



KM 12/17 Kirkens digitale satsing og medlemskommunikasjon

Kommentarer fra kirkemøtekomité F

Komiteen legger saksdokumentet til grunn for sitt arbeid.

Vi står ved et veiskille når det gjelder medlemskommunikasjon. På 1400-tallet utviklet Johan Gutenberg boktrykkerkunsten, som resulterte i den 42-linjede Bibelen i 1455, den første masseproduserte boken i Europa. I dag er det ikke papir som er den viktigste kommunikasjonsplattformen, men en rekke ulike digitale kanaler og plattformer, som nettaviser, blogger og sosiale medier-kanaler (SoMe). Men ikke alle i Norge har muligheten til å ta del i den teknologiske utviklingen. Den norske kirke skal kommunisere både med dem som fremdeles leser avisen på papir og dem som kun bruker digitale kanaler.

Dette veiskillet forsterkes ytterligere av en annen historisk grunn: Fra og med 1. januar 2017 er ikke Den norske kirke en statskirke. Dette bør få ambisiøse konsekvenser for vår satsing på digital kommunikasjon og medlemskontakt.

Den norske kirkes tilstedeværelse på ulike digitale plattformer handler om nærvær. Det er en arena med mangfold av muligheter til formidling av evangeliet som vi ikke har hatt tidligere. Slik trykkekunsten var en revolusjon innen kommunikasjon på 1400-tallet, er også alle de digitale kommunikasjonsverktøyene en revolusjon i dag. Det handler om å kommunisere et budskap, som vi kan spre ut til verden med et tastetrykk.

Komiteen vil særlig fremheve at Den norske kirke skal være aktuell og troverdig på digitale kommunikasjonsplattformer. Det er viktig at kirken er en tydelig stemme. Tid er en utfordring. Vi skal gi muligheten til å la mennesker tenke, reflektere og kunne gå i dybden på ulike temaer. Derfor bør vi legge til rette for samtaler på nettet, for eksempel med en nettprest. Komiteen ønsker også å utfordre menigheter i Den norske kirke om å legge ut prekener på sine Facebook-sider. Vi ønsker også at det jobbes med muligheten til å utvikle en blogg på kirken.no, hvor representanter for ulike yrkesgrupper i kirken inviteres inn til å bidra. Blogginnholdet bør gir rom for refleksjon og langsomhet. Men kirken må også fortsette å jobbe frem de små dryppene i hverdagen, disse postene som er tilpasset SoMe-kanalene: filmsnutter, sitater fra prekener, bibelvers, bønner og salmer. Vi ønsker også at det er mulig å tenke på bruk av lyd: I form av musikk og salmer. Kan det være mulig å utvikle en podkast? Det ligger også et potensiale i de ulike digitale plattformene for fundraising.

Nettprestene er en tjeneste komiteen spesielt vil løfte frem. Det er en tjeneste som bør styrkes, slik at flere får tid til å chatte. Gjennom nettprestene kan man nå mennesker som man ellers ikke når. Denne tjenesten er en ny kanal for diakoni, som er et grunnleggende oppdrag for kirken. Nettprest-tjenesten er diakoni i praksis. Derfor ønsker komiteen også å spille inn et forslag om å la andre yrkesgrupper bidra, som for eksempel diakoner. Nettprest-chatten åpner for ærlige samtaler. Her

finnes det likheter mellom det å være nettprest og nettlege. En nettlege skal nå de som trenger det mest, men som oppsøker helsevesenet minst. Det gir en stor helseøkonomisk gevinst. På samme måte kan en nettprest nå mennesker som vanligvis ikke ville oppsøkt en kirke. Samtidig kan en nettprest være en persons første møte med kirken – og føre til at flere går i gudstjeneste.

Komiteen ønsker også at Nettprest-tjenesten skal ha samisk språkkompetanse. Dette vil gjøre tjenesten relevant for samisk ungdom. Chattetjenesten kan gjøre veien enklere for denne målgruppen å åpne seg om sitt forhold til Gud.

