



# Kommunikationsplattform 2018

Ett stöd i arbetet med kommunikation  
om studieförbundens roll i samhället.

Kommunikationsplattform 2018  
Studieförbundens material 2018:1  
[www.studieforbunden.se](http://www.studieforbunden.se)

**Kommunikationsplattformen 2018** är den femte i sitt slag och antagen av Studieförbundens styrelse.

**Tidigare plattformar** År 2007 antog Folkbildningsförbundets årsmöte en kommunikationsplattform för folkbildning, avseende perioden 2007 - 2009. Den kompletterades vid årsmötet 2009 med en konkretiserande handlingsplan för perioden 2009 - 2011. Reviderade plattformar avsåg perioderna 2011 - 2013 respektive 2013 - 2014. Dokument som funnits i anslutning till Kommunikationsplattformen är Kommunikationsplan för kommunkontakter 2013 - 2015 och Kommunikationsplan för Världens största musikfestival 2015.

# Kommunikationsplattform för Studieförbunden

Studieförbunden är de tio studieförbundens bransch- och intresseorganisation, som varit ett gemensamt folkbildningsförbund sedan 1903 och haft enbart studieförbund som medlemmar sedan 2009. Sedan 2016 hetat Studieförbunden i samverkan och kort benämnts Studieförbunden. Essensen av förbundets över hundra år långa historia formuleras i denna kommunikationsplattform, som ska fungera vägledande i Studieförbundens arbete med kommunikation, opinionsbildning och lobbying.

*Studieförbunden* ska synliggöra de tio studieförbundens betydelse för människor, politiker och tjänstemän och samhälle i syfte att stärka de tio studieförbundens roll.

*Studieförbunden* ska kommunicera så att de tio studieförbunden uppfattas som viktiga aktörer i samhällsutvecklingen och samhällsdebatten. Begreppet folkbildning ska vara positivt laddat begrepp och förknippas med de tio studieförbundens verksamhet.

*Studieförbunden* ska följa den pågående idédebatten om folkbildning. Verksamheten hos de tio studieförbunden ska kopplas till en bredare diskussion om folkbildning och bildning i samhället. De tio studieförbunden har ett unikt kunnande om folkbildning, vuxnas lärande och kultur som är intressant för många och därför ska spridas brett.

*Studieförbunden* ska uppmärksamma när medlemmarna, med sina olika inriktningar, bidrar till demokratin genom ökad kunskap, engagemang och aktivitet hos alla människor i samhället. Den gemensamma värdegrunden om alla människors lika värde och rätt ska lyftas fram och att de tio studieförbunden utgör Sveriges största mötesplats för människor som vill utvecklas.

# Bakgrund

Folkbildningen har en lång tradition och en stark förankring i det svenska samhället. I dag finns det tio statsbidragsberättigade studieförbund som arrangerar studiecirklar, kulturprogram och annan folkbildningsverksamhet. Utöver detta bedriver studieförbunden verksamhet för att möta särskilda aktuella samhällsutmaningar på uppdrag av regeringen, till exempel den verksamhet för asylsökande och nyanlända som ett stort antal människor deltagit i de senaste åren.

De tio studieförbunden har olika profil och idégrund, som präglas av olika tillhörigheter i skilda delar av det civila samhället samt genom de runt 400 medlems- eller samverkansorganisationer som studieförbunden har på central nivå. De olika profilerna är viktiga för att uppnå den mångfald som gör folkbildningen till den inkluderande samhällskraft den är. De tio studieförbunden delar en gemensam värdegrund om alla människors lika värde och rätt och utgör tillsammans Sveriges största mötesplats för människor som vill utvecklas. Denna bredd ska Studieförbunden kommunicera.

Studieförbundens verksamhet berör och är uppskattad av många människor. 6 av 10 har någon gång deltagit i studieförbundens verksamhet. 9 av 10 anser att studieförbunden är viktiga i samhället. Över 90 000 cirkelledare ansvarar för verksamhet över hela landet.

Varje år genomförs:

- 272 500 studiecirklar med 628 000 unika personer
- 371 500 kulturprogram med nära 20 miljoner besökare
- 60 000 arrangemang i annan folkbildningsverksamhet med nära 400 000 unika deltagare
- Sedan 2015 finns också studiecirklar med asylsökande i stor skala: närmare 90 000 deltog år 2016

Därutöver genomförs speciella satsningar, projekt, samarbeten och offentliga uppdrag.

