

Blad Ouderlingen

Pastoraat en Gemeenteopbouw

Juni 2013 - nummer 1038 - Jaargang 90



http://www

Thema

Sociale media

Redactioneel

‘Wat doen we verkeerd?’ vroeg de jonge predikant in de werkgemeenschap toen het ging om de vraag hoe het komt dat we vandaag mensen al dan niet bereiken. Hoe komt het dat wij in onze kerkdiensten niet meer mensen zien, terwijl iets verderop kerken niet alleen goed gevuld, maar ook vol zijn? Als voorbeelden noemde ze de Baptistengemeente en de gemeenten van streng-orthodoxe signatuur. ‘Trouw’ berichtte eind april van snel groeiende Pinksterkerken. In Amsterdam komen honderden gelovigen elke zondag bij elkaar. ‘Wat deden we verkeerd?’ verzuchtte enkele jaren geleden een emeritus-predikant tijdens een landelijke predikantenvergadering. In een emotioneel betoog vertelde hij hoe hij zich samen met zijn vrouw het vuur uit de sloffen had gelopen, geen avond thuis was geweest, vele catechisaties had gegeven, hard gewerkt had aan de opbouw van de gemeenten die hij had gediend en zondags vol overtuiging het Woord van God had verkondigd. ‘Nu zag hij met lede ogen aan’ hoe de kerkdiensten steeds leger worden en de kerk almaar kleiner. Wie herkent de vragen en verzuchtingen niet? In de gemeente waaraan ik verbonden ben hebben onlangs wijkgemeenten besloten om niet langer met steeds kleinere aantallen in relatief steeds grotere kerkgebouwen de diensten te blijven houden, maar om de kerkdiensten te concentreren op twee plaatsen. De wijkgemeenten gingen bij dat besluit niet over één nacht ijs. Ze



Richard Vissinga

realiseerden zich heel goed met hoeveel emoties mensen ook aan een gebouw verbonden zijn, ook al gaat het om huizen van hout en steen. Zo goed als mogelijk is toegewerkt naar het moment van samen kerken. Er is een nieuw elan aan het ontstaan. De gezamenlijke kerkdiensten worden als inspirerend ervaren. Er is meer gevoel van verbondenheid. Er zijn veel minder lege banken en stoelen. Het zingt ook zoveel fijner. Dat roept een spannende vraag op. Welke waarde kunnen we aan deze ervaringen toekennen? In hoeverre zijn kleinere of grotere aantallen bepalend voor de waardering van ons kerk zijn? Als ik terugkijk naar de tijd waarin mijn kerkelijk bewustzijn ontwaakte zie ik niet alleen stampvolle kerkdiensten, maar ook felle meningsverschillen, waarbij betrokkenen elkaar tot in het diepst van hun ziel verwondden. En ik proef nog steeds de sfeer van zelfgenoegzaamheid, waarbij het eigen gelijk werd verheerlijkt en de ander als vals en ontrouw werd weggezet. Ik ben dankbaar dat die tijd voorbij is. Ik ben blij met inspirerende diensten, maar die zitten niet in het getal. Die zijn ook te beleven met kleine aantallen. Die zitten in de kwaliteit van wat er gevierd, gezegd en gebeden wordt. Die hebben te maken met een zorgvuldige liturgie, met verantwoorde Schriftuitleg en met gelovigen die betrokken zijn op God en op de wereld. Die – naar een woord van Bonhoeffer – de lofzang gaande willen houden en onder de mensen het goede willen blijven doen.

4 Sociale media

Wat zijn sociale media? Liggen hier uitdagingen en kansen? Ter inleiding – Richard Vissinga

7 Tussen egoïsme en gemeenschap

Over de voor- en nadelen van sociale media – Frank Bosman

11 Communicatie: vorm en inhoud

Een nieuw instrument en een andere wijze van communiceren – Eric van den Berg

15 Mijnkerk.nl

Een pioniersplek in de internetwereld – Fred Omvlee

20 Begint eer ge bezint

Sociale media in het pastorale werk van een predikant – Otto Grevink

25 Twitteren, digitaal koffie drinken

Twitteren in de kerkelijke communicatie – Marloes Nouwens-Keller

28 Op weg naar Bethlehem

Verslag van een twitterproject in de adventstijd – Burret Olde

2 Redactioneel

19 Boeken

33 Prikbord

In dit nummer Volgend nummer

Thema: Gemeente, werkplaats van vrede

Vrede

Bijbels-theologische gedachten

Kerk en vrede

De opdracht van de kerk in de samenleving

Wat heeft de vredesbeweging te bieden?

Betekenis van de vredesbeweging

Gedachten bij de vredesweek

Verslag van een gesprek

Vredesweek

Activiteiten in een gemeente

Vredeswerk

Vanuit de kerk werken aan vrede

Vrede en Kerst

'Vrede op aarde'

Informatie en communicatie via de sociale media spelen sinds kort een grote rol. Deze ontwikkeling gaat aan de kerk niet voorbij. Er wordt gesproken van een internetkerk en via sociale media worden leden en buitenstaanders opgeroepen aan activiteiten deel te nemen. Reden genoeg voor een themanummer over deze nieuwe trend.

Sociale media

Ter inleiding op dit themanummer

Richard Vissinga

Drs. R.S.E. Vissinga is predikant voor gewone werkzaamheden, verbonden aan de Protestantse Gemeente van Enschede en lid van de redactie van het Ouderlingenblad

Sommige commentatoren zijn er vast van overtuigd dat de Arabische lente voor een belangrijk deel te danken is aan Twitter en Facebook. Nog vers in ons geheugen liggen de beelden van groepen opstandelingen in Egypte die er samen en met behulp van sociale media in slaagden Moebarak van het toneel te laten verdwijnen.

Sociale media als wapens

Iemand schreef: 'De revolutionair 2.0 is niet bewapend met een AK-47, maar met een laptop en internetverbinding of smartphone. Hij filmt, post, twittert en verspreidt zijn revolutionaire ideeën online. Hij omzeilt via internet blokkades en betreedt westerse bibliotheken waar hij bij John Stuart Mill of Barack Obama belandt, of in debat gaat met westerse leeftijdsgenoten of daarvoor aangestelde ambtenaren van het Amerikaanse ministerie van Buitenlandse Zaken. Zo doet hij inspiratie op voor het post-

revolutionaire tijdperk (Trouw, 13-06-2011).' Inmiddels is de euforie over de zogenaamde lente verdwenen en heeft plaats gemaakt voor wantrouwen en scepsis aangaande de toekomst. Ook over de rol en de invloed van de sociale media wordt door andere commentatoren genuanceerder geschreven dan in het citaat hierboven. Zij zijn van mening dat in de strijd tegen de onderdrukkers de rol van de sociale media wordt overschat.

Project X Haren Toch hebben wij vorig najaar in eigen land kunnen ervaren hoe groot die rol wel degelijk kan zijn. Een tienermeisje dat via Facebook haar vrienden uitnodigde voor haar verjaardagsfeestje moest vlak voor haar verjaardag onderduiken omdat de uitnodiging zich via datzelfde Facebook razendsnel verspreid had en velen elkaar opriepen om naar Haren te gaan. Geschokt en verbijsterd keken we naar de beelden van wat jongeren en ouderen vaak onder invloed van drank



en drugs wisten aan te richten. Het was een onthutsende ervaring.

Sociale media en burn-out

Vorige maand berichtte de NOS dat steeds meer jongeren in het begin van hun carrière een burn-out krijgen, terwijl tien jaar geleden mensen onder de 35 jaar nog de meest vitale leeftijdsgroep vormden. Volgens onderzoeksbureau SKB ligt het groeiende aantal jongeren met een burn-out niet aan de werkdruk, maar speelt hun privéleven een belangrijke rol. Daar is de druk toegenomen, waardoor jongeren op het werk minder

aan zouden kunnen. Sociale media spelen daarbij een grote rol, denkt het bureau. Facebook en Twitter zijn plekken waar mensen vooral laten zien hoe leuk hun leven is.

Eigen ervaring en vragen

Er gaat haast geen dag voorbij of in mijn mailbox belandt een bericht van Facebook dat één van mijn zogenaamde facebookvrienden jarig is met de vriendelijke uitnodiging hem of haar iets aardigs toe te wensen. Of ik krijg een verzoek om met deze of gene, soms een bekende, soms een onbekende, 'vriend' te worden of via

**Ontwikkelingen
gaan niet aan
de kerk voorbij**

LinkedIn mijn netwerk uit te breiden. En daarnaast ontvang ik via sociale media steeds meer uitnodigingen voor bijzondere kerkdiensten, ontmoetingen, vergaderingen en andere boeiende 'events'. Zo is er via internet een omvangrijk laagdrempelig netwerk aan het ontstaan. Tot nu toe doe ik daar weinig mee. Maar ik weet van collega's dat ze heel actief in de weer zijn met sociale media. Laat ik hier een kans liggen? 'Moet' ik er ook aan geloven?

Een themanummer

In bovenstaande vragen en gedachten heeft de redactie aanleiding gevonden een themanummer over sociale media op te zetten. Het wil aandacht schenken aan de mogelijkheden, die sociale media bieden, speciaal toegespitst op het gebruik in de

kerk. De valkuilen daarbij zullen niet ongenoemd blijven. Er komen deskundigen aan het woord, die uit de doeken zullen doen waarover we het precies hebben als we spreken over sociale media en welke rol ze zijn gaan spelen in de cultuur. Zij zullen aangeven welke uitdaging hier ligt voor de kerk en voor de gemeenten. Er komt een twitterende, Facebook-gebruikende, bloggende dominee aan het woord en ook een predikant die onlangs is aangesteld als internetpastor. Hij doet uit de doeken wat een internetkerk is en wat een 'online gemeenschap' zou kunnen zijn. En de twitter-medewerker van het landelijk dienstencentrum vertelt van haar twitter-ervaringen.

De redactie hoopt dat de lezers het themanummers als informatief, boeiend, en wie weet ook als inspirerend zullen ervaren. ■



Stan Marsh uit de tekenfilmserie *Southpark* is de enige *kid in town* die niet op Facebook zit. Zijn vrienden wel. Die zitten in dezelfde kamer elkaar te mailen, op elkaars foto's commentaar te geven en online games te spelen. Als 'verrassing' maken ze voor Stan een account. En dan gaat het helemaal fout....

