

SocialMediaGuide

Leitlinien für kirchliche Aktivitäten in Sozialen Medien

– Stand 31.01.2014

Kontakt: Ralf Würtz – 030 85603110 – admin@emk.de

Die Internetarbeit der Evangelisch-methodistische Kirche unterstützt und begleitet die Aktivitäten von Hauptamtlichen und Laien in Sozialen Medien. Kommunikation und Informationen, die über diese Medien stattfinden, können Teil einer einladenden und missionarischen Gemeindegemeinschaft sein. Basis für eine seriöse und authentische Präsenz in dieser Form digitaler Kommunikation sind folgende Leitlinien:

Auftritt

Zeigen Sie »Gesicht« und entscheiden Sie, welche Informationen (beruflich und privat) Sie von sich preisgeben. Kennzeichnen Sie persönliche Meinungen als solche; formulieren Sie Meinungen in der ersten Person Singular (»ich« statt »man« oder »wir«).

Treffen Sie bei Freundschaftsanfragen eine bewusste Auswahl: Wem biete ich die »Freundschaft« an, welche Anfragen bestätige ich?

Kommunizieren Sie auch auf Institutionsseiten (Institution steht hier für »Kirche«, »Gemeinde«, »Werk«, »Einrichtung« usw.) möglichst ausschließlich als Person. Wenn Sie im Namen Ihrer Institution schreiben und nicht Ihre persönliche Meinung äußern, können Sie das verdeutlichen, indem Sie Aussagen mit »wir« formulieren. Solche Aussagen müssen durch die offizielle Haltung der Institution abgedeckt sein.

In Sozialen Medien lassen sich berufliche und private Nutzung kaum trennen. Wer Soziale Medien auch beruflich nutzt, kann daher kaum »rein private« Äußerungen für sich in Anspruch nehmen, weil diese in der Öffentlichkeit auch mit

Beruf und Institution in Verbindung gebracht werden. Daher ist es wichtig, deutlich zu machen, in welcher Eigenschaft und Funktion Sie kommunizieren. Wenn Sie Soziale Medien auch beruflich nutzen, sollten Sie das innerhalb Ihrer Institution ansprechen.

Kompetenz

Jeder Mensch besitzt Kompetenzen oder Wissen in verschiedenen Bereichen. Zugleich haben Menschen unterschiedliche Interessen. Sowohl Experten- als auch Erfahrungswissen lassen sich mit anderen in Sozialen Medien teilen. Durch gezieltes, überlegtes und ausgewähltes Einbringen Ihrer Interessen werden Sie »persönlich« und teilen Ihr Wissen mit anderen. Überlegen Sie, was Sie einbringen und wie Sie anderen mit Ihren Kompetenzen dienen können.

Überlegen Sie, wie Sie in Sozialen Medien dem Auftrag der Institution, für die Sie arbeiten, gerecht werden können. Schreiben Sie, wenn Sie in Ihrer beruflichen Funktion kommunizieren, schwerpunktmäßig über Themen, in denen Sie Ihre berufliche Kompetenz erworben haben.

Sie müssen nicht selbst alle Fragen beantworten und Probleme lösen. Holen Sie sich Hilfe von Experten, die im Vorfeld Bereitschaft signalisiert haben, Sie zu unterstützen.

Umgangsformen

In Sozialen Medien gelten die gleichen Regeln wie bei der direkten Begegnung. Da die nonverbale Kommunikation (weitgehend) fehlt, sind diese Regeln sogar noch mehr zu beachten:

- Gehen Sie achtsam und respektvoll miteinander um.
- Lassen Sie andere Meinungen gelten – es gibt immer unterschiedliche Meinungen über Sachfragen.
- Trennen Sie Gespräch, Austausch oder Streit sorgsam von Bewertungen der Person. Verwenden Sie auch in kontroversen Auseinandersetzungen einen freundlich-wertschätzenden Umgangston und Sprachstil. Bleiben Sie auch dann ruhig und sachlich, wenn die Diskussion diesen Ansprüchen nicht (mehr) genügt.
- Führen Sie eine persönliche Kommunikation nicht über die öffentlichen Pinnwände Ihrer Kommunikationspartner, sondern über direkte, persönliche Nachrichtenwege.
- Respektieren Sie, was anderen Religionen heilig ist, und verzichten Sie auf Herabwürdigungen jeder Art – Sie erwarten dasselbe für Ihre Religion.
- Bedenken Sie: Weil Kommunikation in Sozialen Medien größtenteils in geschriebenen Texten stattfindet, kann das Gegenüber offensichtliche oder unterschwellige Emotionen nicht eindeutig identifizieren.
- Seien Sie vorsichtig im Umgang mit Humor und Ironie. Humor entspannt zwar die Kommunikation und vermittelt Lebensfreude. Aber humorvoll gemeinte Beiträge können auch missverstanden werden. Verzicht auf Ironie, karikierende und entwertende Wortspielereien und abwegige Vergleiche.

