

Sociale netwerk sites
als middel voor gemeenschapsopbouw
in de Rooms Katholieke Kerk

Robin Effing

**Sociale netwerk sites
als middel voor gemeenschapsopbouw
in de Rooms Katholieke Kerk**

Een oriënterend kwalitatief onderzoek

Uitgeverij Lulu.com

© 2009 Robin Effing

Bachelor Scriptie Theologie

Studentnummer: 2066353

Begeleider: drs. Chris C.G.M. 't Mannetje

Datum: 23 november 2009

Fontys Hogeschool Theologie Levensbeschouwing

Website: www.socialpower.nl/scriptie

INHOUDSOPGAVE

<i>1 Inleiding</i>	<i>9</i>
<i>1.1 Aanleiding</i>	<i>9</i>
<i>1.2 Probleemstelling</i>	<i>10</i>
<i>1.3 Opbouw</i>	<i>11</i>
<i>2 Methodologie</i>	<i>11</i>
<i>2.1 Subvragen</i>	<i>12</i>
<i>2.2 Aanpak en onderzoeksmodel</i>	<i>13</i>
<i>2.3 Onderzoeksontwerp</i>	<i>14</i>
<i>2.4 Verantwoording vragenlijst</i>	<i>16</i>
<i>2.5 Methodologische kanttekeningen</i>	<i>17</i>
<i>3 Theoretisch Kader</i>	<i>19</i>
<i>3.1 Inleiding</i>	<i>19</i>
<i>3.2 Sociale netwerk sites</i>	<i>21</i>
<i>3.3 Sociale netwerk theorie</i>	<i>28</i>
<i>3.4 Kerk als geloofsgemeenschap</i>	<i>33</i>
<i>3.4.1 Ecclesiologie</i>	<i>33</i>
<i>3.4.2 Praktische theologie</i>	<i>34</i>

4 Resultaten	40
4.1 Inleiding.....	40
4.2 Gebruik sociale netwerk sites	41
4.2.1 Gebruik.....	41
4.2.2 Toegevoegde waarde.....	42
4.2.3 Kansen.....	43
4.2.4 Bedreigingen	46
4.2.5 Voorwaarden	49
4.3 Visie op gemeenschapsopbouw	53
4.3.1 Doelgroep.....	53
4.3.2 Maatschappelijke ontwikkelingen.....	54
4.3.3 Geloofsgemeenschap van de toekomst.....	56
5 Conclusie en aanbevelingen.....	59
5.1 Conclusie.....	59
5.1.1 Toegevoegde waarde.....	59
5.1.2 Voorwaarden	62
5.2 Aanbevelingen	64
5.2.1 Aanbevelingen voor nader onderzoek.....	64
5.2.2 Beleidsaanbevelingen	65
Navoord.....	67
Bronnen.....	68

VOORWOORD

Deo Gratias.

Voor u ligt het boekje van de eindscriptie van de bachelor opleiding theologie. Deze scriptie sluit een turbulente periode van deeltijdstudie en innerlijke ontwikkeling af. Steevast heb ik ervaren dat God aanwezig is in mijn leven om mij te steunen. Daarom wil ik God danken.

Onvoorstelbaar groot is de steun geweest van mijn lieve vrouw Susan. Zij is me altijd blijven steunen en heeft ontzettend veel geduld gehad. Zonder de steun van het thuisfront was het niet gelukt. Susan dankjewel.

Tijdens de studie is onze zoon Norbert in ons leven gekomen. Norbert is een Gods wonder. Hij heeft ons plezier, geluk en vreugde gebracht. Norbert bedankt dat jij er bent.

Graag wil ik mijn afstudeerbegeleider Chris 't Mannetje bedanken voor de professionele begeleiding. Voorts gaat veel dank en bewondering naar iedereen die heeft meegewerkt aan dit onderzoek. Bijzondere dank gaat uit naar pastor Roderick Vonhögen, Laetitia van der Lans, Marcel Holl, Roland Enthoven en pastor Patrick Kuipers.

Lang heb ik getwijfeld aan het nut en de betekenis van nieuwe media voor het geloofsleven en de Kerk. Ik heb mij afgevraagd of nieuwe media en geloof twee verschillende werelden zijn. Ik ben er achter gekomen dat de opkomst van de sociale media er toe heeft geleid dat mensen meer en meer met elkaar in contact worden gebracht en wezenlijke ervaringen uitwisselen. En dat is waar de twee werelden elkaar vinden.

Robin

1 INLEIDING

“The web is more a social creation than a technical one. I designed it for a social effect – to help people work together – and not as a technical toy.”

(Tim Berners-Lee, 1999)

1.1 Aanleiding

Ontwikkelingen op het gebied van informatie- en communicatietechnologie volgen elkaar in een steeds hoger tempo op. De wijze waarop mensen met elkaar in contact treden is radicaal veranderd. Met de komst van het internet is het mogelijk geworden om met elkaar in verbinding te staan ongeacht plaats en tijd. Sergey Brin, één van de oprichters van Google, heeft al eens gezegd dat internet leidt tot “equal power and equal tools for everyone” (Brin, 2005). Omgaan met al deze mogelijkheden is geen sinecure. Virtuele sociale netwerken nemen binnen het pallet van toepassingen op het web een steeds belangrijker plaats in. Zo heeft sociaal netwerk Hyves in 2008 al meer dan vijf miljoen gebruikers in Nederland (Kol, 2008). Terwijl sceptici nog dachten dat het gebruik van sociale netwerk sites mensen zou afsnijden van interpersoonlijk contact, blijken ze werkelijk bij te dragen aan meer sociale contacten en minder isolatie (Antheunis, 2009).

