster** som stök till förfogande.

Församlingsvalen är för kyrkan den mest betydande utmaningen **år 2002** då det gäller kommunikation. Under **valåret** skall församlingsverksamheten **jämte** beslutsfattande och aktuella **frågor** inom församlingarna presenteras och information om **valtidtabellen** och **kandidaterna** samt om **röstningstider** och **-ställen** ges. Vi uppmuntrar varje församlingsmedlem till att **använda** sin **rösträtt** och **därigenom påverka** olika ärenden inom sin församling och sin hemort. Valarbetet **består** till **största** delen av kommunikation. Var och en har sin givna **uppgift** i detta kommunikationsarbete.

Ju fler kanaler som **används** i förmedlandet av information, desto effektivare blir kommunikationen. De olika metoder som **tillämpas** inom kommunikationen kompletterar varandra. **Växelverkan** på den personliga **nivån**, där man **möter människorna** direkt, är fortfarande ett utmärkt sätt att kommunicera. Såväl **tröskeln** för att kandidera som **tröskeln** för att rösta blir **lägre** om en inbjudan presenteras personligen och bland kandidatema **finns** sedan gammalt bekanta.

I **samband** med församlingsval spelar den lokala kommunikationen en nyckelroll. Församlingarnas valarbete **stöds** av kyrkans gemensamma kommunikation samt av den riksomfattande publicitetskampanjen som **innehåller** bl.a. den grafiska profilen för valen.

Denna kommunikationsplan har utarbetats av arbetsgruppen för kommunikation vid församlingsvalen. **Ordförande** för arbetsgruppen är kommunikationsdirektor Ingmar Lindqvist och medlemmarna är webbkoordinator **Sami Kallioinen**, utbildningschef Era Kuronen, kommunikationschef Liisa **Mäkelä**, informationschef Mikko Oinonen, informatör Åsa Hohnvik, redaktionschef Olli **Seppälä** samt kommunikationsplanerare Tiinakaisa Wikki som är sekreterare för arbetsgruppen. Till sakkunnigmedlem har arbetsgruppen kallat ungdomssekreterare Mikko Sahni. **Ärenden** som **hänför** sig till publicitetskampanjen för församlingsvalen **sköts** av Kyrkans informationscentral.

Vi **önskar** var och en entusiasm för och **krafter** i valarbetet. Du är viktig!

Arbetsgruppen för kommunikation vid församlingsvalen

## 2. Syftet med kommunikationen vid församlingsvalen

Församlingsvalen står inför tämligen stora utmaningar: i det finska samhället är man överlag mindre intresserad av val och röstande än tidigare, man känner dåligt till församlingarnas förvaltning och beslutsfattande, man ifrågasätter de möjligheter att påverka som församlingsmedlemmarna och de fortroendevalda har, valsystemet är rätt så invecklat i synnerhet i de kyrkliga samfalligheterna osv. På vilket sätt kan man genom kommunikation påverka dessa utmaningar?

För att kommunikationen vid församlingsvalen skall lyckas förutsätts att målen som uppställs är klara. Målet för en enskild kandidat är naturligtvis att bli invald och för en valmansförening att klara sig bra i valen. Nedan presenteras vilka gemensamma mål som kan uppställas gällande kommunikationen vid församlingsvalen.

### 1. Att väcka debatt

Församlingsvalen erbjuder en naturlig möjlighet att framkalla en offentlig debatt om aktuella frågor inom kyrkan, om kyrkans framtida inriktning och ställning och om kyrkans arbete i det finska samhället. Den offentliga debatten är ett av de effektivaste sätten att inom olika medborgarkretsar väcka intresse för valen och därigenom öka valaktiviteten.

Inför valen är det möjligt att ta upp frågor om linjedragningarna - i vilken riktning vill man utveckla kyrkan under de följande fyra åren?

Utöver de för kyrkan gemensamma frågorna är det viktigt att i valdebatten lägga fram teman också på den lokala nivån. Dessa teman varierar ortsvis. Vilka beslut skall fattas under följande fullmäktigeperiod? Är några byggnads- eller renoveringsprojekt som ger upphov till delade åsikter aktuella? Hur kan församlingens verksamhetsförutsättningar tryggas i framtiden? Skall nya former för samarbete inledas med grannförsamlingar, lokala organisationer eller med kommunen? Vad betyder de aktuella utmaningarna på orten för församlingen? Frågor gällande ungdomar, skogar, begravningsplatser, möte med nya församlingsmedlemmar... listan över möjliga teman tar aldrig slut.

