



## Resultat Kyrkornas globala vecka 2016

År 2016 var andra och sista året då Kyrkornas globala vecka hade temat "Jord att leva på – mänskliga rättigheter i klimatförändringarnas spår". Under Globala veckan arrangeras aktiviteter runt om i hela landet, från Råneå i norr till Malmö i söder. Mångfald av aktiviteter under Kyrkornas globala vecka var som vanligt stor, som klimatshow, klädbytarekväll, fester, gudstjänster, föreläsningar, loppisar, konserter, utställningar, manifestationer och en massa annat. I år tog sig Globala veckan också innanför fängelsemurarna. Glimtar från några olika aktiviteter finns i rapportfilmen 2016 som kan ses här: <https://youtu.be/DCgUwAugg8k>

Enligt de aktiviteter som har rapporterats in via kartan på hemsidan, via email eller på annat sätt uppmärksammats av kansliet har sammanlagt 134 aktiviteter på ca.55 orter genomförts under Globala veckan 2016. Med utvärderingen från 2015 som grund är det stor sannolikhet att många fler aktiviteter har genomförts och inte rapporterats in. Utvärderingen visade att det under 2015 genomfördes 300-400 aktiviteter. Detta och det faktum att både utvärderingen 2015 och enkätundersökningen 2016 (se nedan) dessutom visar att de som har arrangerat en aktivitet under Globala veckan i regel fortsätter med det under kommande år.

### Enkätundersökning

I december 2016 gjordes en webbaserad enkät som skickades till alla prenumeranter av SKR:s nyhetsbrev om fred, rättvisa och hållbar utveckling, alla som beställt material och alla som ha registrerat en aktivitet på hemsidan, totalt 1465 personer. När enkätundersökningen stängdes hade 281 personer svarat på den. Enkäten visade<sup>1</sup> bland annat att 80 personer hade arrangerat minst en aktivitet och 69 personer hade deltagit i minst en aktivitet inom ramen för Globala veckan.

Av de 80 svarande som arrangerat minst en aktivitet 2016 svarade 58 att de arrangerat aktiviteter tidigare år och 16 svarade att de hade deltagit i aktiviteter under tidigare år. 56 av 76 svarande arrangörer svarade att de kommer att arrangera en aktivitet nästa år, 18 svarade kanske/ vet inte och endast 2 svarade att det helt beror på vilket tema det blir.

Av de 69<sup>2</sup> svarande som hade deltagit i minst en aktivitet 2016 svarade 36 att de hade arrangerat aktiviteter tidigare år och 30 svarade att de hade deltagit i aktiviteter tidigare år. 27 av 67 svarande deltagare svarade att de kommer att arrangera en aktivitet nästa år, 28 svarade kanske/ vet inte, 7 svarade nej och 5 svarade att det helt beror på temat. 44 av 66 svarande deltagare svarade att de kommer att delta i en aktivitet nästa år, 20 svarade kanske/ vet inte och endast 2 svarade att det helt beror på vilket tema det blir.

---

<sup>1</sup> Minst en felmarginal på fem, eftersom fem personer klickade i flera svarsalternativ som motsäger varandra.

<sup>2</sup> 23 av dessa svarade även att de hade arrangerat min en aktivitet 2016.

50 av 80 svarande arrangörer upplevde att de själva hade ökat sin egen kunskap om klimatfrågan genom sitt engagemang i Globala veckan (21 svarade att de redan var mycket insatta i frågan). 64 av 69 svarande arrangörer upplevde att aktiviteten hade bidragit till ökad kunskap om klimatfrågan hos deltagarna. 59 av 67 svarande arrangörer upplevde att deltagarna hade ökat sitt engagemang för klimatfrågan genom aktiviteten.

36 av de 67 svarande deltagarna i aktiviteter upplevde att deras kunskap hade ökat genom deltagandet i aktiviteten (21 svarade att de redan var mycket insatta i frågan). 47 av 54 svarande deltagare upplevde att deras engagemang för klimatfrågan ökade genom aktiviteten.

## Kampanj

Under hösten 2016 inför och under Globala veckan gjordes en bild- och film-kampanj i sociala medier som kallades #Klimathopp. Kampanjens budskap var att "alla behövs på alla nivåer på olika sätt för att bromsa klimatförändringarna, skapa klimaträttvisa och en bättre framtid för alla. Det kan ibland kännas som ett stort och tungt ansvar. Men vi är på väg åt rätt håll och det tas massor med goda initiativ!". Det gav även en teologisk reflektion kring hoppet.

Vi uppmanade folk att lägga upp en bild eller ett videoklipp på sociala medier där de hoppar, och sedan skriva i bildtexten vad som ger dem hopp i klimatfrågan, med hashtaggen #klimathopp. Alla hopp-videoklipp sammanställdes efter Globala veckan i en kort video som kan ses här:

<https://www.youtube.com/watch?v=6m4ilOBoFEA>

Enkätsvaren visar att 190 av 273 svarande hade sett kampanjen i sociala medier, på hemsidan eller i nyhetsbrevet. De allra flesta tyckte att kampanjen var bra och rolig.

På Facebook delades 18 videoklipp med hashtaggen #klimathopp som vart och ett nådde mellan 360 och 2 127 personer och hade mellan 18 och 1 600 visningar var. Två av dessa lades upp av andra konton än Globala veckan. 10 stillbilder delades med hashtaggen, varav fem lades upp av externa konton. Reaktionerna på klipp och bilderna var förhållandevis få, med mellan två och 44 reaktioner var (majoriteten av inläggen hade under 15 reaktioner var). Samma bilder och videoklipp delades även av Globala veckan på Twitter och Instagram.

Hashtaggen #klimathopp har också använts i andra typer av inlägg från Globala veckan, t.ex vid delandet av artiklar eller annan information om Globala veckan eller som relaterar till temat.

Globala veckans budskap om hoppet ledde även till att tidningen Dagen skrev en artikel med en kort intervju med kansliets personal, då de ville ha en kommentar på hur USA:s presidentval påverkade hoppet för klimatet framöver, *Kyrkornas globala vecka när världsfrågorna är som hetast*, 11 november.

## Tidning, TV och radio

Globala veckan skrev en debattartikel, *Låt klimathoppet bli synligt*, som publicerades i tidningen Dagen den 11 november. Temat nämndes i både TV-gudstjänsten den 13 november och båda radiogudstjänsterna den veckan. Mest tydligt kopplat till Globala veckan var budskapet i radiogudstjänsten i P1 den 20 november.

Globala veckan uppmärksammades i ett 20-tal artiklar i lokaltidningar runt om i landet. Lite oväntat även i en artikel i en katolsk nättidning i Italien.