Tussen egoïsme en gemeenschap

Over sociale media

Frank Bosman

Drs. F.G. Bosman is cultuurtheoloog en verbonden aan LUCE/Centrum voor Religieuze Communicatie aan de Theologische Faculteit van de Universiteit Tilburg

De sociale media – Facebook, Twitter en YouTube – zijn niet meer weg te denken uit ons dagelijks leven. Ze brengen een ongekende *connectivity* teweeg: iedereen is met iedereen op elk moment van de dag verbonden. Deze media hebben echter ook schaduwzijden: egoïsme ligt op de loer en *connectivity* betekent niet automatisch verbondenheid, laat staan intimiteit.

Daarom is het goed om na te gaan wat de belangrijkste sociale media op dit moment zijn en wat zij kunnen betekenen voor de gemeente. Ook nadelen moeten benoemd worden. Dat gebeurt aan de hand van een beschrijving van de *Southpark*-episode. Tenslotte besluiten we met een algemene waardering van de sociale media.

Sociale media Iedereen praat er over, heel veel mensen gebruiken het ook, jongeren bijna elk moment van

de dag: sociale media. Maar wat zijn eigenlijk sociale media? In het *Handboek kerk en social media* worden enkele kenmerken gegeven: sociale media zijn interpersoonlijk; maken gebruik van *user-generated content*; zijn bedoeld om informatie met elkaar te delen en zijn principieel openbaar.

Waar de traditionele media (televisie en radio) vooral massamedia waren, zijn de sociale media persoonlijk. Vroeger was je als tv- of radioconsument vooral passief: de berichten, beelden en geluiden komen over je heen. Met de sociale media in de hand kan iedereen zelf berichten publiceren en direct reageren op wat gezien of gehoord wordt.

Hele websites, bijvoorbeeld *nuij.nl*, worden gevuld met deze zogenaamde *user-generated content*: mensen plaatsen zelf berichten. En als er maar genoeg mensen jouw nieuws de moeite waard vinden, kom je bovenaan op de voorpagina te staan. In die zin zijn de

Voor wie meer wil weten: Eric van den Berg en Frank G. Bosman (red.), *Handboek kerk en social media*, uitg. Boekencentrum, Zoetermeer 2012

sociale media democratisch: iedereen kan meedoen, een weblog of een twitteraccount aanmaken is voldoende. Een keerzijde van dit democratisch gehalte is de aan internet verbonden anarchie (er zijn weinig regels) en het ontstaan van een 'digitale tweedeling' in de samenleving tussen mensen die wel en die niet kunnen mee komen met internet en de sociale media.

De vier belangrijkste sociale media

- *Facebook*. Facebook, gelanceerd in 2004, is een internationale sociale netwerksite van enorme grootte en de op een na best bezochte website ter wereld. Om Facebook te gebruiken is registratie noodzakelijk: naam, e-mailadres, wachtwoord, geslacht en geboortedatum. Basisfunctionaliteiten zijn een persoonlijk profiel, de Facebooktimeline, de mogelijkheid je status te updaten door het schrijven van korte teksten, het delen van links, foto's en video's.
- *LinkedIn*. LinkedIn is in maart 2003 gestart als zakelijk netwerk. De netwerksite is in meer dan twaalf talen beschikbaar, waaronder het Nederlands. Om met LinkedIn te werken is registratie vereist. Gebruik is gratis. De belangrijkste functionaliteit van LinkedIn is het eigen profiel, waarin opgenomen huidige functie, werkverleden, opleiding, connecties, eigen ervaring en (optioneel) publicaties of projecten waaraan is gewerkt. In de LinkedIngroepen kan met vakgenoten van gedachten worden gewisseld, kunnen banen worden aangekondigd et cetera.
- *Twitter*. Twitter wordt naast Facebook

wel gezien als hét sociale medium. Dat komt doordat Twitter realtime is, een hoog hypegehalte heeft en er veel onbegrip heerst over Twitter. Sceptici zullen zeggen dat twitteren onzinnig is, omdat het weinig interessant is te weten dat iemand op een bus staat te wachten, op het toilet zit of net boerenkool heeft gegeten. Twitter is vooral een sterk middel in conversatie en het rechtstreeks verslag doen van iets.

- *YouTube*. De grootste videodienst ter wereld is YouTube, dat eigendom is van Google. Met YouTube, opgericht in 2005, ben je je eigen televisiestation geworden. Justin Bieber, Esmee Denters en vele anderen zijn beroemd geworden door YouTube. Om films te bekijken is geen inlog nodig. Voor het zelf uploaden van filmpjes is dat wel nodig. Gebruikers kunnen een kanaal starten en zich abonneren op de kanalen van andere gebruikers.

'Jij hebt geen vrienden'

Southpark neemt in de episode *You have o friends* 'u hebt o vrienden' het verschijnsel sociale media genadeloos op de hak. Zoals beschreven weigert Stan als enige van de school zich met de sociale media te bemoeien. De sociale druk is meedogenloos. Achtereenvolgens smeken dan wel bedreigen Stans vader Randy, zijn vriendin Wendy, en later zelfs totaal onbekenden hem om Facebook-vrienden met hem te worden. Als Stan aan de druk bezwijkt, is er geen redding meer aan: hij 'moet' duizenden mensen 'toelaten' als vrienden en is de hele dag bezig met het eindeloos commentaar

Niet meer
weg te
denken



Een digitale tweedeling?

leveren op foto's en filmpjes. De makers van Southpark hekelen de sociale druk die van sociale media uitgaat. Wie geen profiel op Facebook, Hyves of LinkedIn heeft (of liefst een combinatie hiervan) ligt er helemaal uit. En als je dan eindelijk meedoet, moet je er ook veel tijd aan spenderen. Zo niet, lig je er (weer) uit.

Ondertussen is Facebookverslaafde Kyle digitaal vrienden geworden met social outcast Kip, een puisterig en eenzaam joch. Kyle is Kips eerste en enige vriend. Kip verliest volledig de realiteit uit het oog. Hij deelt elke scheet die hij laat met Kyle en wacht urenlang op een minimale reactie van zijn 'vriend'. Uiteindelijk neemt hij 'Kyle' mee naar de bioscoop door een notebook met diens geopend profiel naast hem op een stoel neer te zetten. Kips ouders zijn dolblij dat hun jongen nu eindelijk een 'echte vriend' heeft, totaal onwetend over het karakter van die 'vriendschap', die met één klik van een muis kan worden verbroken. Sociale media bergen het gevaar in zich dat offline-vriendschappen worden vervangen door online-varianten. Kip heeft überhaupt geen andere vrienden, dan die ene digitale. Eric, Kyle en Kenny delen nota bene dezelfde kamer, maar kiezen voor digitaal contact in plaats

van feitelijk met elkaar te spelen. Alleen Stan onttrekt zich er (voorlopig aan) door te gaan gamen.

Deze 'substitute friendships' ('vervangende vriendschappen') dreigen uiteindelijk tot een devaluatie van het begrip 'vriendschap' te leiden. Als Kyle door medelijden bewogen vriendjes wordt met outcast Kip neemt een groot gedeelte van zijn andere vrienden de digitale benen. Wie een 'uncool' vriendje heeft, raakt zelf ook sociaal besmet. Niemand wil (digitaal) vrienden zijn met wie vriend is met een uncool iemand. Bovendien gaat het de Facebookers meer om de hoeveelheid vrienden (kwantiteit) dan om de diepgang van de individuele vriendschappen (kwaliteit). Zo wordt 'vriendschap tot een afgeleide van status' brult Stan ten einde raad. De enige oplossing lijkt een radicale 'ontvriending' door 'digitale zelfmoord': Stan wist zijn profiel. Resultaat: 'u hebt o vrienden'.

Het belang voor de gemeente

Toch is het belang van sociale media voor gemeentes niet te onderschatten. Maar als gemeentes dan de stap naar de sociale media maken, gedragen ze zich bijna allemaal als 'zenders'. Niet dat de boodschap fout is, integendeel, maar de

tone of voice kon niet fouter zijn. 'Kom naar onze schitterende viering!' - 'Maak kennis met Jezus!' - 'Wil je vrijwilliger worden, meld je dan aan!' of het meer dreigende: 'Het is twee voor twaalf, alleen Jezus redt u'. Deze gemeenten willen vooral informeren wat zij te bieden hebben.

Hoe dan wel? Het internet links laten liggen? Dat kan. Maar vele professionals en vrijwilligers in de pastorale praktijk voelen intuïtief aan dat internet gewoon niet te negeren is, zeker niet als de lokale kerkgemeenschap haar blik naar buiten wil richten, en zich als missionair, evangeliserend beschouwt. Internet is een uitstekende manier om je als missionaire gemeenschap of missionaire professionals te profileren, als je maar weet hoe.

Daarom pleit ik voor een nieuwe online houding van de kerkelijke professional, die zowel als privépersoon als vanuit zijn beroep van internet gebruik maakt: een houding van 'digitale presentie'. Dat betekent: het digitale leven delen met de anderen die je op allerlei plekken en momenten op internet aantreft, en op specifieke momenten - en alleen dan - die daarom vragen en/of er ruimte toe bieden het religieuze/spirituele/goddelijke representeren in de digitale ruimte.

Deze presentstelling is veelal impliciet. Je maakt er geen geheim van dat je werkzaam bent voor parochie of gemeente als pastor of vrijwilliger, maar je beperkt je digitale leven daar niet toe. Het is er een onderdeel van. Ook maak je geen geheim van de spiritualiteit of geloofstraditie waardoor je je geïnspireerd voelt, maar ook dat is niet iets dat je in elke tweet, blog of posting hoeft te laten doorklinken. Voorbeelden

genoeg. Zie de winnaars van de jaarlijkse *Web Fish*, de prijs voor de beste christelijke website <http://chatserver.ikon.nl/webfish2012/>

Algemene waardering

De sociale media hebben twee gezichten, een positief en een negatief. Aan de positieve kant staat de mogelijkheid om mensen snel en efficiënt met elkaar in contact te brengen. De macht van de 'oude media' om via televisie en radio te bepalen welke informatie op welke manier wordt verstrekt, is gebroken. Iedereen kan via laagdrempelige gratis alternatieven zijn of haar eigen informatie en meningen verzamelen, delen en toevoegen.

Aan de negatieve kant staat de sociale druk om er aan mee te doen op straffe van digitale uitsluiting. En het principiële bandenloze karakter van internet zorgt voor een anarchistische context, waardoor digitaal pesten en treiteren tot de mogelijkheden behoren. Bovendien dreigt er een digitale tweedeling in de maatschappij te ontstaan tussen hen die de sociale media beheersen en zij die dat niet (meer) kunnen. ■

De taak voor elke gebruiker van de sociale media is om zorgvuldig met zijn of haar mediagedrag om te gaan. Een goede leidraad daarin is de 'gouden standaard': doe (ook op internet en met de sociale media) aan een ander niet wat jij niet wilt dat aan jou geschiedt. Dan worden de sociale media leefbaar en bruikbaar als instrument van gemeenschap en verbondenheid.