Kyrkans kommunikationsprogram "Mot en kommunicerande kyrka" uppmuntrar till kommunikation, dvs. till öppen växelverkan. En del av detta är förmågan att uppriktigt kunna lyssna till vilka förväntningar och önskemål församlingsmedlemmarna har. Församlingsmedlemmarna uppmuntras till att engagera sig och påverka.

### 2. Mera kandidater

Kandidatnomineringen som pågår till utgången av September är av avgörande betydelse med tanke på valens framgång. De som överväger att rösta går igenom kandidatlistorna för att hitta någon bekant eller någon som de upplever att representerar dem. Därför vore det önskvärt att bland kandidaterna finns en så bred och representativ grupp som möjligt av människor i olika åldrar och livssituationer.

Varje kandidat lockar åtminstone sin närmaste krets till valurnoma. Huvudregeln vid valen lyder också: ju fler kandidater, desto större valdeltagande.

### 3. Mera unga kandidater och röstare

Inom kyrkans beslutande organ råder brist på unga representanter. Av dem som blev invalda i senaste val uppgick andelen under 25-åringar till mindre än 2 procent. Kyrkomötet som utövar den högsta beslutanderätten inom kyrkan har inte ett enda ombud som är under 30 år. Eftersom de 30-årigas andel av det totala antalet medlemmar i kyrkan uppgår till ca 40 % är denna åldersklass klart underrepresenterad i beslutsfattandet inom kyrkan.

Församlingsvalen i november erbjuder en möjlighet att förbättra denna situation. I valkommunikationen bör betonas att inom kyrkan finns utrymme också för unga beslutsfattare.

I sitt öppningstal under biskopsmötet i februari fäste ärkebiskop Jukka Paarma uppmärksamheten på de unga vuxnas ställning inom kyrkan. Enligt ärkebiskopen borde man berätta för de unga att kyrkan finns också vid en ung människas sida och att kyrkan är intresserad av att utveckla sin verksamhet i enlighet med dagens krav. Budskapet till de unga kunde i all klarhet lyda: Genom att medverka kan du påverka!

En kyrka som inte tanker på sin framtid kan inte fungera. En satsning på unga röstare och unga kandidater är viktigt med tanke på kyrkans framtid. De som lättast beslutar utträda ur kyrkan utan några starka ideologiska skäl är just de unga vuxna. Genom valkampanjen bör de unga vuxnas kännedom om kyrkan ökas och fordomar avlägnas. Också unga människor vill höra att de är viktiga.

### 4. Mera röstare

I senaste församlingsval år 1998 uppgick det riksomfattande valdeltagandet till 13,7 %. Den nedåtgående trenden som valdeltagandet hade visat de senaste 20 åren lyckades man då bryta och valdeltagandet ökade med 1 procentenhet.

Att upprätthålla denna uppåtgående trend kan uppställas som ett minimimål för hela kyrkan. Målet är att valdeltagandet ökar med minst 1 procentenhet jämfört med senaste val, dvs. valdeltagandet skall uppgå till minst 15 %.

Det finns inga hinder för att på en lokal nivå uppställa ett högre mål. I senaste val varierade valdeltagandet församlingsvis mellan 2 och 54 procent. Den största ökningen i valdeltagandet uppgick till drygt 10 procentenheter.

### 3. Riksomfattande kommunikation vid församlingsvalen

#### Publicitetskampanjen för valen

Kyrkomötet har beslutat att för församlingsvalen år 2002 reservera 2,5 miljoner mark för den riksomfattande kommunikationen. Publicitetskampanjens reklam och marknadsföring gör församlingsvalen mera synliga och utgör ett stöd för att målen skall nås. Det är nu andra gången en publicitetskampanj ordnas. Kampanjen är tvåspråkig med undantag av TV- och radioreklamen.

