

## **Aufgabenfeld: Öffentlichkeitsauftrag**

### **Handlungsfeld: Soziale Netzwerke und Medien**

#### **Beschreibung des Handlungsfeldes:**

**Auftrag und Ziele:** Die sozialen Netzwerke und Medienportale im Internet (z.B. Facebook und YouTube) verzeichnen enorme Wachstumsraten. Facebook hat in Deutschland über 22 Millionen aktive Mitglieder; mehr als ein Viertel der Bevölkerung nutzt dieses Netzwerk also regelmäßig. In Netzwerken dieser Größe entstehen digitale Abbilder der analogen Gesellschaft. Hinter den Nachrichten, die hier ausgetauscht werden, stehen reale Personen mit denselben Interessenlagen, Hoffnungen, Krisen und Glaubenshaltungen wie im „echten Leben“. Der Austausch über Glaubensfragen findet mittlerweile auch und gerade online statt. Für viele Menschen ist es sogar der einzige Ort, wo sie dieser Thematik begegnen oder aktiv Informationen und Gespräche suchen. Auch seelsorgerliche Anliegen werden hier formuliert.

Die Online-Kommunikation bringt jedoch auch spezifische Formen und Situationen hervor, die in der analogen Welt keine oder nur eingeschränkte Parallelen haben, etwa: die Möglichkeit, anonym zu agieren; die Tatsache, dass alle Beteiligten Empfänger *und* Sender sein können; das Phänomen, dass vor allem viele „schwache“ Beziehungen entstehen und gehalten werden statt weniger „starker“, was bereits zu neuen Sozialformen geführt hat.

Wie jede Kommunikation, so birgt auch die Kommunikation in den sozialen Netzwerken zugleich zahlreiche Chancen als auch Risiken. So können einerseits Kirchengemeinden, Kirchenbezirke und Landeskirchenrat die Netze als zusätzlichen Informationskanal nutzen. Sie können „dem Volk aufs Maul schauen“, Einblick in die Lebenswelt verschiedener Milieus bekommen. Mit Hilfe der Netzwerke lassen sich Absprachen treffen, Projekte organisieren, Initiativen anstoßen – über Gemeinde-, Bezirks-, Landeskirchengrenzen hinweg. Sie können dazu dienen, die Eigenverantwortung von Ehrenamtlichen als Christinnen und Christen im Netz zu stärken. Sie können dazu dienen, Hauptamtliche bei ihrer Arbeit zu stützen und zu unterstützen. Und die Präsenz in den sozialen Netzen dient ganz allgemein der Imagepflege.

Auf der anderen Seite stehen: die Problematik des Datenschutzes und der Privatsphäre; die Erkenntnis, dass mit der digitalen Gesellschaft auch neue Formen von Cyber-Kriminalität entstanden sind; die Tatsache, dass mit der Medien- und Onlineabhängigkeit ein neues Suchtphänomen aufgetreten ist, das zu gesundheitlichen Schäden und sozialer Isolation führen kann; schließlich Berichte von Cyber-Mobbing unter Jugendlichen.

Chancen *und* Risiken motivieren das kirchliche Engagement in den sozialen Netzen und das Anliegen, dieses als Handlungsfeld der Landeskirche zu etablieren. Die Risiken sind gerade kein Grund, diesen Bereich zu meiden, sondern im Gegenteil erst recht als Herausforderung für die Kirche zu sehen, auch hier Menschen in Krisensituationen beizustehen.

Es kommt darauf an, diese neuen Kommunikationsräume zu erschließen – ohne Scheu vor öffentlicher Kritik und mit dem Mut, auf die Kompetenzen der vielen Menschen zu vertrauen, die sich bereits in den Netzen tummeln und unsere Kirche konstruktiv mitgestalten wollen.

**Zielgruppe** sind im weitesten Sinne alle, die sich von den kirchlichen Aktivitäten in den sozialen Netzwerken ansprechen lassen, gleich welchen Alters, Milieus oder Bindungsverhältnissen zur Kirche. Inhaltlich wird sich ergeben, dass vor allem Christinnen und Christen angesprochen werden, die sich der pfälzischen Landeskirche verbunden fühlen. Im engeren Sinn richten sich die Maßnahmen des Handlungsfeldes schließlich gerade an alle diejenigen Pfälzer Protestantinnen und Protestanten, welche den kirchlichen Auftrag im Netz wahrnehmen wollen oder sollen, seien es Haupt- oder Ehrenamtliche.

**Maßnahmen / Projekt:** Effektiv besteht das Handlungsfeld bereits seit dem Frühjahr 2010, als für die pfälzische Landeskirche ein Facebook-Profil und ein Twitter-Account angelegt wurden. Zu einer echten Nutzung der Chancen, die in der Interaktivität liegen, kam es anfangs mangels Zeit und Dienstauftrag nicht; es wurden nur auch dort die landeskirchlichen Pressemitteilungen verbreitet. Seit Mitte 2011 ist Pfarrerin Mechthild Werner mit 25 Prozent einer Vollzeitstelle für den Bereich Social Media beauftragt. Als erste Maßnahme, um mit Haupt- und Ehrenamtlichen sowie weiteren Interessierten in einen Dialog einzutreten, wurde ein Weblog eingerichtet. Pfarrerin Werner stellt darin wöchentlich ein Thema, oft mit pfälzischem Bezug, zur Diskussion. Des Weiteren kamen bereits erste Beratungsanfragen landeskirchlicher Einrichtungen, die selbst in den sozialen Netzen präsent sein wollen. Es wäre höchst wünschenswert, das Handlungsfeld so auszustatten, dass diese Beratungstätigkeit in größerem Umfang – für Kirchengemeinden und Kirchenbezirke – wahrgenommen werden kann. Es ist ein wichtiger Bestandteil des Projekts, Haupt- und Ehrenamtliche vor Ort zu ermutigen und zu befähigen, selbst aktiv zu werden. Gerade Interessierten, die vor dem eigenen Engagement in den Netzwerken aufgrund technischer Hürden oder anderer Unsicherheiten noch zurückschrecken, sollen Einstiegshilfen angeboten werden. Denn wir wollen das Ehrenamt stärken, auch online. Der stetig in Bewegung befindliche „Markt“ der sozialen Netze ist aktuell zu beobachten, gerade auch im Blick auf die jeweiligen Sicherheits- und Datenschutzeinstellungen, um hier kompetente Beratung zu ermöglichen. In diesem Zusammenhang sind auch „Social Media Guidelines“ zu entwickeln, hilfreiche Ratschläge für kirchliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu ihrem Auftreten in den Netzen.

### **Rechtliche Grundlagen:**

Das Strategiepapier der Landessynode vom Mai 2011, Punkt 3.2, fordert eine „gute Medienarbeit als Voraussetzung dafür, dass die Stimme der Kirche in der Öffentlichkeit gehört werden kann“. Das Handlungsfeld „Soziale Medien“ gehört in die Verantwortung des Presse- und Öffentlichkeitsreferates und ist damit dem Dezernat des Kirchenpräsidenten zugeordnet, dessen verfassungsmäßiger Auftrag es ist, die Landeskirche in der Öffentlichkeit zu vertreten (§ 84 Abs.1 KV).

Alexander Ebel, Dezember 2011