



UKM 09/19: Kirke på nett

I 2019 har Kirkerådet valgt «Kirke på nett» som ett av to satsingsområder. Det er satt av 5 millioner kroner til satsingen. Les mer i [KR-sak 72/18](#). Nå utfordres Ungdommens kirkemøte til å gi sitt unge perspektiv på hvordan Den norske kirke kan være kirke på nett, når det gjøres på sitt beste.

Heidi Olsen fra Kirkerådet vil lede oss i en innledning om hvordan satsningen ligger an i dag, og vil deretter gå over i en workshop hvor vi jobber kreativt rundt spørsmålet «hva mener UKM at kirke på nett bør være?».

Workshop på UKM

I workshopen skal UKM jobbe i grupper, og lage poster til sosiale medier. Disse postene blir selve vedtaket i saken, og vil kunne brukes til inspirasjon for ansatte og frivillige i kirken, så vel som å bidra til å være «UKM på nett» i tiden under og etter UKM 2019! For å få mest ut av workshopen utfordres UKM til å gjøre seg kjent med strategien og tiltakene i prosjektplanen (KR 21/19) og begynne å tenke på følgende spørsmål, som utgangspunkt for å jobbe målrettet i gruppene:

1. Kan andre lære noe av hvordan ditt ungdomsråd er kirke på nett?
2. Hvilke tiltak/kanaler som vil være viktigst med tanke på å nå en yngre målgruppe?
3. Er det andre åpenbare mangler/behov for ytterligere tiltak som bør legges til, som i større grad vil appellere til unge?
4. Hvordan kan prosjektet Instapresten bli bra, og hvordan bygger man en følgerskare i sosiale medier fra start?
5. Hvordan kan Den norske kirkes SoMe-kanaler gi folk en opplevelse av være en del av kirken digitalt?

Kirke på nett-satsningen

Satsingen bygger på kirkemøtesaken KM 17/12, som blant annet slo fast at:

- 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.

Basert på vedtaket om satsing i desember 2018, ble det vedtatt en prosjektplan ([KR 21/19](#)) som konkretiserer en overordnet digital strategi:

- Berøre mennesker med kristendommens sentrale budskap
- Peke på kirkens relevans i menneskers liv og vise at kirken bryr seg om enkeltmennesket
- Skape stolthet blant ansatte
- Høvle ned terskelen inn i kirkerommet og skape lyst til å utforske kirken og dens ulike tilbud
- Virke rekrutterende til arbeid og frivillighet
- Tekstlig og visuelt speile samfunnets mangfold, både i form av etnisitet, geografi, kjønn og alder.



DEN NORSKE KIRKE

Ungdommens kirkemøte 2019

Videre lister prosjektplanen opp en rekke tiltak som skal sørge for at Den norske kirke er en kirke på nett og ikke bare snakker om kirke på nett – og som skal bidra til å utvide og levendegjøre det digitale kirkerommet.

Et av tiltakene i årets satsing er prosjektet «Instapresten». Helt konkret innebærer det at Dnk eier kontoen @instapresten på Instagram, og det er nedsatt en prosjektgruppe som skal jobbe med innholdet i en slik konto i høst.

Kirken er i dag til stede nett gjennom kirken.no, og nasjonal Facebook-side og Instagram-, og Twitter-konto, samt gjennom samarbeidet nettkirken.no med Sjømannskirken. I tillegg til dette kommer en stor underskog av nettsider og kontoer i SoMe for lokalmenigheter, kirkelige fellesråd og bispedømmer og biskoper. I tillegg finnes kirkelige kontoer som ikke er offisielt tilknyttet Dnk, men som likevel assosieres med oss, som @treprester i sosiale medier, podcasten Bibel og Babbel og ansattekontoer som «Fornavn kateket» på Facebook. Kirken er per dags dato ikke representert offisielt på Snapchat eller TikTok, mye på grunn av kapasitetsspørsmål.