



# V. SOZIALE MEDIEN

## V. SOZIALE MEDIEN



- Konzerne stellen digitale Plattformen bereit, Inhalte kommen von den Nutzern (in der Regel Medienlaien)
- Jeder ist Sender und Empfänger zugleich
- Keine Arbeitsteilung, keine Vorkenntnisse, jeder kann und macht alles
- Extrem schnelle Informationsverbreitung
- Keine Prüfung der Inhalte
- Keine Prüfung der Absender der Informationen (Fake-Profile)
- Teilweise maschinelle Erzeugung und Verbreitung von Informationen (Bots)
- Kommentarfunktionen ermöglichen direktes Feedback
- Algorithmen bestimmen, wer welchen Inhalt sieht (Filterblase)

Soziale Medien und redaktionelle Medien wetteifern um die Aufmerksamkeit der Menschen. In sozialen Medien ist dieser Wettbewerb um Klicks mangels Kontrolle oft entgrenzt und wird zum Teil mit Häme und Hass ausgetragen.

# V. SOZIALE MEDIEN

## 1. Wertvolle Kommunikations-Instrumente oder Fallstricke?

### Vorteile der Präsenz in sozialen Medien

- Eigene Kanäle, Botschaften können ungefiltert und unverändert verbreitet werden
- Kommentarfunktion ermöglicht direkte Kommunikation mit den Usern
- Breitenwirkung
- Keine unmittelbaren Kosten
- Auch kirchenferne Menschen werden erreicht

### Risiken der Präsenz in sozialen Medien

- Facebook: Stark umstrittener, teilweise nicht vorhandener Datenschutz. Betreiber einer Fanpage hat Datenschutzlücken mitverantworten. Formaljuristisch lässt sich eine Fanpage auf Facebook nicht rechtssicher betreiben!
- Bei der Verlinkung auf Inhalte Dritter werden über Vorschaubilder die Urheberrechte Dritter verletzt
- Soziale Medien leben von Bildbotschaften. Die Persönlichkeitsrechte der abgebildeten Personen müssen gewahrt bleiben
- Kommentare mit teilweise harscher Kritik bis hin zu Hassbotschaften
- Saloppe Ansprache kann traditionell-konservative Christinnen und Christen verärgern
- Unbedachte Äußerungen können Proteste bis zum Shitstorm provozieren
- Auseinandersetzungen in sozialen Medien werden von redaktionellen Medien aufgegriffen
- Das Internet vergisst nichts



## V. SOZIALE MEDIEN

### 2. Handlungs- Empfehlung

- In der Öffentlichkeitsarbeit haben soziale Medien einen hohen Stellenwert
- Permanentes Monitoring (auch am Wochenende) nötig
- Social-Media-Policy aufstellen (Was wird kommuniziert?)
- Mehrköpfiges Social-Media-Team aufstellen, Rollen und Verantwortung festlegen
- Bei Aufreger-Themen, einem Shitstorm und rechtlichen Themen professionelle Hilfe suchen (Kommunikationsteam des EGV)