Informatie en meningen verzamelen en delen

Nog niet zo heel lang geleden wist een gemiddelde kerkelijk werker niet wat Facebook of Twitter was, of hij of zij was niet bedreven om deze nieuwste media toe te passen...

Communicatie: vorm en inhoud

Eric van den Berg

Dhr. E.C.A. van den Berg M.A., mediaondernemer, adviseert en traint kerken over nieuwste media via zijn bureau ISI Media. Hij schreef het *Handboek Kerk en Internet* (2011) en onder redactie met Frank Bosman het *Handboek Kerk en Social media* (2012). Met zijn website Katholiek.nl won hij in 2009 de prijs voor beste christelijke website en in 2012 werd de site genomineerd voor de Duitse Funkepreis voor beste online media-initiatief

Iemand kan andere prioriteiten hebben dan het verdoen van tijd met twitteren of het delen van foto's. Of iemand kan de instrumentele en tactische vaardigheden missen om effectief te facebooken. Vervolgens is er een groep kerkelijk werkers die de motivatie niet heeft om sociale media te gebruiken: het is te vluchtig, het is te ik-gericht of andere, vaak normatieve stellingen worden dan betrokken.

Probleem is echter: sociale media gaan niet meer weg. Daarom is het toch goed om stil te staan bij het ontwikkelen van mediawijsheid voor deze nieuwe media: hoe kun je als ouderling overeind blijven in een tsunami aan nieuwe communicatievormen.

Techniek of ... Sociale media kun je beschouwen vanuit twee perspectieven: media als technologie of media als een sociaal instrument. In het gelauwerde boek *'Tweet if you*

love Jesus' maakt Elizabeth Drescher een duidelijke keuze. Ze schrijft dat we de natuurlijke neiging hebben om via de techniek over interpersoonlijke, culturele, sociale of spirituele aspecten van nieuwe media te spreken. Dat is ten onrechte: techniek is niet het antwoord.

Ik onderschrijf dat van harte. In de vele trainingen en workshops die ik geef, kom ik nogal eens de wens tegen om het over de techniek te hebben. Zeker, om een DVD-speler te bedienen, moet je weten hoe de afstandsbediening werkt. Zo ook met Twitter: je moet weten wat een hashtag, een retweet of Tweetdeck is. Tegelijkertijd zijn sociale netwerksites in gebruik vele malen gemakkelijker dan een afstandsbediening of het instellen van printerinstellingen in Windows 8. Letterlijk is een twitteraccount in twee minuten gemaakt. Daarna is het een kwestie van het toetsenbord beroeren en met wijsheid de conversatie starten.

Het gaat
niet om de
techniek



Daarbij is het niet nodig enige notie te hebben van de programmeertaal AJAX, Ruby on Rails en nog meer exotische terminologie.

Veranderde verhoudingen in de communicatie

Nee, het gaat niet om de techniek. De fundamentele hervorming die internet heeft veroorzaakt, is de manier waarop mensen met elkaar communiceren. De werkelijke revolutie bestaat hieruit, dat er sprake is van een 'groundswell': mensen hebben geen instituties of maatschappelijke elite meer nodig om zich tot elkaar te verstaan dan wel om zaken met elkaar te regelen. Sommige wetenschappers menen dat de afname van autoriteit van kerk en overheid een gevolg is van deze sociale revolutie. Voorbeelden te over: Je kunt winkelen zonder een winkel te bezoeken, je gaat naar een film op basis van aanbevelingen van mensen

die je kent (of die je niet kent). En dus kun je ook je religieuze uitrusting zelf samenstellen zonder dat daar een kerk voor nodig is.

De verhouding tussen mensen onderling is sterk aan het veranderen. Een opvallende beschrijving geeft de filosoof Menno van der Veen. Hij beschrijft de opkomst van de 'youtopisten', een woordsamenstelling van Youtube en utopisten. Van der Veen beschrijft dat youtopisten meerdere rollen tegelijkertijd hebben. Je bent zowel dominee, brideliefhebber, liefhebbende moeder als violiste. Sociale media maken het mogelijk deze rollen onafhankelijk van elkaar in de praktijk te brengen, zonder dat de (vrienden van) de violiste en de (familie van) de brideliefhebber daar weet van hebben. Ieder heeft zijn eigen community, zijn eigen span of control en eigen intentie van communicatie of participatie.

Twittercontact met een jeugdouderling Wat betekent deze dynamiek voor kerkelijk werkers? Ik vind Twitter een geweldig conversatiemiddel om opinies te horen en gesprekken aan te gaan over dit soort onderwerpen. Daarom vroeg ik in de voorbereiding van dit artikel op Twitter waar ouderlingen tegenaan lopen als het gaat om online communities. Ik raakte in gesprek met een jeugdouderling uit Putten. Volgens zijn account is hij 'zoekend naar de mogelijkheden om sociale media bij de combi geloof en jongeren in te zetten'. Ik heb de ouderling nog nooit ontmoet. Maar in ons aangename twittergesprek kwamen twee perspectieven naar voren: de doelgroep en de diepgang van converseren.

De ouderling vond dat de doelgroep nog zo weinig online was en dus kun hij moeilijk 'digitale kerkbezoeken' afleggen. De grote (digitale) afwezigheid van de doelgroep belemmert de bekende missionaire opdracht 'Gaan waar de mensen zijn'.

Echter, zonder afbreuk te doen aan het prettige gesprek: meer dan 90% van alle Nederlanders van 6 jaar en ouder hebben een internetverbinding. Meer dan 50% daarvan maakt gebruik van enige sociale netwerksite, zoals Hyves, Facebook, Twitter of LinkedIn. De groep die het hardst groeit, is die van de ouderen, die al zeer geregeld internetbankieren: een van de meest privacygevoelige activiteiten die je je kunt voorstellen. Het is daarom eerder zo dat een kerkelijk werker vaak niet weet op welk platform 'de' doelgroep aanwezig is en wat die mensen daar doen. Uit de vele contacten die ik heb met parochies en gemeenten blijkt dat

telkenmale. Het beperkte inzicht dat er is, is ook logisch: als je zelf niet op Facebook zit, weet je niet wie daar wel zijn. Daarom: doe onderzoek naar de doelgroep en het sociaal-demografisch karakter van die groep.

Leren luisteren naar de doelgroep Daarbij is de strategische aanpak van Li en Bernoff een hele praktische. De bedenkers van de hierboven aangehaalde groundswell hebben een vijftrapsraket geconstrueerd.

De eerste stap is luisteren naar wat de doelgroep daadwerkelijk zegt. Daarbij is het goed te beseffen dat er een ander idioom bestaat dan we gewend zijn, zeker bij jongeren. 'Ga eens deud' betekent geen doodsverwensing, maar 'Ga eens ergens anders spelen'. Bovendien is er een andere dynamiek: een gesprek kan ineens opkomen, en zonder reden wegvallen. Dat is een way of life, die kan afstoten of die je persoonlijk kunt aantrekken. Het is een uiting van de 'loose connections' zoals socioloog Joep de Hart die beschrijft. Zeker een youtopist houdt van de vele losse contacten, die even abrupt beginnen als eindigen en op een nader moment weer door kunnen gaan. Voor kerkelijk werkers is het de taak deze dynamiek niet te zeer te veroordelen. Een mooie spreuk is in dit verband van Lao Tse. 'Een boom die niet kan buigen zal knakken in de wind. De natuur zelf heeft dus bepaald dat hij die zacht en vriendelijk is, zal overwinnen'.

Een volgende stap is meepraten en 'energizing': het mobiliseren en stimuleren van online vrienden en

Een
aangenaam
twitter-
gesprek
met een
ouderling

Te weinig diepgang in het contact?

kerkgangers en hen voor je winnen in het verspreiden van je boodschap of er contact mee te onderhouden. Of door mensen te ondersteunen in het helpen oplossen van elkaars problemen en vragen. Dat gebeurt aan de lopende band op sociale netwerksites: een marktplaats van ideeën en belangeloze hulp. Kerkelijk werkers hebben een enorme rijke geloofsschat die op die digitale agora zijn weg vindt.

Tot slot, en voor sommige kerken een lastige, adviseren Bernoff en Li om je doelgroep direct te betrekken bij de manier waarop je je kerk vormgeeft. Betrek de mensen bij de diensten die je biedt en pas je aanbod daarop aan.

Te weinig diepgang?

Het tweede perspectief in het vruchtbare twittergesprek was: er is te weinig diepgang in het contact. Mijn gesprekspartner noemde dat online pastoraat lastig is. 'Ze lopen niet met hun vragen te koop' twitterde hij. Dat is volgens mij niet geheel waar. Ik denk dat het punt eerder is, dat jongeren niet weten bij wie ze met hun vragen terecht kunnen en dat vragen als mededeling worden geuit. De kerk is een stem tussen de stemmen geworden en de jaren 50-traditie 'vraag het maar aan de dorpsdominee' is verdwenen. Daarbij is het een misvatting dat jongeren internet heel geschikt vinden om intieme, persoonlijke vragen te stellen. Dat vinden ze namelijk in meerderheid niet. Er is wel een andere antenne nodig om vragen te onderkennen. In het 'jij-paradijs' van de youtopist worden amper vragen gesteld, maar het barst van de emotionele uitingen. Bijvoorbeeld: een

ode van een dochter aan haar moeder, het doorsturen van een filmpje over huidkanker of het liken van een foto van een vakantieliefde. Sociale media hebben niet alleen sociale connecties mogelijk gemaakt, maar ook een democratisering en popularisering van het gevoel. Genoeg mogelijkheden tot contact, en contextueel pastoraat.

Van online naar offline?

Sociale media worden meer dan eens gezien als vervangend middel voor gemeenschapsopbouw. Dat is maar deels waar. Voor een groeiend deel voldoen sociale netwerksites in het onderhouden van contacten. Voor het overgrote deel is het een toevoeging met enorme mogelijkheden tot het delen van lief en leed, kennis en ervaring, connectie en relatie. Online gemeenschapsopbouw loopt van connectie naar relatie. Een authentieke digitale presentie is daarbij noodzakelijk. De tagline van Twitter - 'Join the conversation' - is niet voor niets bedacht: digitale presentie is alleen mogelijk door te participeren, anders sta je a priori buiten de heterogene community. Het laagdrempelige karakter van sociale media maakt het kinderlijk eenvoudig in contact te komen. Het is vervolgens aan het onderlinge contact hoe dat een vervolg krijgt. Bij de een zal het genoeg zijn om online contact te houden. In een ander contact ligt de wens onder de conversatie - van welke zijde ook - om offline daaraan een vervolg te geven. U hebt de keus: maak er gebruik van! ■

Een pionier is volgens Van Dale een baanbreker. De Protestantse Kerk in Nederland heeft een aantal pioniersplekken in Nederland opgezet. Plekken waar nog geen kerk of geen kerk meer aanwezig is.