# Omvärldens syn på studieförbund och folkbildning

Bilden av de tio studieförbunden skapas av allmänhet, politiker, tjänstemän och beslutsfattare, deltagare, möjliga deltagare, verksamma vid universitet och högskola, aktiva i studieförbundens medlemsorganisationer, i andra folkrörelser och i civilsamhället. Studieförbunden gör återkommande mätningar för att få kännedom om omvärldens syn på studieförbund och folkbildning, för att bättre kunna rikta de kommunikativa insatserna.

## Allmänhet

Bland allmänheten anser 61 procent att de känner väl till vad ett studieförbund är, 35 procent känner igen svagt och tre procent har aldrig hört talas om det. 66 procent är positivt inställda till studieförbund och få är negativa visar en Novus-undersökning som Studieförbunden gjorde 2016. 43 procent uppger att de känner till begreppet folkbildning bra, 49 procent känner igen det svagt och tio procent har aldrig hört talas om folkbildning. Äldre är mer bekanta med begreppet än yngre. I åldern 16 - 25 år känner 18 procent inte till begreppet, medan det i gruppen 65 år och uppåt endast är fyra procent som säger sig inte veta vad folkbildning är. 61 procent är positivt inställda till folkbildning, få är negativa. Äldre är mer positiva än yngre, vilket förmodas bero på att kännedomen är högre hos äldre.

## Politiker

Majoriteten av de politiska partierna uttalar sitt stöd för folkbildningen och studieförbundens verksamhet. 97 % procent är positivt inställda, men bara hälften associerar folkbildning till studieförbund. I en Sifo-undersökning som gjordes på uppdrag av Studieförbunden (december 2015 – januari 2016) mättes en ökad kännedom och en mer positiv attityd till studieförbunden hos kommunpolitiker och tjänstemän än 2013. Minskningen av de generella kommunbidragen har dock inte avstannat men väl bromsat in sedan år 2013.

Resultat bland kommunstyrelsens ordförande i Sverige 2016:

- 71 procent uppfattar studieförbund som en resurs för lokal utveckling
- 55 procent anser att studieförbundens verksamhet är mycket viktig och 38 procent anser att den är viktig
- 97 procent kan nämna någon specifik verksamhet som något eller några studieförbund bedriver i kommunen
- 79 procent har en mycket positiv inställning till folkbildning
- 87 procent anser att folkbildning är starkt sammankopplad med alla

människors lika värde

- I genomsnitt känner kommunstyrelsens ordförande till 5 av 10 studieförbund

Sammanfattningsvis kan man se att de flesta är positiva till studieförbund, men att många unga saknar kännedom om studieförbunden. Även kommunpolitiker är positiva till studieförbunden, men saknar kännedom om vilken verksamhet som studieförbunden gör i deras kommun.

# Synlighet i media

Studieförbunden har som sitt uppdrag att uppmärksamma, dela och sprida de tio studieförbundens synlighet i media i olika kanaler.

De tio studieförbundens verksamhet är väl synlig i lokala media. Under ett år kan det handla om uppåt 8 000 artiklar som beskriver verksamheten. Lokalt finns många företrädare som kan berätta om verksamheten, och studieförbunden syns även på debattsidorna. Givna nyhetstillfällen är terminsstart, start av studiecirklar och projekt, kända föreläsare och artister, kulturarrangemang, aktiviteter i samband med temadagar eller temaveckor och aktiviteter under skollov och ledigheter. I lokalnyheterna kan inköp och försäljning av lokaler kontor, studielokaler, musikhus eller annat i studieförbunds regi vara av stort intresse. Intresseväckande namn på studiecirklar får också genomslag, som *Bilförlossningskurs* och *Studiecirkel i negativt tänkande*. I nationella media får Studieförbunden utrymme i samband med ny statistik, rapportsläpp, nya nationella satsningar av staten, samt med debattartiklar.

Det går att se ett växelspel mellan lokal och nationell media. Ett exempel är folkbildning med asylsökande, som fick mycket medial uppmärksamhet under 2015, framför allt från lokala och regionala media med i genomsnitt en artikel eller intervju i radio och tv varannan dag. Under våren 2016 fick Studieförbunden mer utrymme i riksmidier och både TT-inslag och Ekot-intervjuer, vilket gav genklang lokalt och regionalt. I oktober 2017 publicerade en debattartikel i Aftonbladet om hotet mot demokratin i samband med konferensen Folk & Bildning.

## Ordet folkbildning i media

Begreppet folkbildning är i dagspressen främst sammankopplat med kända personer och med public serviceprogrammen, enligt en studie av forskaren Matilda Wiklund. Studien visar också att folkbildning är ett positivt begrepp i dagspressen. Ökad synlighet av studieförbunden bidrar också till ökat medieutrymme för frågor som livslångt lärande, folkrörelser, folkbildningens metoder och demokratiska processer.