Den norske kirkes digitale satsing skal være offensiv og fremoverlent og hele tiden vurdere nye digitale plattformer. Kirken må være tilgjengelig når mennesker har behov for kirken. Vi skal møte mennesker der de er, på deres premisser. Derfor er det viktig at Den norske kirke benytter seg strategisk av sentrale SoMe-kanaler som per dags dato er Facebook, Twitter og Instagram. Samtidig er det avgjørende å hele tiden vurdere hvilke kanaler kirken skal prioritere. Dette er en del av kommunikasjonsstrategien til Kirkerådet, som hvert år både oppdaterer og justerer sin kommunikasjonsstrategi og lager publiseringsplaner for de ulike SoMe-kanalene. I tillegg oppfordrer komiteen menigheter om å spre menighetslivet på Snapchat ved hjelp av bilder og små videosnutter. Samtidig anbefales det at Kirkerådet utarbeider forslag til strategi- og publiseringsplaner for de ulike SoMe-kanalene, som kan gjenbrukes på bispedømme-, fellestråd- og menighetsnivå. Her er det spesielt viktig å legge til grunn personvern hensynet i SoMe. Religiøs tilhørighet er sensitive personopplysninger. Hvis en menighet skal filme eller fotografere for offentliggjøring under en gudstjeneste, skal dette avklares med dem som blir filmet eller fotografert på forhånd. Å være fremoverlent handler også om å være i forkant når det gjelder nasjonale trender: Et eksempel kan være tv-serien *Skam*, som spesielt i sesong 3 satte fokus på religion. Her har vi muligheten til å være på alerten og lære av hvordan *Skam* kommuniserer i ulike kanaler, både tv og SoMe.

Den norske kirke har mange dyktige ledere. Komiteen savner flere ulike kirkelige profiler på SoMe. Komiteen vil oppmuntre kirkelige ledere om å være en stemme i det digitale rom. Dette for å være et alternativ til all støyen som finnes på nettet. En kirkelig profil kan være både mer tydelig og meningsbærende enn en Facebook-konto til en kirkelig enhet. Men en kirkelig profil kan være mer enn en kirkelig leder. Det kan være en prest eller en annen kirkelig ansatt. Det kan også være en kjent person som er åpen om sin tro. Samtidig vil komiteen oppfordre kirkens medlemmer om å dele av sin egen tro. For eksempel fortelle og vise på SoMe at man går til gudstjeneste. Å alminneliggjøre det å gå i kirken, slik at venner og bekjente ser at dette er vanlig, det er også misjon. Her vil komiteen også bemerke at personvern hensynet skal ivaretas.

Det er mange som kan være et godt ansikt for kirken og bidra til å formidle den gode fortellingen om Den norske kirke. Med så mange ulike kommunikasjonskanaler, kan vi selv ta større regi og løfte frem våre gode historier, som ofte kan havne i bakgrunnen for mer negativ vinklede saker i media. Vi må også våge å løfte frem troslære. Hva innebærer det for eksempel å tro?

Den norske kirke skal vise frem mangfoldet når vi kommuniserer. Vi er nesten fire millioner medlemmer, og det er viktig at bildebruken gjenspeiler hvor forskjellige vi er, slik at vi tenker igjennom at vi også benytter bilder av mennesker med ulike grader av funksjonsevne, ulike etnisk og kulturell bakgrunn, ulike alder og sosiale miljøer.

Tilhørigheten til en verdensvid kirke er blitt stadig viktigere. SoMe-kanaler er verktøy som gir muligheter til å komme tettere på søsterkirker i andre land og utveksle erfaringer med hverandre. Det er derfor positivt at impulser og utfordringer fra kirker i andre deler av verden deles på våre digitale kommunikasjonsplattformer. Dette vil også kunne ha en betydning for møtet med kristne migranter i Norge.

Vi er en kirke i en ny tid, og skal nå stå på egne ben. Det er derfor naturlig at diskusjonen om ny grafisk profil blusser opp igjen, noe som inkluderer spørsmålet om ny logo for Den norske kirke. Komiteen anerkjenner at dette er en modningsprosess. Likevel er ikke problemstillingen ny. Allerede i 2004 og 2011 tok Ungdommens kirkemøte til orde for utarbeidelse av en ny logo. I 2011 startet også Knut Lundby og designbyrået Medicineheads et arbeid for å utvikle en ny logo. I resolusjon om ny kirkelogo fra UKM 2011 står det blant annet: «Den nåværende logoen har en historisk og tradisjonsrik bakgrunn, men UKM stiller spørsmålsteget ved hvorvidt flertallet kjenner til denne bakgrunnen. Vi mener kirken skal være et tydelig talerør for fred og dialog, og kirkens logo med to utovervendte økser står i sterk kontrast til dette. UKM ber derfor Kirkemøtet om å fortsette prosessen Lundby har startet for å utvikle en logo som kommuniserer verdier kirken ønsker å assosieres med.» Komiteen er klar over at utarbeidelse av ny logo er et stort og ressurskrevende prosjekt. Det er også flere forskrifter som regulerer Den norske kirkes våpen. Komiteen henviser derfor til det tidligere arbeidet med ny logo for Den norske kirke og ønsker at diskusjonen holdes varm, slik at Den norske kirke som organisasjon i nær fremtid kan vurdere å sette i gang arbeidet med ny logo.