Mijnkerk.nl

Fred Omvlee

Drs. F.R. Omvlee (1965) is geestelijk verzorger bij Defensie en predikant van de internetkerk Mijnkerk.nl, een pioniersplek van de Protestantse Kerk in Nederland



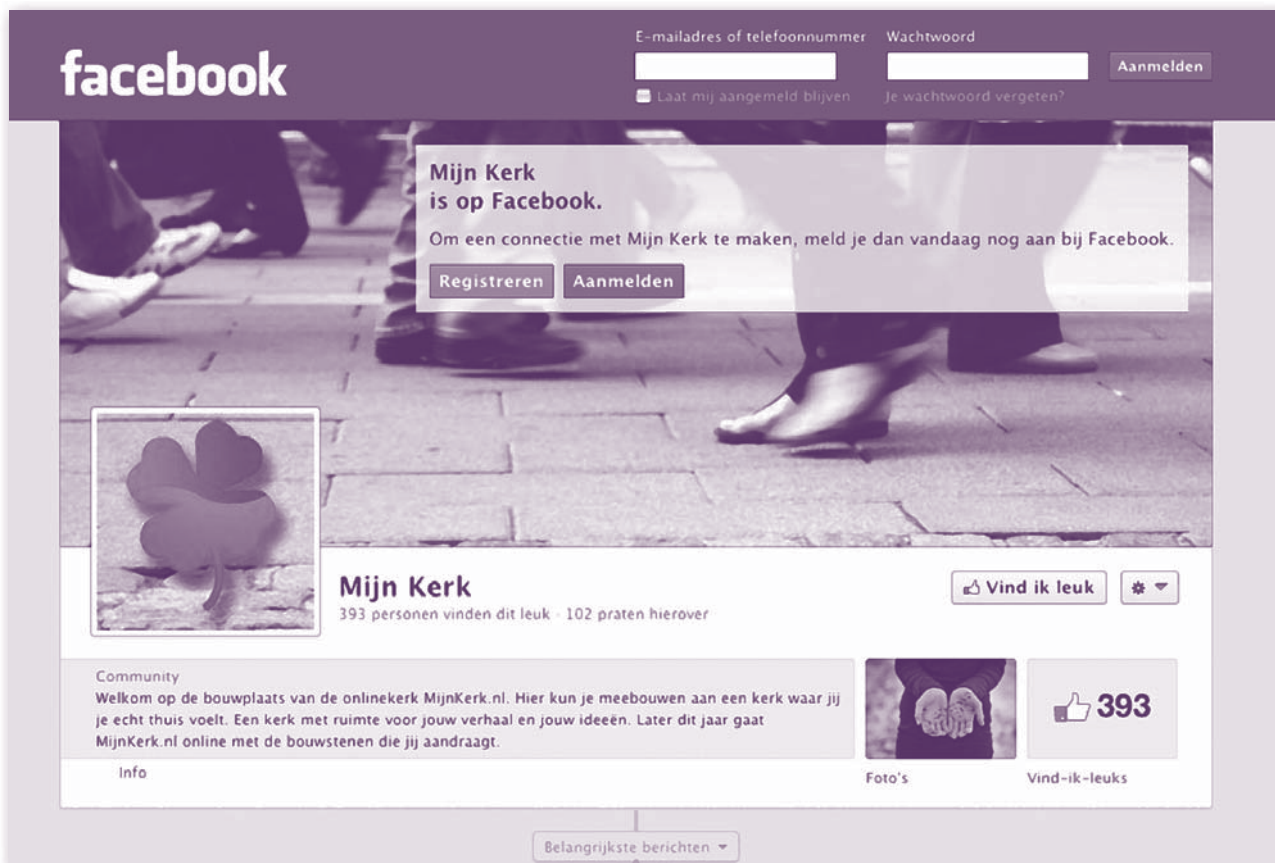
Pioniersplekken kun je vinden in nieuwbouwwijken in Amsterdam (IJburg) en Nieuw-Vennep (Getsewoud) waar nog nooit een kerk heeft gestaan, maar ook in een oude stadswijk als De Kop van Zuid (Rotterdam) of in het Friese dorp Jorwerd, waar God spreekwoordelijk vertrokken is. Op die plekken zijn predikanten als baanbrekers werkzaam. Er zijn nog meer plaatsen en werelden te bedenken waar de kerk niet vanzelfsprekend is. Eén van die werelden is internet.

Volgens sommigen is de wereld van internet een virtuele wereld, dat wil zeggen: niet reëel. Maar voor veel mensen anno 2013 is die wereld wel heel echt en kunnen ze niet meer zonder. Al was het maar omdat internet onmisbaar is voor hun werk of school. Maar ook in hun vrije tijd zijn veel mensen onlosmakelijk verbonden met internet. Daar kun je bezwaar tegen hebben, maar het is een feit. De Protestantse Kerk in Nederland heeft daarom deze wereld ook als

missiegebied bestempeld en een internetkerk in het leven geroepen.

Een internetkerk? Er zijn al heel veel christelijke en kerkelijke activiteiten op het internet. Elke zich zelf respecterende kerk heeft in ieder geval een website en veel kerkdiensten zijn al live te volgen via het net. Bij de Remonstranten kun je zelfs al lid worden via de website. Toch zijn al deze activiteiten veelal gericht op de eigen achterban of mensen die al kerkelijk betrokken zijn. Als kern van de internetkerk zijn Bram Dijkstra-Geuze als communitymanager, Adrie Stemmer als webredacteur en ik als internetdominee aangesteld. Als redactie geven wij vorm en inhoud aan de website www.mijnkerk.nl en aan de bijbehorende Facebook pagina www.facebook.com/mijnkerk en Twitter-account www.twitter.com/mijnkerknl.

Vanaf 1 juni zal de website online zijn en de Facebook pagina is al actief



Facebook-pastoraat

als proeftuin. We pionieren immers en als rechtgeaarde pioniers weten we niet precies hoe de weg zal lopen. We weten al wel hoe de website er uit gaat zien, maar hoe alles zich zal ontwikkelen is ook voor ons nog gehuld in raadselen. Op Mijn Kerk plaatsen we lichtvoetige, maar daarom niet minder diepzinnige stukjes over het gewone leven en de link met kerk en geloof. In veel popmuziek zit bijvoorbeeld iets inspirerends, of ze gaan zelfs onomwonden over God. Een inspirerend stukje tekst bij zo'n videoclip kunnen wij plaatsen op Mijn Kerk. Het logo van Mijn Kerk is een

klavertje vier. Het is het symbool van geluk, iets wat we allemaal willen. Als je met andere ogen kijkt, zie je er een kruis in. Wij willen als kerk op internet gelukbrenger zijn in het leven van de bezoeker.

Wat is ons doel? Wij richten ons op mensen die niet direct een band hebben met de kerk, maar die wel op een bepaald moment contact willen. Daarbij denken we aan het moment waarop iemand vader of moeder wordt en zich afvraagt hoe het zit met dopen of Bijbelverhalen voor kinderen. We

denken ook aan situaties van verdriet of tegenslag waarin iemand contact zoekt, een luisterend oor. Mijn Kerk kan dan de plek zijn waar je je verhaal kwijt kunt, via de website, via Facebook, via de mail of via de telefoon. De bezoeker van Mijn Kerk zal verhalen over verschillende onderwerpen kunnen vinden en zoeken. Ook kan de bezoeker van Mijn Kerk een kaarsje aansteken voor iets of iemand, een geluksmoment delen. De mensen die zich aanmelden of inloggen op de website zullen elkaar ook kunnen zien of elkaars reacties en verhalen. Zoals het gaat op Facebook, kan er dan ook een nieuwe vorm van gemeenschap, *community* ontstaan. Misschien komt u in uw bezoekwerk wel mensen tegen die eigenlijk weinig contact willen met de kerk, maar wel op een bepaald moment deze site willen bezoeken. Het kan op hun manier, op hun moment. Op Mijn Kerk stellen we geen voorwaarden, je hoeft geen lid te worden, iedereen is welkom en het kost niets.

Over LinkedIn Church, Twitterdiensten en Facebook pastoraat

Mijn eigen ervaringen met internet en sociale media zijn positief. In mijn werk voor Defensie was ik geregeld lang van huis, op uitzending naar Liberia en Afghanistan en woonde ik met mijn gezin twee jaar op Curaçao. Juist op die momenten, als er sprake is van afstand en tijdsverschillen, is internet ideaal. Niet alleen kon ik contact houden met mijn thuisfront en zij met mij, maar ook leerde ik oude vrienden weer kennen en deed nieuwe vriendschappen op via deze media. Zo deed ik in 2009 een

oproep via LinkedIn om samen een kerkdienst te organiseren met mensen van verschillende achtergronden. Veel mensen reageerden positief en dachten mee. De Protestantse Kerk in Amsterdam stelde ruimte ter beschikking en zo kwamen we bij elkaar om deze samengestelde dienst daadwerkelijk te laten plaatsvinden en elkaar te ontmoeten. De groep die hieruit ontstond noemt zich Social Sunday en organiseerde verschillende kerkdiensten met behulp van Twitter. En op een onlangs gehouden studiedag voor predikanten vertelden verschillende predikanten dat zij werken met 'Facebook pastoraat'. Een predikante vertelde hoe zij soms reageert op een berichtje van een jong gemeentelid dat op reis is: zij 'likt' het bericht en het gemeentelid beseft dat de dominee zo meeleeft. Het is de moderne variant op het sturen van een kaartje: 'kleine moeite, groot plezier'.

Kleine
moeite,
groot
plezier

Waarvan droom ik?

*Hier ben ik veilig, hier ben ik sterk,
Hier ben ik heilig, dit is mijn kerk
Dit is mijn haven, hier leg ik aan
Hier kan ik slapen, hier moet ik
staan*

In mijn droom over Mijn Kerk speelt het lied van de popgroep Bløf een rol:

Ik droom ervan dat Mijn Kerk een aanvulling is op alles wat de kerken te bieden hebben. Ik droom ervan dat voor de buitenwereld Mijn Kerk een positieve plek is om te belanden. En ik droom ervan dat Mijn Kerk ook een stimulans is voor de lokale kerken.