## Sociala medier

Studieförbunden har konton på Facebook, Twitter, Instagram och Youtube där aktuella inlägg publiceras. Rörlig bild blir allt oftare en kommunikationsform, både för Studieförbunden och de tio studieförbunden, bland annat filmer ur verksamheten, med deltagare, streamade föreläsningar samt klipp med företrädare från de olika studieförbunden.

I och med ökad digital närvaro sprids material också i ännu högre utsträckning vilket lyfter fram betydelsen av studieförbunden ur till exempel sociala, ekonomiska,

utbildningspolitiska och regionala aspekter. Verksamhetsexempel och människors egna berättelser skapar känslomässigt engagemang och uppmärksamhet, som stärker argumenten, liksom aktuell forskning, statistik och rapporter.

# Kommunikation om det studieförbundsgemensamma

Sammanfattningsvis har Studieförbunden ett antal kommunikativa utmaningar, men samtidigt stora möjligheter att sprida angelägna budskap. De områden och frågor som är i fokus varierar över tid. Det är Studieförbundens uppgift att vara länkade till samtiden, uppdaterade på vad som händer lokalt, regionalt och nationellt och fånga upp frågor där de tio studieförbunden antingen gör betydande insatser eller visa var och hur studieförbunden kan göra mer.

Det finns möjlighet att:

- positionera folkbildningen som en samhällskraft och ta plats i samhällsdebatten
- fylla begreppet folkbildning med innehåll och berättelser kopplade till studieförbundens verksamhet.
- bidra till att öka kunskapen om verksamhetens bredd, inriktning och betydelse för individ, storstad, landsbygd och samhällsutveckling
- öka kunskapen om studieförbundens förmåga att snabbt agera och kunna möta olika samhällsutmaningar.
- intensifiera dialoger och samarbeten med kommunerna för att skapa en gemensam diskussion om varför stöd till folkbildningen är en god investering för samhällets och kommunens utveckling och framtid. Indirekt är detta ett arbete för ökade generella anslag.
- förankra folkbildningen hos unga och genom dem få nya röster och flera kanaler som för folkbildningens budskap in i framtiden.

## Kommunikationsmål

Syftet med den studieförbundsgemensamma kommunikationen är densamma som Studieförbundens verksamhetsidé: att stärka folkbildningens idé och studieförbundens ställning i samhället.

Övergripande mål

- Skapa kännedom om och sprida studieförbundsgemensamma budskap om de tio studieförbunden som viktiga folkbilningsaktörer i samhället med verksamhet av och för människor i en föränderlig tid och värld
- De tio studieförbunden ska uppfattas som viktiga aktörer i samhällsutvecklingen och i samhällsdebatten
- Folkbildningens betydelse för människor och samhälle ska vara väl känd
- Det ska finnas en väl spridd kunskap och förståelse om förutsättningar, innehåll och genomförande av de tio studieförbundens verksamhet



## Strategier

Kommunikationsplattformen ska fungera som en utgångspunkt för opinionsbildning och strategier i syfte att stärka studieförbundens ställning i samhället, genom att:

- tydligt koppla folkbildning till studieförbunden och studieförbunden till folkbildning
- synliggöra studieförbunden som kultur- och bildningsaktörer
- skapa uppmärksamhet genom att illustrera och exponera folkbildningen som en samhällskraft
- använda den emotionella berättelsen som metod och visa på goda exempel från verksamhet över hela landet
- identifiera och lyfta fram samhällsfrågor där folkbildning har en viktig plats

## Grafiska riktlinjer och bildmanér

Studieförbundens grafiska riktlinjer, som togs fram våren 2016, används i alla kommunikativa sammanhang. Den syftar till att Studieförbundens kommunikation ska upplevas som tillgänglig och intressant.

Tre värdeorden är framtagna för att beskriva Studieförbundens bildstil/bildmanér. De ska prägla alla sorters fotografier och teckningar i nätbaserad och tryckt kommunikation i syfte att väcka intresse.

Kunskapshöjare  
Samspelta  
Nyfikna

## Årscykel för kommunikationsstrategier

Varje vår håller Studieförbunden styrelse- och ordförandekonferens där en gemensam omvärldsspaning och analys görs. I styrelsen diskuteras prioriterade frågor utifrån politiska händelser som slås fast i verksamhetsplanen inför kommande verksamhetsår i december månad.

