

Soziale Netzwerke: Weltweit, Pfälzisch, Protestantisch, Profiliert

Menschenfischer im Netz?

Auch wenn viele Kirchenmenschen es noch nicht wahrnehmen oder wahrhaben wollen: Facebook, Youtube, Twitter, Google+ und Co gehören längst zur Lebenswelt, nicht nur junger Leute. Die sozialen Medien und Netzwerke wachsen ständig. Facebook hat – allen voran – allein hierzulande über 22 Millionen Mitglieder. Mehr als ein Viertel der Deutschen sind hier regelmäßig aktiv.

„Ich will euch zu Menschenfischern machen“, sagt Jesus einst den Seinen. (Markus 1, 17) Inzwischen fischen im weltweiten Netz die Menschen einander. So verwirrend und verworren es manchmal dort zugehen mag, so bewusst und kritisch damit umgegangen werden muss: Social Media, die neuen Netzwerke, bringen Leute zueinander.

Menschen teilen im Web ihre ganz eigenen Ansichten, Anregungen und Anfragen zu Gott und der Welt.

Keine Frage, dass auch die Kirchen sich hier zu Wort melden, besser Christenmenschen, die höchstpersönlich im Netz unterwegs sind. Einige wie Alexander Ebel sind schon lange mit Leidenschaft dabei. Im Blog der Landeskirche lesen Sie mehr zu seinen [Erfahrungen](#) als langjähriger Netzsurfer.

Seit Herbst 2011 bin ich, Mechthild Werner, mit einer Viertelstelle für Social Media beauftragt. Meine Aufgabe als „Netzpfarrerin“: Mitteilen, was dran ist in Kirche und Welt – und in der Pfalz. Teilen, was mir auf dem Herzen liegt. Hören, was andere denken, glauben und tun. Und dabei ganz Auge und Ohr sein für alles, was Christum treibt und was wir Christen so treiben.

Meine [ersten Erfahrungen](#) lesen Sie bei „pfälzisch, protestantisch, profiliert“. So lautet der Titel des Blogs und der Anspruch an all unsere Aktivitäten auf [Facebook](#), [Youtube](#) und [Twitter](#).

Seit 20 Jahren tummle ich mich bereits im Netz von Funk und Fernsehen. Das WEB 2.0 ist mir noch neu. Darum bin ich entsprechend neugierig, wer und was mir hier so alles entgegen schwimmt. Sie auch?

Ich lade Sie gern ein. Ob Kirchgemeinden, Kirchkreise, Kirchliche Einrichtungen: Sie können sich jederzeit persönlich beraten lassen. Damit sich aber niemand im weiten Netz verliert oder verstrickt: Einige „Guidelines für Social Media“, sprich einige Grundsätze zum Einstieg ...

Menschen fischen im Netz!

Im Internet geht es kaum anders zu als im richtigen Leben. Genau wie in Büro, Bus, Küche, Kneipe oder Kirche wird im Netz miteinander geredet und getratscht. Menschen quatschen und machen Quatsch. Sie tauschen sich über Neues aus, teilen Fotos und Musik, teilen ihre Meinungen mit. Sie verabreden, engagieren, organisieren sich, gehen miteinander auf die Straße. Das virtuelle Leben ist nicht allein virtuell, es ist auch real.

Hier handeln echte Menschen. Sie fischen sich im Netz heraus, was und wer sie interessiert. Sie suchen Ähnlichdenkende, finden aber – leichter als sonst – auch Andersdenkende. Schnell stoße ich auf Leute jenseits der eigenen Straße und Schicht. Im Netz treffe ich Andersglaubende und Atheisten, Zweifler, Spötter und Suchende. Gerade in diesem schnellen und persönlichen Medium werden immer wieder Glaubensfragen gestellt. Für viele Menschen sind die Netzwerke der einzige Ort, an dem sie über Religion und Kirche ins Gespräch kommen oder seelsorgerliche Beratung in Anspruch nehmen.

Im Netz geht es also zu wie im richtigen Leben – und doch ein wenig anders. Der Austausch ist real, aber virtuell vermittelt. Die Kommunikation in den sozialen Netzen bringt damit auch einige spezifische Strukturen und Situationen hervor. Eine andere Art von Austausch, von Kontakten ist entstanden. Hunderte „Friends“ können und wollen keine guten „Freunde“ sein. Das englische Wort meint eher „Bekannte“. Diese Art, Kontakte zu knüpfen und zu pflegen, will gelernt sein.

Soziale Netzwerke können das vorhandene soziale Netz aus Familie, Freunden und Kirchgemeinde stärken und sehr schnell erweitern. Dank „viraler Kommunikation“ verbreiten sich Informationen in Sekundenschnelle, von Klick zu Klick auf Tausende Mitwisser. Wer sie weiter verbreitet, trägt dabei auch eine große Verantwortung. (ein Beispiel für eine zweifelhafte Verbreitung zeigt der [„Kony-Effekt“](#).)