Publicitetskampanjen har förberetts av Kyrkans informationscentral i samarbete med reklambyrå EURO RSCG och mediebyrå Dagmar Mediatoimisto. I planeringen av publicitetskampanjen har beaktats responsen från senaste kampanj samt de önskemål som informatörerna i församlingarna har framlagt.

#### Det grundläggande budskapet: "Du är viktig"

Publicitetskampanjens grundläggande budskap eller "motto" lyder i korthet: "Du är viktig". Budskapet kan användas i olika sammanhang - inom kyrkan är varje människa viktig. "Du är viktig" är också en uppmaning till var och en av dem som överväger att kandidera i valen. Också varje röstberättigad och varje röst är viktig.

#### Församlingsvalens logo och valens visuella profil

För församlingsvalen har utformats en logo och i anslutning till den en visuell profil. Syftet med logon är att göra församlingsvalen känt bland människorna och att förena de olika skedena i kampanjen: kandidatnomineringen, förhandsröstningen och valdagarna.

Det är skäl att använda logon konsekvent i alla former av valkommunikationen.

Logon för församlingsvalen är en stiliserad röstsedel. Genom den vill man förmedla budskapet om villigheten till förändringar och om en utåtriktad karaktär. Logon används tillsammans med texten "Församlingsvalet 2002". Texten finns att få både i färg och i svartvitt på finska och svenska samt som en tvåspråkig version.

Logon med de olika textversionerna finns att få gratis på Internet, adress <http://www.credo.fi> där man först väljer "Imagebank", därefter "Lehdistöpalvelu" och "Kirkon tiedotuskeskus". På Internet finns också grafiska anvisningar om användningen av logon bl.a. om texttyperna.

Valkampanjen har planerats på så sätt att samma grundläggande budskap förmedlas i de olika formerna av kommunikation, vilket gör kommunikationen mera effektiv.

## TV-reklam

Det viktigaste mediet i publicitetskampanjen är televisionen. Med hjälp av televisionen nås snabbt en stor andel av de röstberättigade. TV-reklamen sänds på kanalerna MTV3 och Fyran 23.10 - 10.11.2002.

## Radioreklam

Reklaminslag i radio är effektivt och flexibelt och radioreklamens starka sida är upprepningskraften. Till publicitetskampanjen hör radioreklam som sänds 28.10 - 10.11.2002 i olika delar av landet på sådana kommersiella radiostationer som är medlemmar i radioförbundet Suomen Radioiden Liitto SRL ry.

I syfte att stödja kandidatnomineringen producerar radioredaktionen på Kyrkans informationscentral dessutom reklaminslag i radio. Reklaminslagen står till församlingarnas förfogande avgiftsfritt men församlingen skall själv komma överens med radiostationerna på församlingens område om den tid som behövs för inslagen. Ytterligare information ges av radioredaktionen på Kyrkans informationscentral.

## Utomhusreklam

Genom utomhusreklamen upprepas i stor utsträckning valens grundläggande budskap och valbudskapet görs mera synligt särskilt i tätorterna. Utomhusreklamen når människorna i olika situationer under hela dagen.

Reklamaffischema utomhus grundar sig på kontrasten mellan traditionellt glasmåleri och modern utformning. På glasmålningar har traditionellt heliga, viktiga personer inom kyrkan avbildats. Nu avbildas på glasmålningarna istället vanliga människor som befinner sig i olika livssituationer och som de förbipasserande människorna kan identifiera sig med. Affischema illustrerar kyrkans budskap: "Du är viktig".

Reklamaffischema utomhus är till sina färger och till sin profil ljusa och positiva. Affischema väcker positiva känslor samtidigt som de piggar upp gatubilden under årets mörkaste tid.

Utomhusreklamen för församlingsvalen inleds vecka 44. Affischema finns på olika håll i landet på de orter som har företaget Atribus Citymedias reklamskyltar för utomhusreklam. Av skyltarna är största delen försedda med belysning. Till kampanjen hör över 1 100 affischema på ca 40 orter\*.

\* Birkala, Björneborg, Borg & Esbo, Forssa, Grankulla, Heinola, Helsingfors, Hyvinge, Idensåki, Imatra, Jakobstad, Joensuu, Jyväskylä, Kajana, Karleby, Kemi, Kervo, Kouvola, Kotka, Kuopio, Kuusamo, Lahti, Nyslott, Raumo, Riihimäki, Rovaniemi, Salo, Seinäjoki, St Michel, Tammerfors, Tavastehus, Träskända, Uleåborg, Vanda, Vasa, Villmanstrand, Åbo.