När styrelsen beslutar om en gemensam kommunikationssatsning ansvarar *Studieförbunden* för att formulera en strategi som sedan följer kommunikationskedjan. Via Infonet, den studieförbundsgemensamma samverkansgruppen för kommunikationsansvariga, diskuteras strategival och planering för stöd och förankring i de tio studieförbunden. Diskussionerna blir vägledande i det fortsatta gemensamma kommunikationsarbetet. Via Infonet kan också de tio studieförbunden presentera och dela egna kommunikationssatsningar, för att sinsemellan öka kännedomen om de olika studieförbundens arbete.

## Kommunikationskedja

Kommunikationskedjans olika länkar kan beskrivas såhär;

- omvärldsbevakning
- omvärldsanalys
- intern åsiktsbildning – budskapsformulering
- strategival och planering med stöd av Infonet
- genomförande av insatser – budskapslansering
- utvärdering
- uppföljning.

## Målgrupper

De primära målgrupperna är:

- politiker, tjänstemän och andra beslutsfattare
- media och opinionsbildare
- eventuell övrig målgrupp som en speciell satsning formulerat
- allmänhet

## Viktiga budskap

Nedan listas generella budskap som stärker bilden av de tio studieförbunden som samhällsaktörer. Dessa budskap kan återspegla en bas för den opinionsbildning som sker löpande i aktuella frågor hos *Studieförbunden*. Utöver dessa budskap kommunicerar *Studieförbunden* budskap kopplade till nyheter, rapportsläpp och politiska förändringar.

De tio studieförbunden

- bidrar till en demokratisk infrastruktur som gör att människor och organisationer i hela landet kan höja sin kunskap och sitt engagemang. En effekt är att fler ges möjlighet att höja sina röster och delta i samhällsdebatten.
- bidrar till bildning och kultur i hela landet.
- är Sveriges största mötesplats för människor som vill utvecklas. Mötesplatserna arrangeras på eget initiativ eller tillsammans med andra aktörer.
- är liksom folkhögskolorna unika folkbildningsorganisationer som gör det livslånga lärandet tillgängligt för alla.
- behöver ett generellt stöd att bedriva folkbildning och förtroende från politiken och andra samarbetsparter för att vara flexibla och kunna utforma sin verksamhet på bästa sätt som garanterar ett livslångt lärande.

## Signalord

Ord som används för att stärka studieförbunden: studieförbund, samhällsaktör, folkbildning, bildning, demokrati, kultur, människor, möten, mötesplats, kunskap,

lärande, ideell, aktiv, nyfiken, engagemang, studiecirkel, dela, skapa, delaktig, sammanhang, samtal, gemenskap, modern, flexibel, tillgänglig och så vidare.

## Talespersoner

Studieförbundens generalsekreterare är i första hand talesperson för Studieförbundens studieförbundsgemensamma budskap. Vid behov är det ordförande och vice ordförande, alternativt ledare eller deltagare från verksamhet.

## Kanaler

Kanaler för Studieförbundens studieförbundsgemensamma kommunikationen:

- Personliga möten
- Kontakter med politiker och tjänstemän
- E-post
- Trycksaker
- Webb och sociala medier
- Media

## Copytext med kärnvärden

Officiell copytext som används vid studieförbundsgemensam kommunikation.

*Studieförbunden är de tio studieförbundens bransch- och intresseorganisation. Våra medlemmar är: ABF, Folkuniversitetet, Ibn Rushd, Kulturens Bildningsverksamhet, Medborgarskolan, NBV, Sensus studieförbund, Studieförbundet Bilda och Studieförbundet Vuxenskolan. Vi står för demokrati, folkbildning och kultur för alla. Verksamheten finns i landets alla kommuner.*

# Utvärderingar och uppföljningar

Studieförbunden gör årliga mätningar och uppföljningar, som avser attityder till, och kännedom om, folkbildning och studieförbundens verksamhet.

## **Beslutsfattare**

Studieförbunden mäter med jämna mellanrum kommunpolitikerns och kommunala tjänstemäns kännedom och attityd till studieförbund och folkbildning. Nästa mätning är planerad till 2019.

## **Allmänhet**

Studieförbunden genomför varje år en undersökning som ligger till grund för rapporten Bildningstrender där allmänheten svarar på frågor om kännedom och attityd till studieförbund och folkbildning (Detta har gjorts sedan 2016).

## **Deltagare**

Folkbildningsrådet genomför nischade deltagarundersökningar varje år.

## **Massmedier**

Studieförbunden sammanställer statistik för mediemedverkan för särskilda studieförbundsgemensamma satsningar