De kerken leven!

Als gastpredikant kom ik in het hele land, van Oudehaske tot Veldhoven, van Callantsoog tot Eibergen. Overal zie ik die hartelijke vrijwilligers en mooie kerkgebouwen waar dappere gemeenschappen kerk zijn. Als je de kranten leest, kun je de indruk krijgen dat het alleen maar malaise is, dat de kerken leeglopen en dat kerkgebouwen afgestoten worden. Ik sluit mijn ogen niet voor de realiteit dat er inderdaad kerkgebouwen sluiten en dat er minder leden in de kaartenbakken zitten. Maar het opmerkelijke en positieve is juist dat elke zondag op duizenden plekken honderdduizenden mensen samenkomen. De kerken leven!

Ik droom ervan dat mensen die via de internetkerk Mijn Kerk in contact komen met ons, uiteindelijk ook een keer een lokale kerk opzoeken. Daarvoor hebben we kerken,

gemeentes, vrijwilligers en voorgangers nodig die open staan voor deze mensen, die zonder voorwaarde oor en oog hebben voor elkaar en ook de omgang met sociale media leuk vinden.

Het gebruik van internet en het stichten van een internetkerk is niet zaligmakend, zeg ik ook. We leven als mensen en kerken van contact met elkaar. Niets is mooier dan mensen die samenkomen en samen zingen, bidden, bijbellezen, stil zijn. Ik ben ook heel positief over het voortbestaan van de kerk als plaats van samenkomst. Maar een internetkerk als nieuw medium is een mooie aanvulling op alles wat de kerken te bieden hebben. En hopelijk zal Mijn Kerk ook voor u als pastoraal werkers in de wijngaard een hulpmiddel zijn. Laat de Geest waaien waarheen zij wil! ■



Handboek kerk en social media



Dit handboek biedt de lezer fundamentele inleidende informatie. De inhoud kent twee delen. Het eerste 'Introductie en gebruik van social media' biedt een gedegen inleiding in wat nu eigenlijk bedoeld wordt met de term sociale media, en geeft vervolgens een uitvoerige beschrijving van de huidige sociale media. Praktijkgerichte theorie ingekaderd in kerkelijk werk en steeds met voorbeelden daaruit gepresenteerd. Vervolgens worden deze media ook beschreven in het kader

van communicatiestrategieën en wordt geattendeerd op gedragsrichtlijnen voor de gebruiker. Ook dat is een punt dat om bezinning vraagt. In het tweede deel wordt gereflecteerd op het gebruik van sociale media. Rode draad in deze hoofdstukken is de vraag hoe kerk en theologie zich verhouden tot de (veranderende) cultuur. Dit boek verdient aandacht van wie de achtergrond van het gebruik van de sociale media wil doordenken. (JJdeL)

Eric van den Berg en Frank G. Bosman (red.), *Handboek kerk en social media*, uitg. Boekencentrum, Zoetermeer 2012 (ISBN 9789023926504), 165 blz., € 18,90

De sociale netwerkerk

Robin Effing (red.), *De sociale netwerkerk. De verbindende kracht van Facebook, YouTube, Twitter en LinkedIn*, uitg. Kok, Utrecht 2013 (ISBN 9789043521413), 192 blz., € 17,50

Welke toegevoegde waarde van de sociale media kan positief ingezet worden voor de kerk? Dat is de inzet van dit boek. Het ligt dan ook vrij dicht aan tegen het denken over en de taken van de gemeente. Zo wordt de sociale-mediastrategie ingekaderd in gemeentepbouw en worden de media daarbinnen vooral vanuit de communicatievraag beschreven; het extra wat ze bieden en wat dat vraagt.

Ook pastoraat en 'meeleven' worden hierin betrokken. In drie hoofdstukken wordt verslag gedaan van onderzoek naar sociale media en de kerk. Hoe kun je het gebruik evalueren? Hoe kun je effecten van het gebruik meten? Afsluitend wordt het gebruik van sociale media ingekaderd in het perspectief van het Koninkrijk van God en worden er eerste conclusies getrokken. Een boek dat inzet bij de gemeentepraktijk en gaandeweg ook achtergronden benoemt. (JJdeL)



Tegels & Screensavers



Een boek met een handleiding waarin een uitgewerkte groepsmethode wordt geboden. Het boek bevat 53 korte spreuken over God, geloven en de Bijbel. Spreuken die veel zeggen en veel oproepen. Voor iedere week van het jaar één, plus een bonus. Daarbij geeft de auteur steeds een korte overpeinzing waarin het dagelijkse leven gekoppeld wordt aan de Bijbel. Zo biedt dit boek een uitstekend middel voor

persoonlijke reflectie, terwijl de handleiding goede mogelijkheden geeft voor de opening van het gesprek. Doel is het gesprek vanaf het begin op een uitnodigende manier op een diepere communicatielijnt te brengen. Je springt als het ware direct in het diepe en dat gebeurt in alle eenvoud. Een prima gespreksmethode voor kleine en grotere groepen. (MdG)

Peter Hendriks, *Tegels @Screensavers. Bijbelse geloofsteksten voor elke week*, Uitgeverij Boekencentrum Zoetermeer (ISBN 9789023924784), 118 blz., € 12,90
Peter Hendriks, *Tegels @Screensavers. Handleiding*, Uitgeverij Boekencentrum Zoetermeer (ISBN 9789023925309), 120 blz., € 22,50

Toen ik me in 2009 aanmeldde op verschillende sociale media had ik eigenlijk geen idee wat ik ermee ging doen, omdat ik ook niet wist wat ik ervan kon verwachten. Ook nu ik langer ermee bezig ben, heb ik nog steeds geen concreet vastomlijnd plan. Sociale media moet je gewoon doen, en zien wat er op je af komt.

Begint eer ge bezint

Leerervaringen met de sociale media

Otto Grevink

Ds. O.O. Grevink
is predikant van
de Protestantse
wijkgemeente
Ambrosiuskerk te
Waalwijk

Er kwamen meteen al gemeenteleden op mijn Hyvesaccount af met vragen en ook met vriendschapsverzoeken. In een poging om kerk en privé te scheiden heb ik toen een tweede Hyvesaccount aangemaakt: 'domineeotto'. Dat bleek echter ondoenlijk. Werkbelevissen zijn immers ook persoonlijk. Met bepaalde gemeenteleden ga ik ook privé om of maak ik hetzelfde mee buiten strikt kerkelijke activiteiten. Dus wie accepteert je voor welk account? En waarom de één (ook) privé en de ander niet? Ik ontdekte dat ik het beste met mensen contact kan leggen vanuit mijn ene leven in al zijn facetten. En wat ik niet wil delen met hen, hou ik daarbuiten.

Door gewoon te beginnen, merk je wat werkt en wat niet, al blijft het lastig te achterhalen wat het 'oplevert'. Hoewel een foto van een pimpel- en een koolmees aan een vetbol sneller meer 'likes' lijkt te krijgen dan een serieuze opmerking of artikel, merk je

op andere momenten dat die serieuze berichten wel degelijk gelezen worden, ook door mensen buiten de kerk.

Ook mijn blog blijft uitproberen. Mensen lezen graag preken na. En anderen luisteren hem graag na via een link naar Kerkomroep.nl. Blogs naar aanleiding van actuele onderwerpen en belevissen doen het goed, maar zijn ook een vak apart, dat meer tijd kost dan ik heb.

Waar zitten mijn gemeenteleden?

Aanwezigheid op de sociale media is een vorm van presentie. Aan de ene kant wil je iets delen en aan de andere kant wil je oog hebben voor wat anderen delen. Dan zoek je dus ook uit op welk medium de mensen zitten met wie je wilt delen. Ik koos in 2009 voor Hyves, toen het grootste sociale medium. Inmiddels ligt een massale uittocht naar Facebook achter ons, en zitten er op Hyves nog voornamelijk kinderen. Op

Google+ en Twitter blijken nauwelijks gemeenteleden actief.

Naar mate meer mensen kiezen voor hetzelfde medium volgen ook steeds meer anderen. Bij mij in de gemeente gingen Facebook en Hyves door het gebruik van anderen en mijzelf leven. Dat levert overigens ook nukkige reacties op van mensen die het helemaal niets vinden en zich buitengesloten voelen. Daarom vraagt het gebruik van sociale media in de kerk zorgvuldige uitleg, een voorzichtige aanmoediging, maar ook de geruststelling dat de sociale media en blogs geen vervanging zijn, maar wel een intensivering van gemeentecontact. Het biedt kansen die oude media niet hebben voor mensen, die elkaar niet overal tegenkomen.

Overigens heb je ook op de sociale media veel slapende leden. Maar vergis je niet: ook al hoor je nooit iets van ze, ze maken meer mee dan je denkt. En ook dat is van alle tijden.

Gemeenteopbouw: de open kerk Met je aanwezigheid als kerk of kerkelijke vertegenwoordiger in de sociale media wordt je kerk veel transparanter. De afstand die mensen voelen tot de kerk heeft ook vaak gewoon te maken met dat mensen niet weten wat daar gebeurt.

Met het aanmaken van 'evenementen' op Facebook en Hyves kun je mensen uitnodigen voor activiteiten en ze op de hoogte houden. Maar daar past wel enige zorgvuldigheid bij, omdat mensen een grens hebben in hoeveel uitnodigingen en berichten ze daarover willen ontvangen. Ook bij het plaatsen van

foto's past enige terughoudendheid. Niet iedereen wil herkenbaar in beeld op een website, blog of sociaal medium staan. Dat is het verraderlijke van sociale media: het lijkt alsof we alles willen delen, maar dat is niet zo. Zo kreeg ik van ouders opmerkingen dat hun kinderen herkenbaar in beeld waren. Ook heb ik wel eens opmerkingen gehad over een link die ik plaatste op Facebook naar een filmpje van een jongerengroep op YouTube. Het was niet de bedoeling dat dit breder werd gedeeld.

Dit legde iets anders bloot, namelijk dat je je moet realiseren wie allemaal jouw informatie kunnen zien. Binnen de sociale media bevind je je in het publieke domein. Dat betekent dat je je moet afvragen: Wat wil je echt delen met anderen? En hoe wil je mensen toegang geven tot jouw informatie? Dat betekent dat ik me realiseer dat wat ik op Twitter en mijn blog schrijf door iedereen gelezen kan worden. En dat ik alleen mijn vrienden toegang geef tot mijn Facebook- en Hyvespagina's. Hoewel ik ook weet dat ze mijn berichten weer kunnen delen. Zolang ik me dat realiseer gaat het goed. In de kerk delen we om te vermenigvuldigen, en zo is dat hier ook. Je moet dus niet raar staan te kijken bij dat 'wonder'.