## Stolpreklam

Den riksomfattande publicitetskampanjen omfattar inte kostnaderna för stolpreklam. Av kommunikationsplanerare Tiinakaisa Wikki på Kyrkans informationscentral (tiinakaisa.wikki@evl.fi) kan församlingarna beställa affischer och på sin ort köpa reklamplats enligt behov.

## Affischerna

För församlingarna färdigställs valaffischer med samma innehåll som utomhusreklamerna. Affischema är avsedda för anslagstavlor, församlingarnas lokaler, läroanstalter, röstningsställen osv. Affischema tillställs församlingarna under September. Storleken på affischerna är B2 och A3.

## Övrig riksomfattande kommunikation

Utöver publicitetskampanjen som gör valen synliga är det viktigt att redaktionerna ger ut material och program som hänför sig till församlingsvalen.

Den riksomfattande informationsgivningen vid församlingsvalen sköts av Kyrkans informationscentral, som förmedlar idematerial och meddelanden till redaktionerna samt avgiftsfria artiklar till pressens förfogande.

I valkommunikationen är de kyrkliga tidningarna viktiga, exempelvis tidningarna Kotimaa, Sana och Kyrkpressen. Bland annat i Talent som ges ut av Kirkkopalvelut och som utkommer som månadsbilaga i tidningen Kotimaa behandlas valen på så sätt att kandidatnomineringen tas upp i maj och valnumret utkommer i September. Information om de riksomfattande webbtjänsterna finns i kapitel 5.

## 4. Lokal kommunikation vid församlingsvalen

Eftersom församlingsvalen är lokala spelar den lokala informationen en nyckelroll. I den lokala valkommunikationen lönar det sig att dra nytta av valens gemensamma visuella profil och av publicitetskampanjen som synliggör valen.

Det är skäl för församlingen att i god tid göra upp en egen kommunikationsplan för valen. Som hjälpmedel för uppgörandet av planen kan användas bifogade tabell.

Till den lokala kommunikationen hör de officiella valkungörelserna. Den centrala uppgiften inom informationsgivningen är att se till att de röstberättigade känner till var och när de kan rösta. För valkungörelser och -meddelanden finns grafiska underlag med valens visuella profil.

Under församlingsvalen 2002 ordnas på röstningsställena en valinsamling vars intäkter via Kyrkans Utlandshjälp används till att hjälpa flyktingar. Det är skäl att informera om insamlingen på förhand.

## Att väcka debatt

I den lokala kommunikationen skall valteman som gäller den egna orten fokuseras. Kommunikationskanalerna är naturligtvis församlingstidningarna och de tidningar som utkommer på orten i fråga. Dessutom kan särskilda valbroschyrer utarbetas och massbrev användas.

Det lönar sig för församlingarna att direkt kontakta massmedierna på det egna området, såväl tidningar som lokala radio- och TV-stationer. Med redaktörerna och journalisten kan församlingen underhandla om material, kolumner och artiklar i vilka valteman behandlas. Valdebatt förs också på insändarspalterna. Om församlingen ordnar valmöten eller paneldebatter skall också representanter för massmedierna inbjudas till dessa sammankomster.

## Mera kandidater

Den lokala kommunikationen kan fungera som ett stöd för kandidatnomineringen. Kontakten och samarbetet med organisationer som är verksamma på orten är viktigt. Efter att kandidatnomineringen slutförts förmedlas i den lokala kommunikationen information om kandidaterna och deras valmansföreningar.

I enlighet med offentlighetslagen är en valmansförenings stiftelseurkund som inlämnats till kyrkoherdeämbetet genast offentlig.

I syfte att stöda kandidatnomineringen utarbetar Kyrkans informationscentral en broschyr av vilken framgår hur man kan kandidera i valen och hur man stiftar en valmansförening. Broschyren ställs till församlingarnas förfogande i maj .

Radioredaktionen på Kyrkans informationscentral färdigställer för församlingarna radiomaterial som stöd för kandidatnomineringen. Församlingarna kan på sitt område underhandla med de kommersiella radiostationerna om användningen av materialet.