Kerkelijke gemeenschappen zijn behoorlijk op zoek naar nieuwe sociale structuren om gestalte te geven aan gemeenschap. Hoewel er ook hoopvolle tekenen zijn, is er nog steeds een crisis in de vormgeving van de hedendaagse kerkgemeenschap. De betekenis van deelname aan de kerkgemeenschap is aan het veranderen. Bovendien kampen kerken met

een stoffig en traditioneel imago. Verder is ze nog vooral gestoeld op de idee van een locale, regionale gemeenschap. Echter het leven van de Nederlander speelt zich, mede vanwege de toegenomen mobiliteit- en communicatiemogelijkheden, niet meer exclusief af binnen de eigen woonomgeving. Verandering is noodzakelijk, maar is tevens een moeizaam proces. Het is als een ijsberg die moet ontdooien en dan pas kan veranderen. Met de klimatologische en financiële crisis lijkt er meer dan ooit behoefte aan levensbeschouwelijke instellingen die zich hier (als collectief) krachtig in kunnen uitdrukken. Juist in crisistijd is er ruimte voor verandering.

1.2 Probleemstelling

De kerk is op zoek naar een nieuwe vorm om gestalte te geven aan de evangelische boodschap van het koninkrijk van God. Een van de pijlers daarvan is gemeenschapsvorming. De vraag is nu in hoeverre virtuele sociale netwerken een bijdrage kunnen leveren aan deze gemeenschapsvorming. De vraag is van belang omdat de veranderende samenleving steeds meer gebruik maakt van deze netwerken.

Hiermee kan de hoofdvraag van deze scriptie worden geformuleerd:

Onder welke voorwaarden kan het gebruik van sociale netwerk sites welke bijdrage leveren aan de gemeenschapsopbouw in de Rooms Katholieke Kerk in Nederland?

Met sociale netwerk sites worden websites bedoeld die er speciaal op zijn gericht om mensen met elkaar in verbinding te brengen aan de hand van persoonlijke profielen en onderlinge communicatiemogelijkheden. Een nadere verkenning en definitie van sociale netwerk sites komt in deze scriptie nog aan bod.

Waarom is het van belang om te kijken naar gemeenschapsopbouw? Het verbindende, gemeenschappelijke van de kerkgemeente is, in de geschiedenis, altijd één van de voorwaarden geweest voor een bloeiende geloofsgemeenschap. Daarnaast is het van belang om naar elkaar om te zien als uiting van naastenliefde. Verder geeft gemeenschapsopbouw inhoud aan wat de traditie heeft genoemd: “volk van God”. Ook het begrip gemeenschapsopbouw wordt in deze scriptie nog nader toegelicht.

De hoofdvraag beperkt zich tot de Rooms Katholieke Kerk in Nederland. Hoewel een verkenning naar alle christelijke kerken in Nederland zinvol zou kunnen zijn, zou de toename van het aantal organisatievormen leiden tot een grote complexiteit. De gehele Rooms Katholieke kerk wordt eveneens buiten beschouwing gelaten. Allereerst is de omvang van de gehele Kerk te groot om in één keer zorgvuldig te behandelen. De Nederlandse situatie is bijvoorbeeld geheel anders dan die in Zuid Amerika. Vooral in Nederland heeft de R.K. Kerk het moeilijk en is de behoefte aan verandering groot.

1.3 Opbouw

In het eerstvolgende hoofdstuk (hoofdstuk 2) zal de vraag worden uitgewerkt naar een onderzoeksinstrumentarium. Hier is onder meer de verantwoording van de gehanteerde vragenlijst voor de interviews te vinden. De vervolgaanpak wordt toegelicht en opgesplitst naar een theoretisch en praktisch gedeelte. De uitwerking van het theoretische deel is te vinden in hoofdstuk 3: “theoretisch kader”. Daar worden diverse theorieën behandeld die relevant zijn voor de vraagstelling. Dan volgt de uitwerking van het praktijkgedeelte, dat uitgaat van interviews, in hoofdstuk 4: “resultaten”. De onderzoeksvraag wordt uiteindelijk beantwoord in hoofdstuk 5: “conclusie en aanbevelingen”. Ook worden daarin aanbevelingen gedaan voor vervolgonderzoek en beleidsmakers.

2 METHODOLOGIE

Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden is het nodig om een aantal onderzoeksmethoden in te zetten. In dit hoofdstuk wordt opgehelderd welke onderzoeksmethoden zijn gebruikt en welke keuzes zijn gemaakt. Daarmee wordt de aanpak nader toegelicht en verantwoord.

2.1 Subvragen

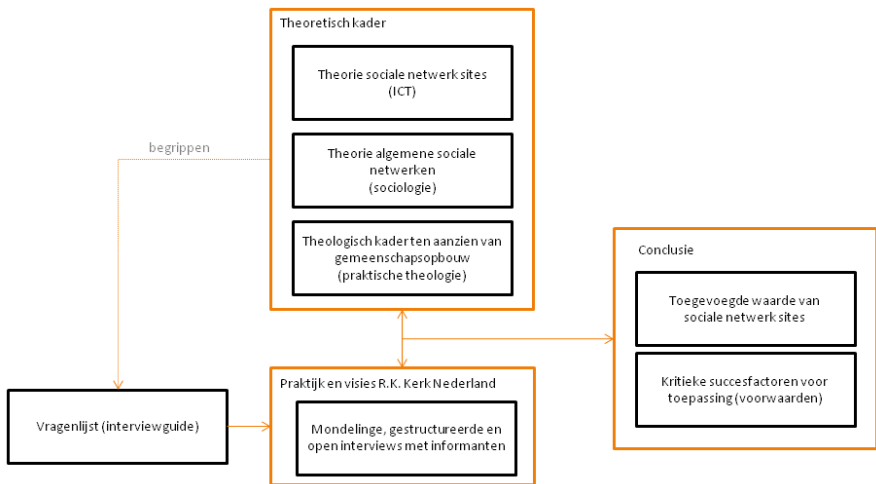
Op basis van de hoofdvraag kunnen de volgende subvragen worden geformuleerd:

- * Wat zijn sociale netwerk sites en hoe werken ze?
- * Wat zijn sociale netwerken en hoe werken ze?
- * Wat is een gemeenschap?
- * Wat is gemeenschapsopbouw?
- * Vanuit welke (Bijbels)theologische grondslag is gemeenschapsopbouw te legitimeren?
- * In welke mate maakt de R.K. Kerk van Nederland gebruik van sociale netwerk sites?
- * Hoe is de visie van de Rooms Katholieke Kerk op het gebruik van virtuele sociale netwerken?
- * Hoe kunnen sociale netwerk sites een bepaalde toegevoegde waarde leveren voor de R.K. Kerk?
- * Welke eigenschappen van sociale netwerk sites zijn een bedreiging voor de R.K. Kerk?