Verantwortung

Obwohl das Internet schnelllebig ist, lohnt sich ein zweiter Blick auf den eigenen Beitrag, bevor Sie ihn veröffentlichen oder »absenden« – das bewahrt vor offensichtlichen Fehlern. Ist ein Beitrag online und bereits von anderen geteilt, lässt er sich kaum mehr zurückholen und korrigieren. Gleiches gilt für »Gefällt-mir«-Angaben, Kommentare und das Teilen von Beiträgen anderer.

In Mitverantwortung für die Kirche können Sie dazu beitragen, diese in den Sozialen Medien zu präsentieren. Tragen Sie dazu bei, dass die Kirche authentisch dargestellt und angemessen über sie gesprochen wird. Vermeiden Sie Missverständnisse, die zu Spekulationen und Gerüchten beitragen und anderen schaden könnten. Korrigieren Sie falsche oder missverständliche Äußerungen und verweisen Sie auf kompetente Einrichtungen und klärende Quellen. Beachten Sie jedoch, dass Sie für Ihre Beiträge persönlich verantwortlich sind. Fehlerkultur

Fehler können jederzeit passieren. Stehen Sie zu Fehlern! Weisen Sie auf Versehen und Fehler hin und korrigieren Sie diese sichtbar. Sorgen Sie dafür, dass Fehler durch Sie und Mitarbeiter Ihrer Organisation nicht wiederholt werden. Machen Sie andere direkt, aber höflich, auf Fehler, unsere Kirche betreffend, aufmerksam. Fehler können in Sozialen Netzen nicht vertuscht werden. Vertuschen führt zu noch mehr Diskussionen über den Fehler, und kann im Extremfall geradezu ausufern (Shitstorm).

Seelsorgerliche Anliegen

Nicht jedes Soziale Medium ist gleichermaßen geeignet für das, was Sie vermitteln wollen. Seelsorge muss in geschützten Räumen erfolgen, damit das Seelsorgegeheimnis gewahrt bleibt. Soziale Medien sind daher für eine seelsorgerliche Kommunikation ungeeignet. Werden solche Anliegen in Sozialen Medien an Sie herangetragen und sind Sie seelsorgerlich kompetent, sollten Sie einen Wechsel des Kommunikationskanals vorschlagen.

Datenschutz, Urheberrecht, Persönlichkeitsrecht

Die kirchenrechtlichen Bestimmungen zum Datenschutz gelten auch für Soziale Medien.

Sachverhalte, die dem Beichtgeheimnis, der seelsorglichen Schweigepflicht und dem Dienstgeheimnis unterliegen, gehören nicht in die Öffentlichkeit. Vertrauliche Informationen gehören nicht in den öffentlichen Diskurs. Interna müssen nach Maßgabe der Dienstpflicht auch intern bleiben.

Achten Sie Persönlichkeitsrechte und veröffentlichen Sie keine personenbezogenen Daten. Soziale Medien sind öffentliche Kommunikationsräume, in denen Inhalte wie Bilder, Profilangaben, Kommentare potenziell für alle sichtbar sind. Laden Sie nur Inhalte hoch, die Sie selbst erstellt haben oder die urheberrechtlich zulässig sind. Respektieren Sie das Recht am eigenen Bild abgebildeter Personen (Kunst-Urhebergesetz § 22).

Überlegen Sie vorher und mit Blick auf die Datensicherheit und die Interessen der Plattformbetreiber, welche Inhalte Sie veröffentlichen wollen. Bei einigen Plattformen überlassen Sie zudem die Nutzungsrechte Ihrer Inhalte dem Betreiber. Zudem greifen manche Internetanwendungen auf Ihre Profildaten zu. Lesen Sie deshalb die jeweiligen Geschäftsbedingungen und setzen Sie sich mit den Privatsphäre-Einstellungen auseinander.

Präsenz

Finden Sie eine persönliche Balance für die Häufigkeit von Beiträgen und Aktionen. Bevor Sie einsteigen: Hören und beobachten Sie, wie Kommunikation in dem von Ihnen gewählten Bereich funktioniert. Achten Sie die Regeln und Gewohnheiten der Nutzer.

Zum Schluss

Nicht alle haben Zugang zu Sozialen Medien. Achten Sie deshalb darauf, mehrere Kommunikationskanäle parallel zu nutzen, besonders wenn Sie z.B. zu Gottesdiensten und öffentlichen Veranstaltungen einladen.