Pastoraat: digitale presentie

Niet alleen de kerk is zo veel transparanter. Ook mensen zelf. Sommigen delen verbazingwekkend veel; ook dingen die je niet wilt weten... Maar ook sterfdagen, examens, en de uitslagen daarvan en hun gezondheid, zorgen en vreugden. En verjaardagen, waar de media je automatisch op

Serieuze
berichten
worden wel
degelijk
gelezen



wijzen. Het geeft mogelijkheden om betrokken te zijn bij mensen. Een korte reactie kan al heel veel goed doen. Dat is ook het enige waar de sociale media zich echt voor lenen, hoewel je soms met privé- of chatberichten ook diepgaander contact kunt hebben. Die hebben net als e-mail ook hun beperkingen. Als er echt iets aan de hand is, is bellen of langsgaan indien mogelijk nog steeds beter. Maar dan

heb je wel opgemerkt dat er iets speelt! Mensen, en juist ook jongeren, vinden het waardevol dat je betrokken bent. Het is zo oud als de kerk, maar vindt nu een nieuwe vorm.

Verkondiging: Door de wereld gaat een woord – met beeld

Als christenen zijn we mensen van het Woord. Gaandeweg ontdekte ik dat ook

op de sociale media beelden minstens net zo belangrijk zijn geworden. En niet alleen als plaatje bij het praatje. Beelden hebben hun eigen boodschap. Vorig jaar kwam ik op vakantie Eelco Roos tegen, die op Instagram foto's deelt die hij met zijn iPhone is gaan maken. Dat sloeg zo aan dat hij inmiddels 230.000 volgers heeft. Ik raakte met hem in gesprek over zijn beelden en mijn woorden en ontdekte hoe snel beelden dus blijkbaar de wereld overgaan en aanspreken. Het is voor mij nog een zoektocht wat dat voor de kerk en mijn werk betekent. En ik zoek nog naar een manier om mijn account op Instagram inhoud te geven. Maar dat betekent ook gewoon dat ik het moet gaan uitproberen. In ieder geval heeft elke blog een beeld, al is het maar als eyecatcher, en zet ik op Facebook vaker beelden en foto's. De foto boven mijn Facebookaccount is van hem.

Voor het projecteren van tweets tijdens diensten zijn de volgende sites nuttig:
www.visibletweets.com
(speciaal geschikt voor 'twidden')
www.wiffiti.com
www.livewall.nl
www.twitterfall.com
www.social-worship.nl

Liturgie: 'To twitter or not to twitter' Over het gebruik van sociale media in de kerkdienst zelf heb ik lang getwijfeld. Je kunt ook hierin wel experimenteren maar je moet tegelijkertijd weten wat je doet. Navraag bij collega's op de studiedag Kerk2012 gaf een goed beeld. We hebben in de dienst mensen laten reageren op stellingen in een debat dat ook echt voorin de kerk plaatsvond. Ook konden mensen gebedspunten twitteren voor het zogenaamde 'twidden'. De gebedspunten vertoonden we via een hele rustige site, die telkens maar één tweet toonde die weer werd opgevolgd door een ander met een achtergrond in één kleur. Ondertussen zongen we een Taizé- lied.

We hebben wel gezocht naar hashtags die niet ook iets anders betekenen, waarover discussie op Twitter is. Dus we kozen voor Waalwijk originele hashtags: #wwijkeens #wwijkoneens en #wwijkgebed. Via een voor deze dienst aangemaakt Twitter-account hebben we de sms'jes getwitterd die binnenkwamen om mensen die niet twitteren de kans te geven mee te praten.

Ambt: de grenzen en de ruimte van altijd ambtsdrager zijn Hoezeer ik het in het begin nog probeerde te scheiden: je bent en blijft ambtsdrager, ook in de sociale media. Dat vraagt enige zorgvuldigheid in hoe je reageert en in wat je deelt. Wat je deelt geeft aan hoe je in het leven staat en dus ook hoe je de kerk vertegenwoordigt. Sociale media, en zeker Twitter, hebben nogal eens de neiging lak te hebben aan omgangsvormen. Maar het versterkt je boodschap en je aanwezigheid in de sociale media als je wel rekening houdt met hoe mensen op je bericht reageren. Nogmaals: je begeeft je in de publieke ruimte. En daar ben je ambtsdrager. Dat schept kansen, maar heeft ook zijn grenzen, die het overigens tot zegen maken.

Ouderling communicatie?

Een lopende discussie bij ons in de kerkenraad is of het inmiddels geen tijd is voor een ouderling communicatie. Niet om de aanwezigheid in de (sociale) media te reguleren, maar wel om de kansen beter te benutten door het

Wat wil je echt delen met anderen?

Een korte reactie kan al heel veel goed doen

gemeentewerk en website, blog en sociale media, met een eigen Facebookpagina en Twitteraccount van de kerk beter op elkaar af te stemmen. Communicatie is niet meer enkel het kerkblad en het plaatselijke suffertje.

Waarom een ambtsdrager? Omdat die de besluitvorming meemaakt en meepraat en daarbij kan aanvoelen wat er op welke manier gecommuniceerd moet gaan worden. Communicatie, zo leert de ervaring, is niet iets dat je achteraf doet, maar gedurende de dingen die gebeuren. Zo raken mensen betrokken doordat ze mee worden genomen en de kerk bij hen betrokken is. Omdat ze erbij horen!

Een timeline lang leren

De mogelijkheden en de vaardigheden van sociale media leer ik door ermee bezig te zijn. En daarnaast hebben diverse workshops, handboeken, maar vooral de uitwisseling met anderen me een weg leren gaan van een timeline lang leren. ■

Boeken die mij geholpen hebben:

- Eric van den Berg, *Handboek Kerk en Internet*, Abdij van Berne Heeswijk 2011
- Eric van den Berg en Frank G. Bosman (red.), *Handboek kerk en social media*, Boekencentrum Zoetermeer 2012
- Rob Effing (red.), *De sociale netwerk kerk. De verbindende kracht van Facebook, YouTube, Twitter en LinkedIn*, Kok Utrecht 2013



De gesprekken via het twitteraccount van de Protestantse Kerk in Nederland lijken op het koffie drinken na de kerkdienst. Zoals die keer bij het twitterspreekuur met scriba Arjan Plaisier. Een jonge dominee bleef vragen stellen.

Twitteren, digitaal koffie drinken

Transparantie voert de boventoon

Marloes Nouwens-Keller

Mw. drs. M.L.J. Nouwens-Keller is senior medewerker communicatie voor media en voorlichting bij de Dienstenorganisatie van de Protestantse Kerk in Nederland

Er sprak eenzaamheid uit de vragen van de jonge predikant tijdens het twitterspreekuur. Uiteraard beantwoordde de scriba de vragen zo goed mogelijk, maar na het spreekuur heeft de gemeenteadviseur deze predikant gebeld. Hij was ontzettend blij met het telefoontje, want wist niet

dat een gemeenteadviseur hem met veel vragen kon helpen. Van online hulp naar offline hulp.

Het account van de Protestantse Kerk Het account van de Protestantse Kerk wordt

Wat is twitteren?

Via www.twitter.com kan iedereen een profiel aanmaken op twitter. Het idee is dat gebruikers mensen en organisaties volgen die ze interessant vinden. De Protestantse Kerk in Nederland is te volgen via www.twitter.com/PKNnl en heeft op dit moment bijna 4000 volgers.

Twitter is een internetdienst waarmee gebruikers korte berichtjes van maximaal 140 tekens publiceren. De activiteit bij het gebruiken van Twitter heet twitteren (of tweeten), dat kwetteren betekent. Het logo van Twitter is een vogeltje. Iedere twitteraar kan op elk moment van de dag in maximaal 140 tekens vertellen waar hij/

zij mee bezig is, wat hij/zij van plan is of wat hem/haar bezighoudt. Deze tweets kunnen weer opnieuw verzonden (ge-retweet) worden door volgers, waardoor er een sneeuwbaaleffect ontstaat. Twitter wordt steeds vaker ook door organisaties ingezet om contact met de doelgroep te onderhouden en naamsbekendheid te verkrijgen. Het gebruik van de Twitterdienst kost niets. De gebruikers geven de firma Twitter waardevolle informatie over zichzelf, hun bezigheden, hun gewoontes en hun sociale netwerk. Deze informatie is deel van de activa van de firma en is zonder meer verhandelbaar. (Los gebaseerd op wikipedia.)



Van online hulp naar offline hulp



Twitteraars zijn vaak als eerste op de hoogte

echter vooral gebruikt om nieuwtjes te verspreiden. Dat varieert van groot nieuws tot kleine opmerkingen. Een voorbeeld van groot nieuws is de aanklacht tegen de Nederlandse staat over hoe de staat met illegalen omgaat. Dit nieuws is zo vaak ge-retweet (doorgestuurd) dat duizenden twitteraars dit nieuws voorbij hebben zien komen. Er werd positief op gereageerd, ook door mensen die geen lid zijn van de Protestantse Kerk in Nederland. Daarmee wordt via twitter mede gewerkt aan een positieve uitstraling van de Protestantse Kerk. Maar omgekeerd heeft de twitteraar ook eenvoudig een adres voor zijn kritiek. Want soms wil je gewoon even kwijt dat je het niet eens bent met een synodebesluit of een uitspraak van de preses of scriba.

Volgers Kleine opmerkingen gaan vaak over zaken die toegevoegd zijn aan de website van de Protestantse Kerk in Nederland www.pkn.nl. Dat hoeft niet ge-retweet te worden, maar is voor de 4000 volgers van het account van de Protestantse Kerk misschien wel van belang. Wijzigingen in de kerkorde, de dag van de communicatie, alles over

het lidmaatschap van de Protestantse Kerk in Nederland, dat soort nieuws. De site wordt voortdurend aangepast en verbeterd en via twitter worden volgers daar direct op gewezen.

Twitteraars zijn daardoor vaak als eerste op de hoogte van het nieuws vanuit de dienstenorganisatie. Onder de volgers zitten veel predikanten, kerkelijk werkers en vrijwilligers van onze kerk. Mensen dus voor wie het nieuws van de dienstenorganisatie van belang is.