Nu de subvragen zijn geformuleerd kan een werkwijze worden bepaald.

2.2 Aanpak en onderzoeksmodel

Om de subvragen te beantwoorden is het van belang de volgende bouwstenen van kennis met elkaar in verbinding te brengen. Deze bouwstenen zijn gevisualiseerd in figuur 1: 'Onderzoeksmodel'.



Figuur 1: 'Onderzoeksmodel'

Als eerste stap zal kennis verzameld moeten worden over sociale netwerk sites uit het vakgebied van de informatie- en communicatietechnologie. De tweede stap is dat er kennis verzameld moet worden van de werking van sociale netwerken in het algemeen. Deze kennis is te vinden in het domein van de sociale netwerk analyse, een subdiscipline uit de sociologie. Een derde stap is het opbouwen van een theoretisch theologisch kader ten aanzien van gemeenschapsopbouw. Hiervoor zal vooral de praktische theologie geraadpleegd worden.

De huidige praktijk en visie van de R.K. Kerk uit Nederland wordt gebaseerd op een verkennend kwalitatief onderzoek. Er zullen een aantal informanten worden geïnterviewd aan de hand van verkennende, open

vragen. De theorie staat tamelijk los van de vragen, alleen zijn de gehanteerde begrippen voortgekomen uit de literatuur.

Als concluderende stap worden de theoretische uitkomsten en de resultaten uit de praktijk met elkaar geconfronteerd. Daarmee zal duidelijk worden wat de toegevoegde waarde van sociale netwerk sites is voor de R.K. Kerk in Nederland en onder welke voorwaarden ze gebruikt kunnen worden.

2.3 Onderzoeksontwerp

Voor het beantwoorden van de hoofdvraag zullen verschillende onderzoeksmethoden gebruikt worden, opgesplitst naar deskresearch en fieldresearch.

Desk research

Er zal een literatuuronderzoek plaatsvinden naar de betekenis van sociale netwerk sites en het belang van gemeenschapsopbouw. Diverse boeken, tijdschriftartikelen en websites zullen onderzocht worden, om te komen tot het benodigde theoretische kader. Uiteraard worden bronverwijzingen gemaakt en zullen uitsluitend betrouwbare bronnen worden opgenomen. Telkens zullen meerdere bronnen geraadpleegd worden om te voorkomen dat slechts één mening wordt overgenomen. Getracht wordt om te komen tot een lijst van aandachtspunten of criteria die van belang zijn bij het gebruik van sociale netwerken en bij het ‘opbouwen’ van gemeenschappen. Mogelijkerwijs zijn dit de succesfactoren voor het leveren van een toegevoegde waarde aan het onderliggende doel of ideaal.

Field research

Vanwege het nieuwe, enigszins ongrijpbare, karakter van de onderzoeksthematiek wordt er bovendien een verkennend kwalitatief

onderzoek uitgevoerd. De generaliseerbaarheid hiervan is beperkt. Echter in dit stadium is het van belang om een beeld te krijgen van de wijze waarop betrokkenen aankijken tegen dit fenomeen. In die zin is het vooral exploratief van aard. Om een indruk of impressie te krijgen van de wijze waarop betrokkenen van de Katholieke Kerk aankijken tegen het gebruik van virtuele sociale netwerken, worden een aantal interviews afgenomen.

Deze informanten moeten voldoen aan de volgende keuzecriteria:

- * Betrokkenheid binnen de Nederlandse R.K. Kerk
- * Professionele betrokkenheid bij (of ten opzichte van) de R.K. Kerk
- * In staat om de impact van nieuwe technologie op de organisatie in te schatten
- * Bekend met het pastorale werkveld
- * Op de hoogte van ontwikkelingen binnen de Kerk en het beleid in de (nabije) toekomst
- * Visie (positief of negatief) op sociale netwerk sites

Lijst van geïnterviewde informanten (in volgorde van raadpleging):

Naam:	Functie:	Verbonden aan:	Diocesis:
Roderick Vonhögen	Priester (Pastor), mediapastor omroep SQPN	Parochieverband Katholiek Amersfoort	Aartsbisdom Utrecht
Laetitia van der Lans	Hoofd communicatie bisdom, perschef	Bisdomstaf Bisdom Groningen-Leeuwarden, Stichting De Zalige Zalm	Bisdom Groningen-Leeuwarden
Marcel Holl	Communicatie adviseur	Communicatie Bisdom Groningen-Leeuwarden, Stichting De Zalige Zalm	Bisdom Groningen-Leeuwarden
Roland Enthoven	Hoofd communicatie aartsbisdom, perschef	Bisdomstaf Aartsbisdom Utrecht	Aartsbisdom Utrecht
Patrick Kuipers	Priester (Pastor), Conrector, Voorzitter roepingenraad.	Ariënskonvikt, Diocesane roepingenraad	Aartsbisdom Utrecht

2.4 Verantwoording vragenlijst

Om sturing te geven tijdens de interviews is een gerichte, open vragenlijst tot stand gekomen. Er zijn hoofdzakelijk verkennende open vragen opgenomen. Met deze open vragen is er veel ruimte voor de informant om de eigen visie weer te geven. Het deskresearch geeft het begrippenkader voor de juiste formulering van de interviewvragen. De overige inzichten uit de literatuur zijn niet verwerkt in de vragenlijst. Dat zou de uitkomsten te veel kunnen beïnvloeden.