## Mera unga kandidater och röstare

Ungdomsarbetarna och -pastorerna samt religionslärarna i skolorna är viktiga då det gäller att inspirera unga till kandidater och röstare i församlingsvalen. Också de som nu är förtroendevalda innehar en nyckelposition. En hederssak för varje valmansförening är att få minst en ung kandidat med på kandidatlistan.

Inför valen ordnas i maj informationsmöten och till dem bör inbjudas unga personer som har för avsikt att kandidera. Gällande de unga kandidaterna kan gruppen Nuorten aikuisten vaikuttamisryhmä NAVI kontaktas.

Utöver de allmänna informationsmötena ordnar gruppen NAVI i anslutning till valen tillsammans med Kirkkopalvelut och stiftens två seminarier för unga förtroendevalda: 23.3 i Åbo och 9.5 i Esbo. Närmare information finns i stiftens informationstidningar.

### Förslag till åtgärder:

- **Brev till dem som första gången röstar**  
Församlingarna bör uppmuntras att - inom ramen för sina resurser - skicka till dem inom församlingens område som första gången röstar ett brev för att påminna dem om röstandet. Samtidigt blir familjens övriga medlemmar informerade om saken.
- **Reklam vid stiftens årliga temaseminarier för fostran**  
I aktiverandet av unga röstare har de som verkar inom församlingarnas ungdomsarbete en nyckelroll. Reklam som riktas till de unga röstarna i samband med de årliga temaseminarie i September ger säkert resultat.
- **Kontakten med organisationer för kristligt ungdomsarbete**  
Det vore bra om församlingsvalen syns i olika kristliga ungdomsorganisationers verksamhet. Exempelvis kan vallogon och länken synas på varje organisations webbsidor.
- **Röstningsställena inom räckhåll för unga röstare**  
I församlingsvalen bör röstningsställen finnas i läroanstalter runtom i Finland. Här har de olika läroanstalternas pastorer en avgörande roll och de kunde fungera som en drivkraft på sin ort.
- **Minst en ung kandidat på varje lista!**

### Mera röstare

Fran senaste val har man goda erfarenheter av att ordna förhandsröstningen i anslutning till exempelvis köpcentrum och andra platser där människor rör sig. Man fick kontakt med människorna och valdeltagandet ökade.

Det är skäl att ordna förhandsröstningen på platser som köpcentrum, stationer, torg och läroanstalter. Det är viktigt att i god tid gör avtal om röstningsställena. Prästerna för olika läroanstalter kan vara kontaktpersoner i fråga om läroanstalterna och rektorerna. Det är viktigt fästa uppmärksamhet vid att i närheten av de ställen där förhandsröstningen och röstningen äger rum på ett synligt sätt finns information och vägledning om röstningsställena.

De numeriska mål som gäller valdeltagandet är inte några absoluta värden men utgör en jämförelsegrund i utvärderingen av hur målen till denna del har nåtts. Att öka valdeltagandet är ett viktigt mål eftersom församlingsvalen utgör grunden för demokratiskt beslutsfattande inom kyrkan.

I samband med de senaste valen gjordes en undersökning om de röstberättigade församlingsmedlemmarnas attityder till valen. Av de röstberättigade uppgick andelen "säkra röstare" då till 9 procent och tämligen säkra röstare till ca 5 procent. Med tanke på valkommunikationen är de som uppger att de eventuellt röstar särskilt viktiga. Andelen församlingsmedlemmar som meddelade att de eventuellt röstar uppgick till ca 22 procent. Typiskt för dem är en tämligen positiv grundläggande attityd till församlingen. Ovan nämnda grupper är naturligtvis av olika storlek på olika orter. Att den andel som eventuellt röstar uppgår till rentav mer än en femtedel av de röstberättigade visar att det finns mycket att göra och att en ökning i valdeltagandet eftersträvas.

Det rekommenderas att ett personligt meddelande om rösträtt skickas per post till de röstberättigade. En sådan praxis tillämpas vid kommunala och statliga val. Praxis med ett personligt meddelande är motiverat eftersom de kompletterar och effektiverar den allmänna valkommunikationen. Meddelandet om rösträtt kan behändigast sändas med hjälp av utskrifts- och postningstjänsten.