Voordeel/nadeel Omdat het grote voordeel van twitter is dat je geen onderscheid hoeft te maken tussen groot of klein nieuws, is de contactfrequentie met de achterban hoger en directer. Dat is prettig, want niet al het nieuws is belangrijk genoeg voor een persbericht of kan wachten op de volgende verschijning van Kerkinformatie. Alles kan je via twitter verspreiden, als je je volgers maar niet overspoelt met tweets.

Nadeel blijft natuurlijk dat via twitter absoluut niet iedereen bereikt wordt. De Protestantse Kerk in Nederland telt 2,1 miljoen leden. Een account met 4000 volgers bereikt dus slechts 0,2% van de leden, er vanuit gaande dat alle volgers lid zijn van de Protestantse Kerk. En dat is natuurlijk ook niet zo.

De achterban en verder Toch is twitter een prettige manier om contact te hebben met de achterban en te zien wat er leeft. Zo stellen volgers vragen aan het account van de Protestantse Kerk in Nederland of maken kritische opmerkingen. Die worden zo goed

en zo snel mogelijk beantwoord. Vaak is het een kwestie van even het juiste linkje met de gewenste informatie sturen. Soms ontstaat er een inhoudelijk gesprek dat niet in 140 tekens te vatten is. Dan wordt het gesprek per telefoon of e-mail verder gevoerd. Binnen de dienstenorganisatie is twitter nadrukkelijk een aanvulling op de servicedesk. De servicedesk blijft het eerste aanspreekpunt om vragen te stellen aan de dienstenorganisatie. Alleen al omdat die afdeling voor iedereen bereikbaar is.

Daarnaast is twitter voor journalisten een ideale manier om aan nieuws te komen. Het vak 'persvoorlichting' is door sociale media echt veranderd. Had vroeger de afdeling persvoorlichting van de dienstenorganisatie de 'exclusieve' contacten met de pers, tegenwoordig hebben journalisten en predikanten of synodeleden gemakkelijk via twitter rechtstreeks contact met elkaar. Niet erg natuurlijk, integendeel, het bevordert de transparantie in de communicatie. Het vergt echter wel een andere manier van werken als het gaat om persvoorlichting, want je moet rekening houden met het feit dat nieuws zich via twitter razendsnel verspreidt.

Eigenlijk is transparantie één van de meest in het oog springende eigenschappen van twitter. De vragen die iemand stelt of de opmerkingen die iemand maakt, worden namelijk niet alleen gelezen door het account waar het aan gericht is, maar ook door de volgers van die persoon. En ook de antwoorden die gegeven worden, zijn door alle volgers te lezen. Als er via het account van de Protestantse Kerk

in Nederland gereageerd wordt op een vraag van één van de volgers, lezen dus bijna 4000 mensen het antwoord. Dat levert vaak weer een nieuw gesprek op.

Discussie Zo was er laatst een twitterspreekuur over de permanente educatie. Een aantal predikanten was daar kritisch over. Nog voordat er via het account van de Protestantse Kerk in Nederland gereageerd kon worden op de kritiek, mengden de volgers van deze predikanten zich in het gesprek. Collega-predikanten vonden de kritiek op de permanente educatie onterecht. Er ontstond hierdoor een openbaar kritisch gesprek over deze nieuwe vorm van nascholing.

Eén predikant bleef kritisch. Hij was niet tevreden met de antwoorden die hij via twitter kreeg. Niet van de dienstenorganisatie, niet van zijn collega's. Een paar dagen na het twitterspreekuur is hij gebeld door de projectleider Permanente Educatie. Dat viel in goede aarde. Hij twitterde:

"Werd spontaan gebeld door @LennyvdBrink over #PKNpe. +1 voor LDC @PKNnl! Ik hoop dat veel collega's #PKNpe goed gaan inzetten!"

(Vertaling: Ik werd spontaan gebeld door Lenny van den Brink over de Permanente Educatie. Wat goed van het Landelijk Dienstencentrum! Ik hoop dat veel collega's de Permanente Educatie goed gaan inzetten!"

En natuurlijk is dit compliment door de Protestantse Kerk in Nederland weer ge-retweet... ■

Contact met de achterban

Tijdens advent 2011 trokken Maria en Jozef en de kerstfamilie twitterend naar Bethlehem. Twintig pastores en kerkleden vervulden een rol in het kerstverhaal. Zij mochten die eigentijds invullen. Eén ding stond vast: Maria moest in de kerstnacht bevallen. Elke tweet bevat 140 letters. 3000 twitteraars volgden de korte gesprekken.

Op weg naar Bethlehem

Een twitterproject

Burret Olde

Drs. N.B. Olde, predikant in algemene dienst, is als gemeenteadviseur verbonden aan de Protestantse Kerk in Nederland. Hij is projectleider van 'Kerst op de markt 2013'

In de zomer van 2011 kwam Bram Naaktgeboren met het idee bij het bestuur van www.idee-en-kerk.nl. Hij wilde ouders van jonge kinderen via twitter betrekken bij het kerstverhaal. Tja, twitter, niet iedereen van ons twitterde toen al. Het idee groeide en na enkele ontmoetingen hadden we een plan en een doelstelling. Vanaf de eerste minuut hadden we er veel lol in. Ieder van ons zou enkele mensen vragen mee te doen zodat de bekende kerstfamilie compleet was. Met een paar extra rollen kwam het aantal op 24 personages. Onze doelstellingen waren: 1. Mensen via de sociale media 'meenemen' naar Bethlehem. 2. Het kerstverhaal verbinden met het hedendaagse leven en bekende levensthema's en op deze manier het kerstverhaal actueel en persoonlijk maken. 3. Twitteraars actief laten meedoen.

Willem en Leonie Brok onderzochten de technische details, zoals het kiezen van een accountnaam en het gebruik van #NaarBethlehem op twitter. In de eerste week kwam iemand met het idee om Jozef een Facebookpagina te geven: www.facebook.com/NaarBethlehem. Ook daar kon men het twitterproject volgen. Van tevoren dachten we aan de volgende doelgroepen: religieuze, christelijke en islamitische zinzoekers op twitter, pastores in kerken die zich voorbereiden op de kerstvieringen.

Met dank aan Willem Brok en Piet Vliegthart. Het boekje *Kerstverhaal op Twitter* is voor € 5,- te bestellen bij willem.brok@gmail.com Alle tweets zijn nog steeds online te bekijken: <http://t.co/mmaWdr7t>. Een handleiding voor een vergelijkbaar project op twitter is via het e-adres n.olde@pkn.nl verkrijgbaar bij de schrijver van dit artikel.

Op eerste Adventszondag plaatste 'de Grote Baas' de eerste tweet, gericht aan de engel Gabriel. Zijn antwoord volgde gelijk:

GBboven

@Gabriel_Blhem #NaarBethlehem.
Ben je al bij haar op bezoek geweest G? De tijd wacht niet en wijzen staren naar boven.

Gabriel_Blhem

@GBboven #NaarBethlehem. Ik haast me naar haar toe. De mensen wachten al zo lang op Uw licht.

Personages en verhaallijn

Behalve Jozef en Maria, de engel Gabriël, de herders en de drie wijzen, deden de vrouw van Herodes, 'de Grote Baas', de vierde wijze, de toenmalige actuele Occupy-beweging te Bethlehem en uiteindelijk de duivel zelf ook mee. De laatste persoon hackte ons systeem en meldde zich ongevraagd op #NaarBethlehem. Zijn tweets deden ons wel schrikken. Hoe kan het ook anders met de duivel? Hij bracht tweespalt en twijfel en wilde koste wat kost voorkomen dat Gods heilsplan zou slagen. Met deze duivel bleken we afspraken te kunnen maken. Hij zou tot een bepaalde grens zijn gang gaan. Elk personage had een afbeelding gekozen die op twitter en Facebook te zien was.

Vanwege de nieuwe ster aan de hemel zochten de drie wijzen op twitter elkaar ook op. Elisabeth en Maria wisselden zwangerschapservaringen uit. We hadden gepland pas na twee weken de publiciteit te gaan zoeken.

We hoopten dat Jozef en Maria gevolgd zouden worden door twitteraars. Vooral de twitteraars uit onze eigen kringen, de zogenaamde volgers. Zelf klikten we ook de knop 'volgen' bij een aantal kerstpersonages aan en plaatsten af en toe een retweet vanuit ons 'gewone' twitteraccount. Niet te vaak, want dat zou andere volgers makkelijk op het idee brengen dat wij erachter zaten. Jozef en Maria werden vrij snel gevonden door enkele sociale mediagebruikers, onder wie Eric van den Berg. Omdat het toenmalige 'kerkelijke' circuit op internet betrekkelijk klein was wist hij al gauw wie één van de wijzen was. Na overleg besloten we toen eerder een bericht te versturen naar de pers. Na het verschijnen van enkele artikelen in de landelijke pers en op internet steeg het aantal volgers. Vlak voor kerst steeg het aantal volgers pas echt. Maria en Jozef kregen de meeste volgers. Het aantal twittervolgers van alle personages en van Facebook was in totaal 3000.

Levensthema's Van tevoren had Willem Brok een schema en de verhaallijn conform Lucas 2 aan de deelnemers rondgestuurd. De personages die met elkaar op weg gingen hadden onderling contact. Af en toe verraste de één de ander waardoor hun verhaallijn een bijzondere wending nam. De duivel 'fietste' overal tussendoor en stak regelmatig een spaak in het wiel. De werkgroep had bewust een aantal levensthema's uit Lucas 2 benoemd zoals roeping, trouw, gehoorzaamheid, verleiding, macht, opoffering en doorzettingsvermogen. We hoopten met specifieke tweets

Zijn tweets
deden
ons wel
schrikken

over Lucas 2 reacties bij twitteraars op te roepen en op die manier dit soort thema's te verbinden met hun eigen leven. Dat gebeurde ook. Maria en Jozef hebben nu eenmaal hun vragen en twijfels gehad: de bijzondere zwangerschap, het vaderschap, op weg moeten gaan vanwege een volkstelling, maar ook de rijkdom van de drie wijzen tegenover de armoedige kerststal. De machtswellustige Herodes tegenover zijn moderne vrouw die op zoek was naar spiritualiteit. De vrijheid die de deelnemers namen maakte het verhaal eigentijds. Uit retweets bleek dat men zich identificeerde met bepaalde kerstpersonages, dilemma's en levenskeuzes.