De vragenlijst heeft, globaal gezien, de volgende structuur ten aanzien van het gespreksverloop:

- * Betrokkenheid bij de R.K. kerk van de informant
- * Eigen gebruik van sociale netwerk sites en ervaringen
- * Kansen, bedreigingen en toegevoegde waarde van sociale netwerk sites voor de R.K. Kerk
- * Sociale netwerk sites in relatie tot geloofsgemeenschappen en gemeenschapsopbouw

De volledig uitgewerkte vragenlijst met achttien vragen is te vinden in bijlage 2: “interviewgide”. De vragenlijst is zeker geen blauwdruk voor de gesprekken. De vragenlijst is eerder richtinggevend. In de gesprekken is het belangrijk om door te vragen om de visie en achterliggende beweegredenen helder te krijgen. Zo is de vragenlijst tot stand gekomen om de visie van de informantten ten aanzien van sociale netwerk sites en kerk te inventariseren.

2.5 Methodologische kanttekeningen

Er moeten vooraf een aantal kanttekeningen worden gemaakt bij de uitvoering van dit onderzoek.

De scriptie heeft de volgende beperkingen:

- * Er is met een beperkt aantal betrokkenen gesproken. De visies van de betrokkenen hoeven niet overeen te komen met de gangbare mening.
- * De informanten komen uit het Aartsbisdom Utrecht of het bisdom Groningen-Leeuwarden. Het kan zijn dat het spreken van andere bisdommen tot andere resultaten zou kunnen leiden.

- * Kwalitatief onderzoek geeft vooral inzicht in ‘waarom’ en ‘hoe’ vragen, niet in ‘hoeveel’ vragen. Dit heeft als nadeel dat de uitkomsten weinig zeggen over de brede, of gangbare meningen. De uitkomsten hebben niet noodzakelijkerwijs betrekking op Nederlandse Kerk als geheel.

Daarnaast zijn de volgende vooronderstellingen van belang:

- * De onderzoeker/auteur is zelf ook Rooms Katholiek en is daarmee geen buitenstaander van de materie. Hoewel is getracht om een buitenperspectief aan te nemen heeft deze R.K. betrokkenheid wel degelijk invloed op de uitkomsten van het onderzoek. Het is een binnenkerkelijke analyse.
- * De onderzoeker/auteur is bestuurlijk informatiekundige en docent nieuwe media. Daarmee is er al een referentiekader aanwezig.
- * Voorafgaand aan het onderzoek is er de vooronderstelling dat Sociale Netwerk Sites een positieve uitwerking op de werking van gemeenschappen hebben.

Tot slot nog enkele uitgangspunten:

- * Er wordt geen volledigheid nagestreefd ten aanzien van het in kaart brengen van de visie van de R.K. Kerk.
- * Er wordt getracht om zo veel mogelijk te werken op een controleerbare, valide en betrouwbare manier.

Nu duidelijk is geworden hoe de methode is, kan begonnen worden met de uitwerking van het theoretisch kader.

3 THEORETISCH KADER

“Twitter is volgens mij een sneller en gemakkelijker medium om met mensen te discussiëren over geloofszaken en over alles wat te maken heeft met leven, liefde of geluk, dat in mijn ogen geloof is.”

(Emeritus Pastoor Wiel Janssen)

3.1 Inleiding

Een brug slaan tussen de kerkelijke praxis en sociale netwerk sites lijkt op het eerste gezicht een enorme spagaat. Is de Rooms Katholieke Kerk wel bezig met dergelijke technologische snufjes? Terwijl de media ons opzadelt met het beeld dat de Kerk hopeloos ouderwets is, staan op veel niveaus de kerkdeuren open voor het werken met nieuwe communicatietechnologie. Volgens Aartsbisschop Celli kunnen dankzij deze nieuwe technologieën nieuwe relaties worden gevormd die bijdragen aan een “cultuur van respect, dialoog en vriendschap”. Zo sprak hij op de Wereld Communicatiedag (Katholiek Nieuwsblad, 2009).

Wat zijn sociale netwerk sites en hoe kunnen ze van waarde zijn voor de Kerkelijke gemeenschap? Is een Kerk in wezen een sociaal netwerk? Is de Kerk nog voldoende sociaal geëngageerd in onze samenleving? Hoe belangrijk is het aspect gemeenschapsvorming eigenlijk?

Dergelijke vragen zijn aanleiding voor een nadere verkenning van theorie en literatuur. Globaal worden hier drie stappen gezet. Ten eerste de theoretische verkenning van het verschijnsel sociale netwerk sites. Ten tweede de theoretische werking van sociale netwerken in ons

(samen)leven. Tot slot de Bijbelse legitimatie van geloofsgemeenschappen en de praktisch- theologische analyse hiervan.

Voordat we de nieuwe ontwikkelingen op haar merites kunnen beoordelen zal er een grondige analyse moeten plaatsvinden van het verschijnsel sociale netwerk sites. Zo worden op basis van wetenschappelijke literatuur, vakliteratuur en redactionele artikelen van experts sociale netwerk sites nader gedefinieerd. Bovendien wordt onderzocht wat de eigenschappen zijn van dergelijke sites zijn en op welke wijze ze nuttig kunnen zijn voor (groepen) mensen.

Omdat dit type websites gebaseerd is op onderliggende werkingsmechanismen, is het tevens noodzakelijk om de gangbare theorieën op het gebied van de werking van sociale netwerken in de omgang van mensen mee te nemen in de beschouwing. Hiervoor wordt een selectie uit het vakgebied van de sociale netwerk theorie gehanteerd, een deelgebied van de sociologie.