Intranettet er viktig for å samle Den norske kirke som en helhetlig organisasjon. Men fremdeles er det mange fellesråd og menigheter som ikke er koblet til Kirkebakken. Dette gjelder også Den norske kirkes offisielle publiseringsløsning for nettsider. Det finnes i dag for mange nettsider med ulik grafisk uttrykk blant menighetene våre – nettsider som ofte er utdaterte og lite oppdaterte, og som ikke er universelt utformet. For mange enheter skyldes dette økonomi. Komiteen vil i særlig grad ønske at det arbeides for å se på muligheten for sentral sponing, slik at alle enheter i Den norske kirke blir en del av Kirkebakken og får tatt i bruk den offisielle publiseringsløsningen til Den norske kirke, slik at vi blir en helhet, både internt og eksternt. Hvis Kirkebakken blir tilgjengelig for alle enheter, vil det også bli enklere for frivillige å få informasjon gjennom Kirkebakken og engasjere seg i kommunikasjonsarbeidet lokalt.

I 2013 ble det vedtatt av Kommunal- og moderniseringsdepartementet at alle nye nettsider skulle være universelt utformet fra og med sommeren 2014. Det betyr at nettløsninger skal være utformet i samsvar med standard Web Content Accessibility Guidelines 2.0 (WCAG 2.0). Den norske kirkes offisielle publiseringsløsning og intranett tilfredsstiller dette kravet. Det betyr at nettløsningene er designet og kodet, slik at det er mulig for blinde og svaksynte å navigere seg rundt på nettsiden. For å styrke tilrettelegging av innhold for blinde og svaksynte, kan Den norske kirke samarbeide med ulike kompetanseorganisasjoner. Det er ikke i dag et krav at informasjon skal presenteres med video med tegnspråk på nettsider, men komiteen vil oppfordre til at det vurderes å presentere viktig informasjon med tegnspråk på kirken.no. Komiteen ønsker også at filmer som utvikles av Kirkerådet skal tekstes og ha god lyd.

Slik medieverden har utviklet seg med stadig nye digitale kanaler, er det avgjørende at kommunikasjonskompetansen styrkes både nasjonalt, regionalt og lokalt. Dette kan skje gjennom kursing og opplæring av ansatte og frivillige. Komiteen ønsker at det skal være tilsatte og/eller frivillige med ansvar for kommunikasjonsarbeid på alle nivåer i Den norske kirke. Komiteen utfordrer alle enheter i Den norske kirke om å rekruttere frivillige ungdom og unge voksne til å bidra med sin kompetanse her. Komiteen anerkjenner også den digitale kompetansen til delegater i Ungdommens kirkemøte og ønsker at UKM fortsetter arbeidet med å dele sin kompetanse gjennom saker og Kirkemøte-deltakelse, slik som UKM 06/16 Dialog og sosiale medier.

Komiteen ser også utfordringene med ressurser til å øke kommunikasjonskompetansen på alle nivå i Den norske kirke. Komiteen vil derfor oppmuntre Kirkerådet til å se på ambisjonsnivået til Svenska kyrkans kommunikasjonsarbeid.

Det finnes flere måter å øke kommunikasjonskompetansen i Den norske kirke på. Hvis alle ansatte og frivillige får tilgang til Kirkebakken og kirkens publiseringsløsning for nettsider, vil det bli enklere å bygge opp kommunikasjonskompetanse på tvers av alle nivåer. På Kirkebakken kan det være felles arbeidsrom for alle som arbeider med kommunikasjon i Den norske kirke, hvor man kan dele erfaringer og råd, for eksempel publiserings- og kommunikasjonsplaner. Et slikt arbeidsrom finnes allerede i dag for kommunikasjonsmedarbeidere på sentralt og regionalt nivå. Med felles publiseringsløsning vil man kunne hjelpe hverandre på tvers av ulike enheter, noe som er vanskelig i dag, ettersom fellesråd og menigheter har ulike tekniske løsninger og leverandører.