Kyrkostyrelsen förhandlar med Posten om ett ramavtal som församlingarna kan dra nytta av i form av mängdrabatter. Användningen av denna serviceform förutsätter att de röstberättigades namn och adresser kan tas fram från fdrsamlingens medlemsdatasystem. Församlingarna informeras under våren, efter att detaljerna blivit klara, om brevmöjligheten samt åtgärderna och kostnaderna för detta. Avsikten är att valbrevet och -kuvertet följer valens visuella profil men det är möjligt för församlingen att få sin egen text i brevet.

## **Informationsmöten för fdrsamplingsvalen ordnas i maj 2002**

För medlemmarna i församlingsvalens valnämnder ordnas sex informationsmöten på olika håll i Finland. Teman som behandlas under dessa sammankomster är utarbetande av vallängder, tidtabeller och förberedelser, förhandsröstning, valförrättning, rösträkning, delgivning samt information om besvärsanvisning.

### **Valmöten:**

Informationsmöten som ordnas under våren 2002:

7.5. Helsingfors

8.5. Åbo

14.5. Kuopio

16.5. Lahtis

22.5. Seinäjoki

23.5. Uleåborg

## **5. Webbtjänster i samband med fdrsamplingsvalen**

Webbkommunikationen har ökat i betydelse också i samband med fdrsamplingsvalen. Genom webbkommunikationen nås särskilt unga röstberättigade, såsom studerande.

### **Riksomfattande webbtjänster - [www.evl.fi/vaalit](http://www.evl.fi/vaalit)**

Till kyrkans gemensamma valsidor länkas under våren och sommaren all grundläggande information om valen. Sidornas layout anpassas för webbmiljön men följer publicitetskampanjens grafiska profil. I utarbetandet av sidorna beaktas särskilt de unga röstarnas behov. Materialet på Internet utgör också ett stöd för kandidatnomineringen.

Församlingsvalens riksomfattande webbsidor finns på adress <http://www.evl.fi/vaalit>. I valmaterialet och -kommunikationen skall adressen till valsidorna synas så mycket som möjligt.

Kyrkostyrelsen har beslutat låta uppföra en Internet-baserad informationstjänst som stöd för församlingsvalen. Informationstjänsten omfattar uppgifter om såväl kandidata-tema som röstningsställena. Också valutgången offentliggörs via detta informationssystem. Församlingarna kan via KYRKNÄTET mata in kandidat- och resultatuppgift-tema direkt i informationssystemet. Under sommaren testas systemet och anvisningar om användningen av informationstjänsten ges.

I samband med planeringen av ovan nämnda informationstjänst för församlingsvalen sammanställdes en lista över bl.a. följande fördelar med systemet:

- Kandidatuppgifttema finns koncentrerat på Internet.
- Uppgifttema om röstningsställena fås koncentrerat på Internet, vilket är till nytta särskilt under tiden för förhandsröstningen.
- Resultatuppgifterna fås snabbare och finns koncentrerat på Internet.
- Församlingarna behöver inte själva utarbeta webbsidor eller överföra dessa uppgifter till sina egna sidor.
- Kyrkans forskningscentral får statistikuppgifttema i maskinläsbar form.
- Kyrkliga aktörer får de förtroendevaldas kontaktinformation på ett koncentrerat sätt. Underlättar också församlingarnas arbete beträffande adressuppgifter.
- Församlingarna får, efter att de en gång har lagrat uppgifterna, ett överföringsregister i sina egna system.
- Stöder den riksomfattande publicitetskampanjen.

### Lokala webbtjänster

Församlingarnas nuvarande webbsidor länkas till informationssystemet. Därmed uppgift meddelas på inmatningsblanketten för valuppgifttema. På motsvarande sätt kan församlingarna för kandidatuppgifttemas del uppföra en direkt länk till informationssystemet på den egna kandidatsidan. På de lokala webbsidorna kan närmare information om t.ex. valmansföreningar ges och länkar till kandidatemas eventuella sidor kan uppföras.

På webbsidorna kan teman som är aktuella inom församlingen tas upp. Valen kan ges en lokal prägel genom att på dessa sidor ta upp exempelvis intervjuer med de nuvarande förtroendevalda. Om adressen till den egna webbsidan fogas till väb-eklamen noteras sidorna bättre.