In alle groepen, organisaties en gemeenschappen zijn de effecten van sociale netwerken manifest. Daarom verdient het ook aandacht om naar één specifiek type gemeenschap te kijken: de geloofsgemeenschap. De mate waarin de gemeenschapsvorming en –opbouw van belang is voor de hedendaagse Kerk zal blijken uit een theologische reflectie op basis van de praktische theologie.

Nu volgt de nadere beschrijving van sociale netwerk sites.

3.2 Sociale netwerk sites

“Daar gaan de mensen. Ik moet ze volgen, want ik ben hun leider”

Alexandre Auguste Ledru-Rollin (1807-1874)

Internet is in onze Nederlandse maatschappij ondertussen net zo vanzelfsprekend geworden als elektriciteit, gas en water. Het gebruik van sociale netwerk sites als Twitter (zie kader), Hyves (zie kader), Facebook, MySpace, Ning en LinkedIn is de snelst groeiende activiteit op het internet. Het gebruik van sociale netwerk sites is de laatste jaren explosief gestegen. Volgens marktonderzoeksbureau Nielsen (2009) is ruim twee derde van de internetgebruikers actief op dergelijke sites. De groei qua tijdsbesteding op dergelijke sites is drie maal groter dan bij andere internetactiviteiten. Verder laat het onderzoek zien dat de sterkste groei van gebruikers vooral betrekking heeft op de leeftijdscategorie 35-49 jaar, wat duidelijk maakt dat sociale netwerk sites niet alleen een jongerenverschijnsel is. Volgens marktonderzoeksbureau eMarketer (2009) maken alle generaties gebruik van dit type websites.



Wat is Twitter?

Twitter is gebaseerd op een simpel concept (Williams, 2009). Je zegt wat je aan het doen bent in maximaal 140 tekens. Dit plaatsen kan via een webbrowser op een computer of door het versturen van een SMS berichtje. Mensen die in je geïnteresseerd zijn krijgen deze berichten. Ook kunnen ze deze berichten direct als SMS berichtje ontvangen op de mobiele telefoon. Binnen enkele seconden is iedereen die je volgt op de hoogte.

De kern van het idee is dat mensen fundamentele momenten in het leven kunnen delen, bijvoorbeeld de geboorte van een kindje (Williams, 2009). Dit geeft mensen het gevoel dat ze verbonden zijn, ongeacht tijd en plaats. Echter Twitter is inmiddels uitgegroeid tot een sociaal netwerk met betekenis op het gebied van onderlinge communicatie, nieuwsverspreiding en zoekdiensten.



Sociale netwerk sites worden zelfs meer gebruikt dan e-mail. Hyves is op dit moment na Google de meest gebruikte website van Nederland en heeft meer dan 8 miljoen leden (o.a. Kol, 2008). Maar wat zijn dit nu eigenlijk precies voor websites? Er is nog relatief weinig onderzoek gedaan op dit vlak en er is nog veel onduidelijk. Wel is het mogelijk de contouren helder te krijgen van de betekenis en aard van dergelijke websites op basis van een literatuurverkenning.

Definities sociale netwerk sites

Boyd en Ellison (2007, p.2), wetenschappelijke onderzoekers naar sociale media, hanteren de volgende definitie voor sociale netwerk sites:

“We define social network sites as web-based services that allow individuals to construct a public or semi-public profile within a bounded system, articulate a list of

other users with whom they share a connection, and view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site.”

Antheunis (2009, p.12) voegt daar de volgende beschrijving aan toe:

“Social network sites are usually open or semi-open systems. Everyone is welcome to join but new members have to register. The sites typically

Hyves.net

always in touch with your friends

Wat is Hyves?

Hyves is momenteel de populairste sociale netwerk site van Nederland. Sinds de start eind 2004 heeft Hyves een stormachtige ontwikkeling doorgemaakt. Volgens onafhankelijk onderzoek door STIR is Hyves op dit moment de grootste website van Nederland. Maandelijks bekijken meer dan 8,5 miljoen Nederlanders ruim 5,4 miljard pagina's op Hyves. (hyves.nl en nu.nl)

Op basis van een persoonlijke profielpagina kun je duidelijk maken wie je bent, wat je interesses en hobby's zijn en maak je 'vrienden'. Van deze vrienden kun je ook profielen bekijken, communiceren (krabbelen) en nog veel meer lief en leed delen. Via een aantal intelligente voorzieningen kun je eenvoudig uit het oog verloren kennissen, vrienden en klasgenoten terugvinden. Hyves blinkt uit in het onderhouden van het bestaande vrienden en kennissen netwerk.



allow members to create an online profile containing self-descriptions, react to the profiles of other members, and become "friends" with other members. Similar to MySpace, Facebook, and Friendster, one of the important motivations for visiting Hyves is to keep in touch with existing friends and to find more information about persons met in the offline world" (Antheunis, 2009).

Gross en Acquisti (2005, p.1) hanteren de volgende definitie:

"While boundaries are blurred, most online networking sites share a core of features: through the site an individual offers a "profile" - a representation of their selves (and, often, of their own social networks) - to others to peruse, with the intention of contacting or being contacted by others, to meet new friends or dates (Friendster, Orkut), find new jobs (LinkedIn), receive or provide recommendations (Tribe), and much more."

Eva Kol, medewerkster van Hyves, vult aan: "Netwerken is het doel van deze sites. Leden maken gebruik van hun ketting van connecties om bijvoorbeeld (nieuwe) vrienden, dates en zakenrelaties te vinden. In de afgelopen jaren is de populariteit van zulke sites enorm toegenomen" (Kol, 2008).

Om de verschillende aspecten die naar voren zijn gekomen te verenigen is de volgende definitie opgesteld.