Die mediale Kommunikation birgt, wie alle anderen auch ihre Chancen und Risiken. Einige Stichpunkte:

- Wer mag, pflegt viele, lockere Freundschaften. Ein eigenes Forum für Kontakte.
Problem: Soziale Isolation, Suchtgefahr
- Wer möchte, kann anonym bleiben. Ein offener Raum für Meinungen.
Problem: Cybermobbing, Suizidgefahr
- Wer drin ist, kann selbst mitreden. Ein Medium mit gleichem Recht für alle.
Problem: Pseudo-Demokratie durch ungleiche Chancen (Zugang, Bildung)
- Wer dabei ist, bestimmt die eigenen Inhalte. Ein Medium mit persönlicher Farbe.
Problem: Datenschutz, Persönliches auf kommerzieller Plattform

Fazit: Social Media können ebenso sozial wie unsozial werden.

Chancen wie Risiken sind eine Herausforderung für die mediale Gesellschaft und besonders für die Kirche: Menschen miteinander ins Gespräch bringen, sie in Krisen stützen, die Kommunikation unterstützen. Auch im Netz lässt sich das (Glaubens-)Leben teilen.

Christenmenschen fischen im Netz!

Neben dem Engagement einzelner Christen empfiehlt es sich auch für Kirchengemeinden, Kirchenbezirke oder den Landeskirchenrat, die sozialen Netzwerke zu nutzen. Einige wichtige Aspekte:

- Social Media sind ein weiterer, schneller Informationskanal.
- Social Media dienen der kirchlichen Imagepflege.
- Social Media vernetzen die kircheninterne Kommunikation.
- Social Media stützen Hauptamtliche bei ihrer Arbeit.
- Social Media stärken Ehrenamtliche in ihrer Eigenverantwortung.
- Social Media erweitern die Reichweite in andere, auch kirchenferne Milieus.
- Social Media erweitern das eigene Können und Wissen durch die Kompetenz aller.

Dieses „Cloud-Learning“, zu Lutherdeutsch „dem Volk aufs Maul schauen“, ist ein besonderer Mehrwert der sozialen Netzwerke. Mit ihrer Hilfe lassen sich Absprachen treffen, Projekte organisieren, Initiativen anstoßen - über Gemeinde-, Bezirks-, ja Landeskirchengrenzen hinweg.

Darüber hinaus bieten die Netzwerke auch eigene kirchliche und liturgische Formen aus. Twittagsgebete, Twitterandachten, Gottesdienste mit Beteiligung im Chat, virtuelle Trauerfeiern, digitale Kondolenzbücher und und ...

10 Grundsätze und Grundfragen für Netzwerker

1. Soziale Medien sind Medien - *be real*
Sie sind ein medialer Weg, weder zur Hölle noch zum Heil.
Sie ergänzen die kirchliche Medienarbeit, sie ersetzen sie nicht.
Gefragt sind gute Ideen, gute Netzwerker und ein wenig Zeit.
Bin ich bereit?
2. Soziale Medien sind sozial – *be personal*
Sie sind nicht monologisch sondern dialogisch.
Sie setzen neben der sachlichen auf die persönliche Botschaft.
Gefragt sind klare Haltung, Meinung und vor allem Austausch.
Bin ich offen?
3. Soziale Medien sind real – *be authentic*
Sie bieten einen virtuellen Modus zur realen Kommunikation.
Sie bestehen aus lebendigen Menschen in ihren eigenen Lebenswelten.
Gefragt sind echtes Interesse und ehrliche Anteilnahme.
Bin ich echt?
4. Neue Medien sind neu – *be curious*
Die Anwendungen werden stets weiterentwickelt von den Anbietern.
Das Angewandte verändert sich ständig durch die Nutzer.
Gefragt sind Fortbildung, Flexibilität und Mut zum Ausprobieren.
Bin ich neugierig?
5. Wissen, wer wir sind – *know your story*
Was ist meine „Botschaft“, mein Profil?
Was sage ich?
6. Wissen, wen wir suchen – *know your audience*
Was ist meine „Gemeinde“, mein Publikum?
Wen spreche ich an?
7. Wissen, wohin wir wollen – *know your goals*
Welcher „Kanal“ ist richtig für meine Kontaktsuche?
Warum kommuniziere ich?
8. Wissen, wie wir wirken – *know your monitoring*
Wie anregend sind meine Inhalte im Vergleich mit anderen?
Wie unterhaltend bin ich?
9. Wissen, was wir tun – *be serious*
Wie verantwortlich gehe ich mit persönlichen Daten und Rechten um?
Wie sorgfältig bin ich?
10. Soziale Medien sind wir – *be to see*
Wie persönlich, politisch, emotional, loyal treten Kirchenmenschen auf?
Wie profiliert sind wir?