Elisabeth_Bethl

@Gabriel_Blhem what about Maria? Een onverwachte zwangerschap voor n Sara als ik heeft iets bekends maar zij? #traditie #naarBethlehem

Jozef_Bethlehem

@Gabriel_Blhem 'Zwanger door de heilige geest'. ik dacht dat ik mijn vriendinnetje kende. Is het een wonder of een schandaal? #naarBethlehem

Caspar_Blhem

Kan André Kuipers ons helpen? Wijst de Ster #naarBethlehem? Ook zwaaien naar André? volg #iss Please RT

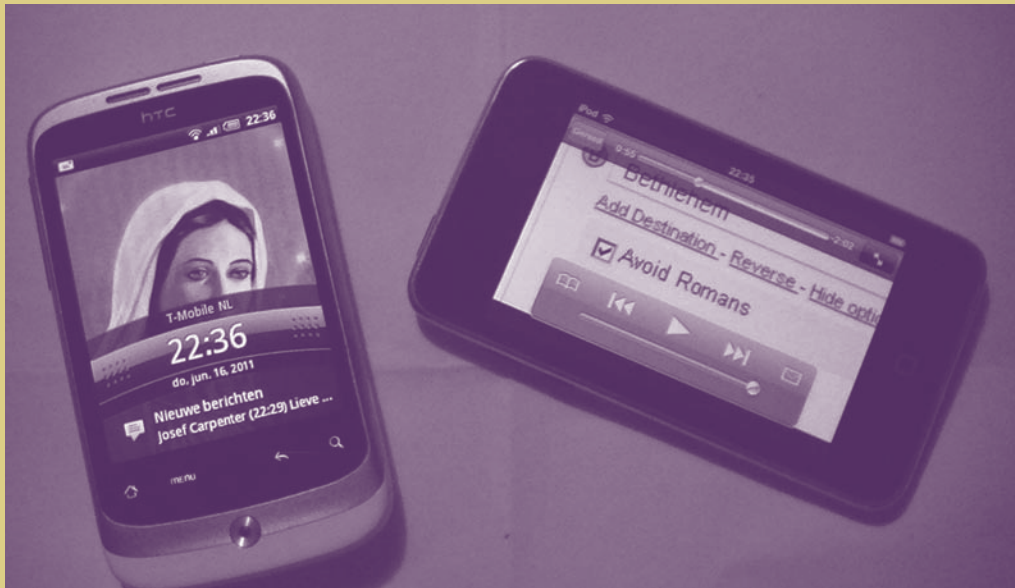
Rollen De drie wijzen bijvoorbeeld kwamen elk vanuit een ander werelddeel en kozen elk een ander vervoermiddel. Niet alleen de kameel maar ook een limousine. Ze bespraken op twitter de voorbereiding op de reis,

de verzamelplaats in Perzië en de komst van de vierde wijze. De ontluikende romance tussen de vrouw van Herodes en één van de wijzen werd ook een mooie subverhaallijn. De vrouw van Herodes vertrok namelijk heimelijk uit het paleis om de wijzen op te zoeken en samen verder te gaan naar het kind. Zelf mocht ik koning Herodes neerzetten op twitter: heerszuchtig, calculerend en achterdochtig. Toen de vrouw van Herodes in het paleis onvindbaar bleek ontvlamde mijn woede en ging ik nog meer achter de geruchten van een nieuw koningskind aan. Het was voor mij net als voor de anderen erg leuk om me zo te verdiepen in een rol. Ik sloeg er zelfs een enkel boek en wikipedia op na om me in te leven in koning Herodes.

Op kerstavond moesten enkele dominees uiteraard voorgaan in diensten. Ze konden die avond dus niet twitteren. Een enkeling plande zijn/haar tweets in via twitter, maar niet iedereen wist dat nog voor elkaar te krijgen. Dus werd er overlegd over het tijdstip van de bevalling. Vanaf 23.30 uur was iedereen wel weer beschikbaar om te twitteren. Kort voor middernacht werd Jezus op twitter geboren.

Alle deelnemers beleefden het kerstverhaal intens. Ondanks dat de ruim 20 deelnemers elkaar niet kenden groeide een sterke onderlinge band. Op 6 januari heeft een afterparty plaatsgevonden. De ontmoeting in 'real life' was leuk en inspirerend. Sommigen wilden gelijk door twitteren naar Pasen. De tijdsinvestering was voor de meesten toch een punt. Sindsdien twitteren de meesten wel gewoon onder hun eigen account.

Vlak voor kerst steeg het aantal volgers pas echt



Enkele reacties

'Ik krijg nu echt zin in kerst'

@OccupyBlhem Dienend Leiderschap, iemand die zelf gelijk of lager wil staan dan zijn volk, iemand die voeten wast? #mooiideaal #naarBethlehem

Diabolos_Blhm Wordt geen zalig uiteinde in 2011: kindermisbruik, eurocrisis, internationale instabiliteit Smullen! #naarBethlehem

Op Twitter is het nu ook Kerst! "@ MariaBethlehem: Daar is onze zoon, het mensenkind wat is hij mooi #naarBethlehem"

Andere dominees: we hebben dit twitterverhaal in de kerstnachtviering gebruikt, net zoals anderen het filmpje van Nativity Story op Youtube gebruikten'

Na een paar dagen twitterstilte wil ik nog ff mijn enorme waardering uitspreken voor alle #naarBethlehem spelers. Het was genieten! #dank

janwillemwits #naarBethlehem mooi experiment maar t duurde wel even voor ik er grip op had en soms moeite om te volgen

Alle twittervrienden die #naarBethlehem zijn gegaan: dankjewel! @Caspar_Blhem #naarBethlehem #Twexit

Onze conclusies

1. Het kerstverhaal is opnieuw spannend geworden. De herkenbare levensvragen van onder andere Maria en Jozef werden actueel via dit moderne middel. Twitter bood de mogelijkheid van beleving, het verhaal je eigen maken, je identificeren met de personages. Het is bibliodrama op



volgen op Facebook. Hij kreeg 10.000 volgers. Ik vind dat actieve gelovigen en beroepskrachten gebruik moeten maken van sociale media. Alleen al omdat sociale media één van de populairste communicatiemiddelen zijn geworden. Juist onder de jongere generaties. Hooggespannen verwachtingen van het gebruik van sociale media heb ik echter in het algemeen niet altijd. Ondanks dat Facebook en twitter 'vluchtige' middelen zijn is het geschikt om met mensen in contact te komen en dat contact te onderhouden. Ook zijn het goede middelen in de publiciteit.

3. Het is voor het eerst dat beroepskrachten zo doelbewust gebruik maakten van sociale media. Volgens een globale telling gebruikten in januari 2012 ongeveer 250 pastores twitter en Facebook. Nu, 2013, is dat aantal gestegen tot boven de 1000. Dit project heeft hieraan bijgedragen. ■

Alle deelnemers beleefden het kerstverhaal intens

Tip, kijk ook eens op:
www.idee-en-kerk.nl
www.kerkophetweb.nl
www.facebook.com/#!/groups/kerk2012/
www.mijnkerk.nl

twitter. Ook op deze manier blijkt de kracht van het verhaal.

2. Twitter blijkt een makkelijk middel om levensthema's en vragen met anderen te delen. Ook met onbekenden die reageren. In vergelijking met het aantal tweets op een dag zijn niet veel mensen bereikt met dit project. Een aantal van de 3000 volgers zal het als bijzonder ervaren hebben. Op internet was er eind 2011 een 'Duitse' Jozef te



Kerkennacht 2013

In het weekeinde van 21 juni 2013 gaan heel wat kerkdeuren open om tijdens de Kerkennacht te laten zien wat de kerk in huis heeft. Er kan veel, maar ook een kopje koffie en een praatje kan al genoeg zijn. Naar het effect van de vorige Kerkennacht (2011) is onderzoek gedaan door Prof. Henk de Roest. Het mondde uit in een boekje 'Ik vond de kerk al cool', met commentaar waar je als kerken wat aan hebt. Er is een infopakket en er is publiciteitsmateriaal beschikbaar. Voor meer info zie www.kerkennacht.nl.



Nieuw boekje: Openingen rond geloof, hoop en liefde

De Protestantse Kerk heeft een boekje gemaakt met twaalf openingen rond geloof, hoop en liefde, geschikt voor het begin van een gespreksavond, een vergadering, een maaltijd of een kort moment van samenzijn. De openingen hebben een thema. Bij elk thema worden een vraag, een Bijbelverhaal, een gebed, een gedicht of kort spiegelverhaal, en een liedsuggestie gegeven. Hier kan een keuze uit gemaakt worden, maar het kan ook als een geheel worden gezien. De opzet van de openingen gaat uit van 'wonen in het Woord', een methode om samen in korte tijd stil te staan bij een Bijbeltekst. Het boekje kost € 5,95 en is te bestellen via de webwinkel van de Protestantse Kerk: www.webwinkel.pkn.nl.

Vacaredag 2013

Vacare, een platform voor meditatief leven en onderdeel van de Protestantse Kerk in Nederland, staat open voor iedereen. Een

klein bestuur stimuleert en coördineert een aantal activiteiten. Zo wordt er op zaterdag, 5 oktober de vierde Vacaredag georganiseerd in Amersfoort. Het thema is: Mystiek en meditatie. De centrale lezing 's morgens wordt gehouden door dr. Kick Bras en heeft als titel: Mystiek en het protestantisme. In diverse workshops zullen aspecten die raken aan mystiek aan de orde komen. Op de website www.pkn.nl/vacare komen nadere bijzonderheden.

Thomas

25 jaar bestaat de stichting Thomas a Kempis. Deze stichting stelt zich ten doel belangstelling te wekken voor het gedachtegoed van de Moderne Devotie. Daarom verscheen de glossy Thomas. Van de Moderne Devotie is Thomas a Kempis (1379/1380 – 1471) een belangrijke vertegenwoordiger. Hij woonde en werkte onder andere in Deventer en Windesheim bij Zwolle. Zijn boek 'De navolging van Christus' is vaak vertaald en is nog steeds voor velen een bron van christelijke inspiratie. De glossy probeert het gedachtegoed van Thomas a Kempis voor een breed publiek toegankelijk te maken. Bekende en minder bekende Nederlanders vertellen over hun leeservaringen in 'De navolging van Christus'. Ook is er aandacht voor de maatschappelijke initiatieven in de geest van de Moderne Devotie en wordt Overijssel gepresenteerd als de bakermat van deze geestelijke beweging. Een mooi blad voor wie kennis wil maken met deze spiritualiteit van een christelijk leven in eenvoud. De glossy Thomas wordt uitgegeven door Uitg. Boekencentrum te Zoetermeer, telt 82 blz. en kost € 6,95 in de boekhandel.