Eigen definitie sociale netwerk sites:

"Sociale netwerk sites zijn websites die gebruikers in staat stellen om op basis van zelf gecreëerde persoonlijke profielpagina's bestaande en nieuwe relaties te onderhouden en daarmee gemeenschappen te vormen waarbinnen kennis, ervaringen en content uitgewisseld kunnen worden."

Mensen verbinden met gemeenschappelijke interesses, belangen, doelen, waarden of problemen is daarmee het doel van dergelijke sites.

Eigenschappen sociale netwerk sites

Op basis van bovenstaande definities en overige literatuur moet geconcludeerd worden dat sociale netwerk sites de volgende eigenschappen hebben:

Eigenschap	Toelichting
Persoonlijk profiel	Mogelijkheid voor gebruikers om een persoonlijk profiel op te bouwen, inclusief meta-kenmerken. Meta-kenmerken zijn beschrijvende kenmerken die geen direct onderdeel zijn van de boodschap of inhoud. Het gaat bijvoorbeeld om interesses, functies, lidmaatschappen, hobby's, onderscheidingen, enzovoorts.
(Semi) open netwerk	Het netwerk is open of semi-open toegankelijk. Dat wil zeggen dat mensen zich kunnen verbinden aan anderen en daarmee zichtbare connecties vormen. Deze verbindingen zijn bovendien zichtbaar voor anderen. Een deel van het profiel (tenminste de profielnaam) is openbaar toegankelijk. In de standaardinstellingen is echter een groot deel van de informatie publiek toegankelijk.
Delen van content	Er wordt waardevolle informatie (content) gedeeld, bestaande uit bijvoorbeeld teksten of berichten, audio, afbeeldingen, hyperlinks, en videomateriaal (Effing en Holsheimer, 2007). Mensen delen materiaal als ze er van denken dat het voor een ander van toegevoegde waarde kan zijn, dat wil zeggen leuk, opvallend of nuttig.
Communicatie instrument	Er zijn mogelijkheden ingebouwd om met elkaar te communiceren. Dit kan aan de hand van besloten berichten, publieke berichten, weblogs (dagboeken) en dergelijke. Het creëren en onderhouden van relaties is daarmee mogelijk geworden.

Zoals gezegd is het doel van dergelijke sites het verbinden van mensen. Waarom is het van belang om online met elkaar in verbinding te staan? Iedereen kent wel een voorbeeld waar je toevallig hoort van een kennis

van een vriend die veel voor je kan betekenen. Dit kan gaan om een project, baan, partner, boek, film, idee en nog veel meer. Ook kun je dit toepassen op situaties waar je weet dat iemand hulp nodig heeft. De facto is duidelijk dat wij mensen (wederzijds) van elkaar afhankelijk zijn en dat niemand kan leven in ‘splendid isolation’ (Jansen, 2008).

Sociale netwerk sites bieden een middel om te kunnen netwerken, ‘socializen’, organiseren, groepen of gemeenschappen te vormen of mensen te mobiliseren voor een gemeenschappelijk doel.

Hoe komt het dat de ene sociale netwerk site klein blijft en de ander een succes wordt? En wanneer levert het gebruik ervan wat op voor individuen, groepen en gemeenschappen? De volgende kritieke succesfactoren komen voort uit een grondige bestudering van cases, literatuur en artikelen.

Kritieke succesfactoren (KSF's)

De volgende kritieke succesfactoren (KSF's) zijn van belang ten aanzien van een effectief gebruik van sociale netwerk sites voor individuen en organisaties. Deze factoren zijn gebaseerd op de literatuuranalyse en zijn kritisch in de zin dat er extra aandacht aan besteed moet worden bij het gebruik van sociale netwerk sites.

KSF	Beschrijving
Persoonlijke profielen	Het is aangetoond dat Sociale netwerk sites beter werken als mensen op persoonlijke titel deelnemen (Gross en Acquisiti, 2005). Accounts van organisaties zijn minder effectief dan persoonlijke accounts. 89% van de namen is realistisch en daarbij heeft 80% van de profielafbeeldingen een gerichte verwijzing naar de echte persoonlijke identiteit
Open / Semi-open (inzicht in relaties)	Toetreding en uitnodiging van mensen om het netwerk uit te breiden moet zichtbaar en zonder drempels gebeuren. Volgens Nielsen (2009) is het van belang dat het netwerk een “broad appeal” heeft, dat wil zeggen een brede

	doelgroep aanspreekt. Publieke zichtbaarheid van indirecte relaties is van belang voor het benutten van het volle potentieel van een sociaal netwerk (Boyd en Ellison, 2007).
Connectoren (viraal)	Sommige sleutelpersonen (connectoren) hebben een groot netwerk van persoonlijke en zakelijke relaties. Zij vormen de brug naar andere groepen. Deze grote relatiekringen kunnen als een olievlek werken om mensen te bereiken. Dit wordt wel aangeduid als de "Tipping point theory" van Gladwell (Kol, 2008). Gladwell stelt dat je voor het verspreiden van zogenaamde 'sociale virussen' connectoren nodig hebt. Dit zijn mensen met een groot sociaal netwerk die kunnen helpen bij het oppikken en verspreiden van trends (Kol, 2008; Nielsen, 2009).
Delen (interesses en content) (latente power)	Juist de informatie die in normale omgangsvormen onzichtbaar blijft is van groot belang om het volle potentieel van het relatienetwerk te benutten. Mensen kunnen nu zaken van elkaar te weten komen die eerder onvermeld bleven, bijvoorbeeld een gedeelde interesse.
Trust versus privacy	Voorwaarde voor de werking van een sociale netwerk site is dat mensen delen wat hun identiteit, interesses en waarden zijn. Facebook, 's werelds grootste sociale netwerk site, heeft in september 2006 getracht om alle surfgedrag van gebruikers openbaar te maken. Dit heeft grote privacy bezwaren opgeleverd (Nielsen, 2009). De actie is teruggedraaid. Een soortgelijk incident heeft plaats gevonden bij Hyves met het gold-membership (Kol, 2008). Volgens Nielsen hebben de geavanceerde mogelijkheden om privacy te waarborgen bij Facebook bijgedragen aan de groei. Ook is de vraag wie we onze persoonlijke informatie toevertrouwen? Is dat elke bekende of vriend of iedereen? Het is een feit dat de sociale netwerk sites eigenlijk maar twee keuzes bieden: vriend of geen vriend (Gross en Acquisti, 2005; Boyd en Ellison, 2007). Terwijl er weinig voor nodig is om vriend te worden, levert het vervolgens erg veel persoonlijke informatie op. Het kunnen nietszeggende, oppervlakkige contacten zijn met alle gevaren van dien. Mensen zijn zich veelal onvoldoende bewust van het publieke karakter van dergelijke communicatie.
Openheid (Tweerichtingsverkeer)	Sociale netwerk sites gaan uit van tweerichting communicatie. Volgens pastor Wiel Janssen is het van belang om open te staan voor kritiek. (Beijer, 2009) Vooral is het medium veel sneller en dynamischer qua