### Ytterligare information

Materialet "Välitä viestiä!": innehåller information om arrangerande av informationsmöten, utarbetande av meddelanden. Valsidorna finns på adress [www.evl.fi/vv](http://www.evl.fi/vv)

Församlingens sidor jämte debattkolumn på KYRKNÄTETS intranet; [www.kirkko.evl.fi/seurakuntavaalit/index.html](http://www.kirkko.evl.fi/seurakuntavaalit/index.html) (uppdateras kontinuerligt)

Valinformation, adress [www.evl.fi/vaalit](http://www.evl.fi/vaalit)

## 6. Efter valen

### Information om valutgngen

Församlingarna skall informera om valresultatet i den riksomfattande resultattjänsten i enlighet med kyrkostyrelsens anvisningar samt informera de lokala massmedierna genast **samma kväll** som röstningen har avslutats. Den som **sköter** informerandet om vahesultatet skall kunna **nås** per telefon.

Det inofficiella vahesultatet skall **tillkännages** så fort som möjligt. Röstningsprocen-ten kan **klargöras** och meddelas genast **efter** att vallokalema **stängt** fore den egentliga röst~~r~~räkningen. Det landsomfattande resultatet publiceras i tidningen Kotimaa 15.11.2002 och i Kyrkpressen 21.11.2002.

### Det är viktigt att tacka

Efter valen är det dags att visa tacksambet. Församlingen kan **överväga** olika sätt för att på församlingens **vagnar** tacka dem som **använt** sin rösträtt och/eller olika sätt for de fortroendevalda som blivit invalda att **tacka** for fortroendet. Ett tack kan **framföras** till exempel i en tidningsannons. **Också** de som **på** olika sätt deltagit i valarbetet **för-**tjänar ett tack.

### Utvärdering

På **samma** sätt som i senaste val insamlar Kyrkans forskningscentral av församlingarna information om, respons **från** och erfarenheter av församlingsvalen. Det är **önsk-**värt att forskningscentralens **förfrågan** besvaras snabbt for att en sammanfattning skall kunna **färdigställas** medan valen **ännu** är i **färskt** minne.

Efter valen är det dags att **utvärdera** hur församlingens kommunikationsplan har för-  
verkligats. Har **målen nåtts**? Finns det med tanke **på** foljande val **några** nya tankar och idéer om utvecklande av församlingsvalen?

### Utbildning för de fdrtroendevalda

#### Bok med grundlfggande information för de förtroendevalda i församlingen

I slutet av hösten 2002 utkommer "Seurakunnan luottamushenkilön perustieto-kirja", som är den traditionella boken med **grundläggande** information for de fortroendevalda i församlingen. Boken **innehåller** sådan information om verksamheten och ekonomin som är viktig med tanke **på** den fortroendevaldas **arbete**. Den ledande **tanken** som följs i artiklarna genom hela boken är utvecklande av församlingsverksamheten, planering och utvärdering av verksamheten och ekonomin, **samarbetsfrågor** samt den förtroendevaldas roll i olika sammanhang.

#### Pärm för dem som utbildar de förtroendevalda

Som stöd for dem som utbildar de fortroendevalda **sammanställs** en **pärm**. Pärmens innehåller förslag till och modeller for organisering av utbildningen, **färdiga** inled-

ningsanföranden om aktuella teman samt en omfattande serie transparanger om kyrkans verksamhet. Med hjälp av **inledningsanförandena** och serien transparanger får de fortroendevalda information om aktuella och **centrala** verksamheter inom **vår** kyrka.

#### **Kurser för dem som utbildar fdrtroendevalda**

I november 2002 ordnas **på** olika hall i Finland kurser för dem som utbildar fortroendevalda. Under dessa kurser **dryftas** problematiken kring utbildningen av de fortroendevalda och en utbildningshelhet för den egna församlingen planeras.

#### **Storevenemang för de fdrtroendevalda ordnas i Tammerfors 2003**

I februari 2003 ordnas i Tammerfors-huset ett omfattande evenemang **för** de **förtroendevalda**. Programmet **består** av **större** temahelheter som **berör** kyrkan, **samhället** och de fortroendevalda.