En samlet organisasjon på felles intranett- og internettplattform vil ikke bare kunne styrke kommunikasjonskompetansen på ulike enhetsnivåer, men også være med på å bygge en felles og sunn nettvettkultur. Det vil bli enklere å utarbeide og bearbeide felles retningslinjer og dele disse med hverandre. Komiteen ønsker at Kirkerådet skal ha en ansvarlig strategi og holdning i forhold til hatefulle ytringer på SoMe. Komiteen viser til UKMs arbeid med saken om UKM 06/16 Dialog og sosiale medier.

Kirkemøtets vedtak

1. De digitale kommunikasjonsplattformene er viktige for Den norske kirkes oppdrag med å nå ut med evangeliet om Jesus Kristus og være en folkekirke. Dette skal gjenspeiles i Kirkerådets satsing på digital kommunikasjon:

- Den norske kirke skal være aktuell og troverdig i sin tilstedeværelse i digitale kommunikasjonsplattformer.
- Den norske kirke skal være fremoverlent og offensiv i bruken av digitale plattformer. Vi ønsker at Den norske kirke setter dagsorden og er i forkant, forteller den gode historien og formidler evangeliet om Jesus i ord, musikk og bilder.
- Den norske kirke skal være en formidler av positive verdier og en kraft mot destruktive holdninger som vi ofte finner i nettdebatter.
- Kirkerådet skal gjennom Den norske kirkes offisielle SoMe-kontoer og kirken.no gi rom for refleksjon og dybde, men også poste de små, viktige dryppene som er tilpasset SoMe-formatet, som en post med bønn, sitat fra en preken eller et bibelvers.
- Kirkerådet skal tilrettelegge for å løfte frem den lokale kirke på sine digitale kommunikasjonsplattformer.
- Kirkerådet fortsetter arbeidet med strategisk bruk av sentrale SoMe-kanaler som Facebook, Twitter og Instagram. I tillegg oppfordres det til bruk av Snapchat på menighetsnivå.
- Kirkerådet arbeider for å styrke og videreutvikle Nettprest-tjenesten i samråd med Sjømannskirken, blant annet med samisk språkkompetanse.
- Kirkerådet bør tilrettelegge for at ulike kirkelige profiler, ansatte, kjente kristne personligheter og medlemmer kan være en tydelig stemme på nettet og fortelle den gode historien, for eksempel gjennom en blogg eller filmsnutter på SoMe.
- Kirkerådet arbeider for å samle alle fellesråd og menigheter på samme inter- og intranettplattform, for eksempel gjennom økonomisk sponning.

- Kirkerådet arbeider for å øke kommunikasjonskompetansen både nasjonalt, regionalt og lokalt, og ser på muligheten til å samarbeide med andre kirkelige organisasjoner.
- Kirkerådet arbeider for å vise frem mangfoldet blant våre medlemmer, blant annet gjennom bildebruk.
- Nettløsningene til alle enheter i Den norske kirke skal være universelt utformet. Når Kirkerådet produserer innhold til digitale kanaler bør det tilrettelegges for døve, svaksynte og blinde. For eksempel skal filmer tekstes.
- Vår tilhørighet i den verdensvide kirke må komme tydeligere frem i kirkens digitale plattformer.

2. Kirkemøtet mener at Den norske kirke skal ha ambisiøse mål for satsingen på digitale kommunikasjonsplattformer. Dette må gjenspeiles i fremtidige budsjettprioriteringer. Kommunikasjonsressursene bør styrkes sentralt, slik at Kirkerådet kan legge til rette for strategisk kommunikasjonsarbeid hos menighetene.

Kirkemøtet ønsker spesielt ved denne anledning at Kirkerådet bør vurdere ekstra ressurser til å:

- videreutvikle kirken.no, Kirkebakken og tilstedeværelsen på SoMe
- øke kommunikasjonsressursene sentralt og kommunikasjonskompetansen på alle nivåer i Den norske kirke
- samle alle menigheter og fellesråd på felles intranett og felles publiseringsløsning