	informatievoorziening. Twitter is vaak de eerste nieuwsbron ten aanzien van actuele ontwikkelingen. Bij zowel de Schipholbrand als het DSB faillissement waren Twittersaars de pers te snel af. Naadloze integratie met mobiele telefonie services is daarbij cruciaal (sms, mobiel internet, iPhone) (Nielsen, 2009). Ongeacht plaats en tijd is men altijd verbonden. Bij Twitter bijvoorbeeld kan iedereen in een open relatie met iemand anders in gesprek gaan. Een publieke conversatie is mogelijk geworden (Johnson, 2009). Twitter stelt mensen in staat om dwars door institutionele echelons heen mensen deel te laten nemen aan een discussie.
Regulatie	Het wereldwijde web is het wilde westen van de informatiemaatschappij. Actief beleid ten opzichte van stalkers, bedriegers en commerciële belanghebbenden is van groot belang (Kol, 2007; Boyd en Ellison, 2007). Gebruikers van dergelijke sites kunnen zelf ('bottom-up') een actieve rol spelen in het reguleren van ongewenste situaties. Een combinatie van 'bottom-up' en hiërarchisch 'top-down' toezicht is van wezenlijk belang.

Een groot deel van de potentie van sociale netwerk sites is gebaseerd op veel oudere principes en theorieën uit de sociologie. Daarom zal nu aandacht besteed worden aan de algemene sociale netwerk theorie. Dit vakgebied staat in principe los van informatie- en communicatietechnologie, maar is essentieel om de werking van online sociale media te doorgronden.

3.3 Sociale netwerk theorie

"It's not what you know, it's who you know"

(Carpenter, 2009)

Mensen netwerken, dat is niets nieuws. Zo waren de apostelen, al dan niet geïnspireerd door de Heilige Geest, een ster in het netwerken om het christendom te verspreiden. Het functioneren van sociale netwerk sites is voor een belangrijk deel gebaseerd op sociologische principes. Mensen zijn in een samenleving wederzijds van elkaar afhankelijk. Mensen verbinden zich met elkaar door relaties aan te gaan. Deze sociale relaties kunnen verschillend zijn van type en intensiteit. Vriendschappen, zakelijke relaties, liefdesrelaties, lidmaatschappen, clubs en verenigingen zijn slechts enkele typen. Naast individuele relaties zijn er relaties met collectieven: gemeenschappen, groepen of organisaties. Het is interessant om enkele theorieën de revue te laten passeren ten aanzien van deze relatienetwerken om meer begrip te krijgen van de werking van onderlinge sociale relaties.

Complexiteit van netwerken

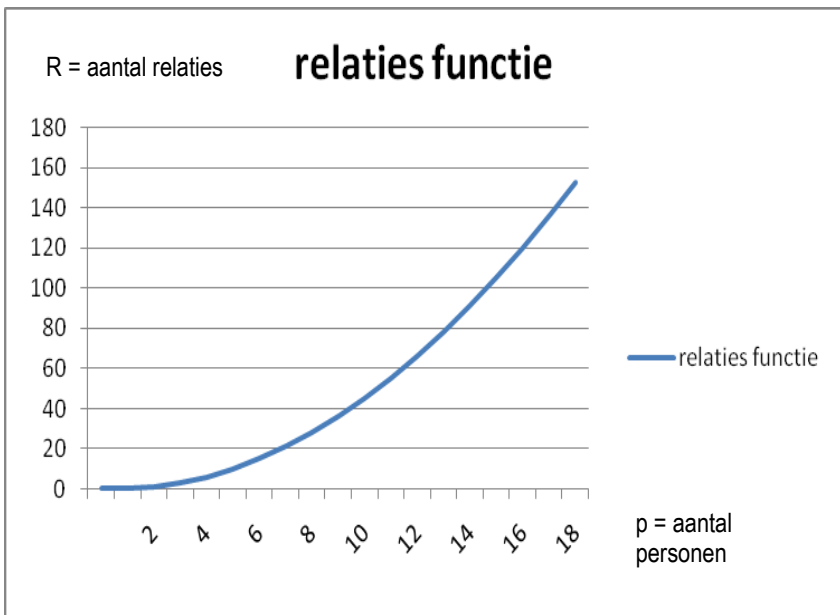
Mensen zijn geneigd om de complexiteit van groepen, gemeenschappen en bijbehorende relaties te onderschatten. Op basis van verschillende sociale netwerk theorieën en artikelen (onder meer Shirky, 2008; Carpenter, 2009; Golbeck en Hendler, 2006), is er een eigen formule opgesteld die inzicht geeft in de complexiteit van relatienetwerken. Deze formule gaat uit van een volledige dichtheid van het netwerk. Dat wil zeggen dat alle personen een onderlinge relatie vormen.

