



Kerk en sociale media

Sociale media zijn steeds meer aanwezig en hebben steeds meer impact op het maatschappelijke leven. Ook kerken en christelijke gemeenschappen maken deel uit van dat maatschappelijke leven. De hoofdvraag van dit themanummer van *Handelingen* is dan ook: hoe verhouden kerken en christelijke gemeenschappen zich tot de vlucht die de sociale media de afgelopen jaren hebben genomen?

In debatten over wat kerken met sociale media kunnen of moeten zijn op zijn minst drie posities te ontwaren. Een eerste positie ziet sociale media als een fenomeen dat niet past bij de aard van kerken en parochies. De verhouding tussen die twee is haast vijandelijk. Zo stuit het fenomeen Twitter bij sommigen op weerstand. Aan de basis van die weerstand ligt de opvatting dat het in het (kerkelijke) leven om serieuze gedachtewisselingen moet gaan, en dat precies deze gedachtewisselingen nauwelijks aangetroffen worden onder alle oppervlakkige communicatie in dit sociale medium.

Een tweede positie ziet sociale media als middel waarmee aansluiting gezocht kan worden tussen de 'inner circle' van de kerkgemeenschap en de 'outer circle' van de gemeenschap. De verhouding tussen sociale media en de kerk is er een van pragmatisme in het kader van de missionaire opdracht. Sociale media worden als kans voor de kerk gezien om contacten te bevorderen tussen christenen en niet-christenen. Bovendien

kun je als representant van een kerk kanten van jezelf laten zien die anders onzichtbaar zouden blijven: de twitterende dominee blijkt zomaar een gewoon mens te zijn met leuke hobby's en spannende opvattingen. Zo wordt de twitterende alternatieveling een pionier die Twitter als evangelisatiekanaal inzet voor de christelijke gemeenschap. En wat voor Twitter geldt, geldt ook voor andere vormen van sociale media, zoals internetblogs, facebookprofielen en andere *online communities*.

Een derde positie ziet sociale media als een onderdeel van de (sociale) werkelijkheid waarin de kerk vanzelfsprekend een plek zou moeten hebben. De verhouding tussen die twee is in zijn uiterste vorm dat de kerk in wezen een vorm van (nieuwe) sociale media is. Een kerk is een gemeenschap die ten principale open is voor insiders, outsiders, zoekers, passanten en wie dan ook. Een kerk is een bonte verzameling mensen die als mens zélf boodschap zijn. Sociale media zijn dan geen middelen om een boodschap te verkondigen maar middelen om

als mens, als gelovig mens present te zijn in de gemeenschap. Ook in sociale media kun je de stem van God op het spoor komen.

Hoewel de mate van acceptatie van sociale media door de kerk een van de meest besproken thema's is, zijn er bij het doordenken van de relatie tussen sociale media en de kerk meer belangwekkende thema's aan de orde. Dit *Handelingen*-nummer snijdt enkele van deze thema's aan. Bijvoorbeeld: veranderen sociale media onze manier van geloven? Dragen sociale media bij aan het afbreken van grenzen tussen binnen- en buitenkerkelijke groepen en tussen private en publieke sfeer? Hoe revolutionair zijn de laatste sociale media eigenlijk in de ontwikkeling van de kerk? Kunnen kerkelijke professionals hun voordeel doen met sociale media en op welke manier? Moet er door kerken eigenlijk beleid gemaakt worden op het omgaan met sociale media? En is er in de toekomst eigenlijk nog wel ruimte voor fysieke ontmoeting of zullen kerkelijke gemeenschappen volledig uit de voeten kunnen met een digitale gemeenschap?

De hoofdvraag achter al deze vragen is: hoe verhouden kerken en christelijke gemeenschappen zich tot de vlucht die sociale media de afgelopen jaren hebben genomen?

Slotartikel online

In zeven artikelen gaat dit themanummer op zoek naar een antwoord. De artikelen zijn van de hand van theologen, professionals en deskundigen die in hun werk veelvuldig met het onderwerp te maken hebben. Het achtste artikel, waarin ik de oogst van de zeven

bijdragen in dit themanummer verzamel, vindt u niet in deze papieren editie van *Handelingen*. Dit slotartikel kunt u lezen op onze website www.handelingen.com.

In dit artikel wordt de hoofdvraag van het themanummer beantwoord en presenteer ik een korte onderzoeksagenda 'kerk en sociale media'. Dit online artikel kunt u als lezer van *Handelingen* gemakkelijk delen met anderen die geïnteresseerd zijn in de vragen rond kerk en sociale media. <

Jos (dr. A.) de Kock is onderwijskundige en theoloog. Hij is universitair docent Educatie & Catechetiek en Directeur Onderwijs aan de Protestantse Theologische Universiteit (PThU). Daarnaast werkt hij voor het daar gevestigde Onderzoekscentrum voor Jeugd, Kerk & Cultuur (OJKC). adekock@pthu.nl