

Communio out? Community in?

Kirche und Medien zwischen Globalisierung und Fragmentierung
L'Eglise et les médias entre mondialisation et communautarisme

40 Jahre / 40 ans Communio et Progressio

Fribourg/Freiburg 12.01.2012

Workshop: Kirche in den Social Media

Charles Martig, Geschäftsführer Katholischer Mediendienst (Leitung)

Eva-Maria Faber, Rektorin der Theologischen Hochschule Chur

Stephan Sigg, Redaktionsleiter kath.ch

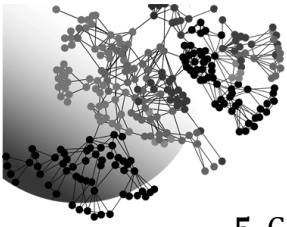
Thesen

1. Die sozialen Netzwerke führen zu einer Revolution in der Art und Weise, wie Menschen untereinander kommunizieren. Diese Medienentwicklung ist genauso bedeutend wie die Erfindung des Fernsehens.

2. Die neuen Technologien des Web 2.0 bieten Chancen: Sie schaffen neue Beziehungen zu Menschen, die die Kirche nicht mehr erreicht. Sie sind ein «Geschenk für die Menschheit» und sollen zur «Evangelisierung des digitalen Kontinents» genutzt werden (Botschaft zum Mediensonntag 2009).

3. Social Media sind demokratisch, dialogisch und interaktiv. Wenn Kirche sich auf die sozialen Netzwerke einlässt, wird sie auch ihre Art und Weise der Kommunikation verändern müssen: von der Einwegkommunikation zum dialogischen Austausch. Dies hat wiederum Auswirkungen auf die Ekklesiologie.

4. Es handelt sich um eine nachhaltige Veränderung, der sich die Kirche nicht entziehen kann. In der Schweiz hat sich Facebook in der Unternehmenskommunikation durchgesetzt. Damit ist dieses Netzwerk zum Marktführer geworden. Eine Präsenz der Kirche auf Facebook ist also unumgänglich. Hinzu kommen weitere soziale Netzwerke, die mit ihren spezialisierten Diensten einen wertvollen Dienst für Seelsorge und Verkündigung leisten können.



5. Gemäss der 90-9-1 Regel bleiben auch im Social Web 90 % der Teilnehmenden Beobachter und Beobachterinnen. 9 % beteiligen sich durch Weitergabe von Inhalten und nur 1 % ist kreativ tätig. Eine Gemeinschaft funktioniert erst ab rund 1000 Mitwirkenden. Jede Gemeinschaft braucht dabei einen Community-Manager. Bistümer, Kantonalkirchen, Pfarreien und Gemeinden müssen sich überlegen, wie sie diese Aufgabe in ihre Tätigkeitsfelder integrieren.

6. Der Datenschutz ist in den Social Media nicht gewährleistet. Es handelt sich grundsätzlich um eine öffentliche Form der Kommunikation. Grosse private Firmen wie Google oder Facebook sammeln gewaltige Datenmengen und gefährden damit den Schutz der Privatsphäre. Die Kirche ist dazu aufgerufen, gegen diese Entwicklung kritisch zu bleiben und öffentlich Transparenz einzufordern.

Literaturhinweise

Marie-Christine Schindler / Tapio Liller: PR im Social Web. Das Handbuch für Kommunikationsprofis, Köln 2011.

Charles Martig: Soziale Netzwerke. Chancen und Risiken für die Kirche, in: SKZ 44/2011.

<http://www.kath.ch/skz/index.php?&na=0,0,0,0,d,...&kz=3763>

Charles Martig: Kirche im Web 2.0 - Euphorie oder kritische Zurückhaltung, in: Medienheft vom 11.5.2009.

http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k09_MartigCharles_01.html

Papstbotschaft zum Mediensonntag 2009:

<http://www.medien Sonntag.ch/2009/dokumente.php>