



UKM 04/21 Influenserteologi

Sosiale medier er blitt en viktig del av livet for veldig mange, dette i økt grad under og etter koronapandemien. De forskjellige plattformene, deriblant Snapchat, Instagram, Youtube og TikTok, er utformet for forskjellige typer kommunikasjon, for eksempel deling av tekster som nyheter eller sosiale oppdateringer, bilder, musikk og film. Den siste tiden har vi sett en økt trend til at flere unge også deler åpent om tro på sosiale medier.

Vi ser det som positivt at unge forkynner på sosiale medier, da det blant annet er en god utvikling fram mot et mer livssynsåpent samfunn. På alle nye arenaer vil det oppstå unike utfordringer, derfor fremmer UKM 2021 denne saken som sin fokussak i 2021.

Med denne saken ønsker UKM 2021 å løfte frem både positive og utfordrende sider ved forkynnelse på sosiale medier, og løfte frem verktøy som kan brukes for en sunn fremstilling av kristen tro for barn og unge. Vi ønsker å legge særlig vekt på hvordan kirken skal forholde seg til denne nye utviklingen.

UKM 2021 ønsker ikke å kategorisere enkeltpersoner som teologisk konservative, liberale eller radikale, men peke på innhold og form i forkynnelsen og kommunikasjonen.

Positive sider ved forkynnelse på sosiale medier

Kristne stemmer har forholdsvis liten plass i det offentlige rom, derfor kan digitale plattformer være nyttige verktøy for forkynnelse av det kristne budskapet. Mange unge befinner seg på sosiale medier, og denne plattformen er slik en ny mulighet for disippelgjøring, som det står i misjonsbefalingen i Matt. 28,18 - 20.

Ordforklaringer og forkortelser:

Sosiale medier er en samlebetegnelse for nettsider og apper som legger til rette for å skape og dele innhold, og å delta i sosiale nettverk via internett (Store norske leksikon). Eksempler på sosiale medier er Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Snapchat, Tiktok, samt blogger og vlogger på egne nettsider. De forskjellige mediene legger til rette for å spre kortere eller lengre tekster, bilder og videoer.

Influensere eller «påvirkere» er personer som påvirker andre ved å ytre seg offentlig på sosiale medier eller gjennom andre kanaler. Influensere kan påvirke meninger, spre nye ideer, inspirere og skape trender.

Med *influenserteologi* sikter vi til innholdet i det budskapet som formidles av kristne influensere på sosiale medier.

Algoritmer i sosiale medier er utviklet for å få mest mulig oppmerksomhet fra brukere. Data brukerne legger igjen, for eksempel hva de leser, liker og kommenterer, brukes til å bestemme hva slags reklame og innlegg som vises til hver enkelt bruker.

Tagging og DMs (Direct messaging/direktemeldinger) viser til måter å oppnå kontakt med andre brukere på.





I dag oppleves tro som en privatsak av mange, noe som kan gjøre det vanskelig å snakke om sin egen tro og tvil. Når forkynnelse på sosiale medier brukes riktig kan det utruste, utfordre og oppmuntre unge til å snakke åpent om tro, og bli nysgjerrige på kristen tro. Spesielt blir dette viktig for unge som opplever å være alene med troen sin, eller eneste troende i sitt nærmiljø.

Vi ber om at det vektlegges her at dette gjelder innhold som er forkynt og kommunisert på en god måte, etter Jesu prinsipper som kjærlighet, respekt, ydmykhet og sannhet.¹ Det finnes allerede gode samfunnsaktører på sosiale medier som kan være til inspirasjon for god forkynnelse.

Utfordrende sider ved forkynnelse på sosiale medier

Mange i Norge ser på tro som en privat sak og terskelen for å oppsøke kirken eller en kristen forsamling kan oppleves som høy. Terskelen på sosiale medier er derimot lav, og der risikerer en å møte et budskap som kan virke polariserende og i verste fall ekskluderende.

Enkelte sosiale medier når ut til unge målgrupper og det er lite regulering på de forskjellige plattformene. Når forkynnelse i kontrast til hvordan Bibelen beskriver Jesus publiseres uten å møte motstand, kan det gi feilaktige oppfatninger om den kristne troen og evangeliet. Dette er spesielt utfordrende da mange ungdommer ikke har bibelsk kunnskap for å etterprøve at det som blir delt er riktig.

Om influensere bruker dominerende retorikk, kan det oppleves som dømmende og føre til at barn og unge ikke tør å identifisere seg som kristne. Unge troende kan møte fordommer mot kristen tro på jobb, skole og på fritiden. Dette kan bunne i usunn forkynnelse på digitale plattformer, eller forkynnelse som blir oppfattet som underholdning. Dette gjelder særlig dersom forkynnelsen oppfattes som dømmende, hatefull, eller imot bibelske prinsipper. Dette spesielt inn i tematikk omkring seksualitet, kjønnsidentitet og abort. Det er vår oppfatning at deler av forkynnelsen og bibelbruken som foregår på sosiale medier hadde vært bedre egnet i andre fora.² For barn og unge som møter kristen forkynnelse styrt av algoritmer på sosiale medier, kan en influencer med mange følgere få definisjonsmakt og styre oppfatningen av kristen tro. Det burde være et av kirkens satsingsområder å kunne nå frem med et sunt, kristent budskap til unge mennesker på digitale plattformer.

