***Filterboblen***

***Et viktig utgangspunkt er å finne ut hvem menigheten når i dag og i hvilke kanaler. Nasjonalt ser vi at kommunikasjon overveiende når frem til kvinner som er 55 år og eldre og som har en tro. Hvem når du med din kommunikasjon?***

***Filterboble handler om det fenomenet vi ser i dag når kommunikasjonen filtreres gjennom digitale medier avhengig av folks interesser. Les mer om filterboble på Store norske Leksikon:*** <https://snl.no/filterboble>

Undersøk menighetens vanligste kanaler

* Menighetsbladet
* annonser
* Nettsider
* Facebook
* Facebookgrupper for ulike målgrupper
* Instagram
* Annet?

Det finnes gode verktøy for å analysere de forskjellige kanalene. Hvor mange følgere har du på Facebook? På Instagram? Hvilke innlegg har hatt størst rekkevidde (nådd av folk flest)? Du kan enkelt studere menighetens tilstedeværelse på Facebook ved å bruke denne instruksjonen.

Er det mest unge eller eldre som besøker nettstedet ditt? Hva er de mest besøkte sidene på nettstedet ditt? For å se nettstatistikk, må du logge deg på menighetens / fellesrådets Google Analytics-konto. Hvis du ikke har en konto, kan du få hjelp med den ved å kontakte kontorstøtte.

Følg den enkle modellen for bruk av Google Analytics.

Hvor synlig er menigheten i lokale medier? Hvor bred er for eksempel rekkevidden? den lokale avisen? Få hjelp av bispedømmet for å følge opp hvordan din tilstedeværelse i den lokale pressen har sett ut gjennom de siste fire årene i Opoint- medieovervåkingsverktøyet til Den norske kirke.

Hvor stor rekkevidde har menighetsavisen og hvor mange leser den? Hvis du har en lokal leseverdiundersøkelse, kan du starte med den. Hvis det ikke er noen, kan du få gode generelle tips ved å se filmen om leseverdiundersøkelsen, der prosjektleder for Kommunikasjon som Misjon, Magdalena Widmark, forteller.

***Aldersgrupper***

Hvilke aldersgrupper nås av kommunikasjonen du skaper? Du kan presentere resultatet i powerpointen se vedlegg filterboble.