Oppfordringer

Vi etterlyser i hovedsak at Den norske kirke gjør en større satsning på sosiale medier for å skape flere trygge rom til formidling og samtale om kristen tro. I tillegg etterlyser vi, som forebygging til usunn teologi, en bedre trosopplæring og bibelkunnskap for ungdom. Dette spesielt gjennom kirkens tilstedeværelse på sosiale medier. Her vil vi komme med konkrete tiltak kirken kan gjøre.

¹ Vi vil nevne gode eksempler som [«Plussord»](#), [Lisa Børud](#), [Thor Haavik](#) og [Daniel Sæbjørnsen](#).

² Se f.eks. Rom. 2, 1 og 1. Kor. 5,12.





Til grunn for saken trekker vi fram Kirkemøtets vedtak i 2017 om økte ressurser til kirken på sosiale plattformer.³ Kirkemøtet mente at Den norske kirke skal ha ambisiøse mål for satsingen på digitale kommunikasjonsformer. Vi håper at denne saken belyser hvor presserende en slik satsning er. Vi ber derfor om oppfølging på vedtaket fra 2017.

Vi setter pris på at Den norske kirken allerede har nettprestetjeneste, og diverse kontoer på sosiale medier, deriblant SnapChat, Youtube, Instagram og TikTok. Vi ønsker at disse i enda større grad skal brukes til å aktivt formidle hva kirken står for, og respondere til henvendelser fra følgere. Dette innebærer at unge vil få mulighet til å stille spørsmål og sjekke om opplysninger stemmer gjennom tagging eller direktemeldinger⁴.

Vi ber om at mangfoldet i kirken representeres på disse plattformene gjennom formidling av det brede teologiske grunnlaget for Den norske kirke. Om dette formidles uten berøringsangst for utfordrende temaer tror vi at dette kan bidra til økt forståelse og mindre polarisering. Nettopp mangel på dette kan være noe av grunnen til at det florerer usunn kommunikasjon på digitale plattformer.

UKM 2021 oppfordrer

Alle kirkelige instanser til

Å bruke TikTok, Youtube, Instagram og Snapchat mer aktivt for å formidle det kirken står for og gjøre det mulig å komme i kontakt med kirken og få svar på henvendelser

Kirkerådet til

- å prioritere ressurser for å bli mer synlig på sosiale medier i tråd med Kirkemøtes vedtak fra 2017
- å ansette flere med arbeidsområde innenfor arbeid med kirkens digitale plattformer og med erfaring innen ung kultur og kommunikasjonstrender
- å hente inspirasjon fra Svenska kyrkans satsing og ressursbruk på sosiale medier
- å formidle digitalt innhold som representerer det brede teologiske mangfoldet i Den norske kirke og gjøre eksisterende ressurser tilgjengelige på interaktive sosiale medier
- å skape mulighet for at unge kan komme i direkte kontakt med kirken gjennom tagging og direkte meldinger, jf. politiets TikTok-konto.
- å videreutvikle nettprestetjenesten til å omfatte kontaktflater på flere sosiale medier, som Instagram og Snapchat
- å gjøre informasjon om grunnleggende teologiske spørsmål lettere tilgjengelig på sosiale medier, for å unngå misforståelser og polarisering. Her er det viktig å inkludere trosopplæring og trosforsvar
- å engasjere et større mangfold av stemmer til å være med å forkynne på Den norske kirkes kanaler

³ KM 12/17: Kirkens digitale satsing og medlemskommunikasjon

⁴ (DMs).





Bispedømmer og ungdomsråd til

- å støtte opp om unge kristne som ønsker å være åpne om tro på sosiale medier ved å skape rom for samtaler, forståelse, utrustning, bibelundervisning og leir
- å se til kristne ungdomsorganisasjoner som allerede er etablert på digitale plattformer og har erfaring innen kommunikasjon av kristen tro til ungdom
- å promotere kirkens tilstedeværelse på nett på skoler, i nærmiljøer og overfor konfirmanter
- å lage og videreutvikle lokale kanaler for å nå unge på sosiale medier

Enkeltpersoner i kirken til

- å oppsøke kirken på nett eller lokalt
- å bruke kirkens ressurser
- å spre kirkens tilstedeværelse på nett ved å dele og like
- å tagge kirken, sende direkte meldinger
- å delta aktivt, undersøke og spørre om vanskelige tema
- å være kildekritiske og praktisere nettvett

Liker du dokumentet?⁵

Vedtatt med 34 stemmer for, 1 stemme mot

⁵ Trykk LIKE! Abonner på UKM 2021, trykk HER: [UKM 2021 | Facebook](#)