Bij twee personen is er slechts één relatie (1). Bij drie personen zijn dat er drie (1+2). Bij vier personen het er zes (1+2+3). In onderstaande figuur wordt dit gevisualiseerd.



Figuur 2: 'Toename complexiteit van relaties bij toevoegen van personen'

De volgende formule is opgesteld om het exacte aantal onderlinge relaties (R) per aantal personen (p) te berekenen. Het aantal relaties $R = (1/2 * (p-1)) * p$. Onderstaande figuur 3 laat zien hoe het aantal relaties bij elke bijkomende persoon meer dan lineair toeneemt.



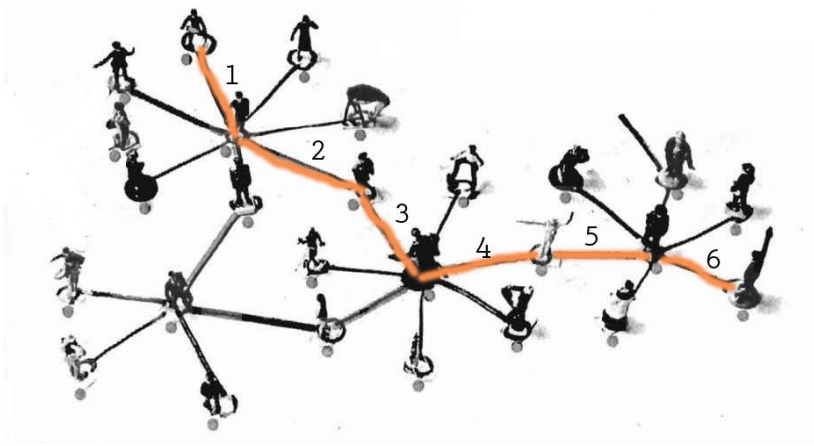
Figuur 3 : "Aantal relaties per personen functie grafiek"

Deze figuur laat onder meer zien dat bij een groep van vijftien personen het aantal onderlinge relaties al 105 is. Dit maakt groepen bijzonder dynamisch en groepsprocessen bijzonder complex. Tevens maakt dit

duidelijk dat er een enorm potentieel aan interessante verbindingen kan bestaan tussen mensen als we deze met elkaar verbinden.

Six degrees of seperation

Hoe de wereldwijde verbinding plaatsvindt, zal nu beschreven worden aan de hand van de theorie van 'Six degrees of seperation'. Dit is de theorie dat iedereen op de wereld verbonden kan worden met een willekeurige ander op de wereld door een ketting van kennissen met niet meer dan vijf tussenstappen. (Milgram, 1967; Whatis.com, 2009) Onderstaande figuur uit Psychology Today (Milgram, 1967) geeft een illustratie van de wijze waarop we aan elkaar gerelateerd zijn en hoe we binnen zes stappen ieder ander kunnen bereiken.



Figuur 4: Relatie netwerken volgens Milgram

Zo is iedereen in Nederland in een beperkt aantal stappen verbonden met bijvoorbeeld premier Balkenende of Paus Benedictus XVI. Een parochiaan kent persoonlijk iemand die in nauw contact staat met de aartsbisschop, en die kent de Paus weer persoonlijk: slechts drie (of vier) tussenstappen scheiden een parochiaan van de Paus.

Diverse onderzoekers (Granovetter, 1973; Milgram, 1967) hebben de hypothese van ‘six degrees of separation’ voorlopig aangenomen. Hoewel de experimenten (nog) geen absoluut bewijs voor deze theorie hebben opgeleverd is zonder meer duidelijk geworden hoe machtig onderlinge relaties kunnen zijn. Hoe kan het dat deze kennissen zo effectief informatie verspreiden? Daarvoor maken we de overstap naar de theorie van Granovetter.

Strength of weak ties

De Amerikaanse socioloog Granovetter (1973) definieert de sterkte van een onderlinge relatie als volgt: “The strength of a tie is a combination of the amount of time, the emotional intensity, the intimacy, and the reciprocal services which characterize the tie. “

Er is globaal onderscheid te maken in onderlinge relaties (ties), te weten: afwezige band, zwakke band of sterke band. Zwakke banden (weak ties) zijn te vergelijken met kennissen. Sterke banden zijn te vergelijken met vriendschappen (Granovetter, 1973). De verspreiding van nieuws, innovatie en verandering verloopt vooral via zwakke banden, omdat deze zwakke banden meestal de bruggen vormen naar andere groepen. Paradoxaal blijkt dat hoe zwakker de relatie is, hoe effectiever het bereik is. De ene persoon kent meer mensen dan een ander. Hoe hoger het aantal onderlinge relaties in een bepaalde groep of gemeenschap is, hoe hoger de dichtheid van het sociale netwerk is.

Daar waar mensen zich organiseren om zich te richten op een gemeenschappelijk doel of belang kunnen we spreken van een gemeenschap. Mensen nemen deel aan verschillende gemeenschappen. De gemeenschappen kennen onderling ook verbindingen. De relatiestructuur en mobiliteit tussen deze gemeenschappen verloopt ook via personen die elkaar kennen. Daarmee zijn Granovetter's principes ook voor

gemeenschappen relevant. Volgens Granovetter (1973) is de geneigdheid van mensen om deel te nemen aan de gemeenschap mede afhankelijk van het vertrouwen in de leiding van de organisatie en de mate waarin het voor de deelnemer mogelijk is om contact aan te gaan met de leiding of gedelegeerden. Hoe minder relatiemogelijkheden met de leider, hoe minder vertrouwen er is. Als er een afstand wordt ervaren ten opzichte van de leiding leidt dit tot minder vertrouwen bij de deelnemer of volger.

3.4 Kerk als geloofsgemeenschap

“Zie, ik ga iets nieuws verrichten, nu ontkiemt het – heb je het nog niet gemerkt?”

(Jesaja 43,19)

Al meer dan 2000 jaar bestaan er gemeenschappen die de boodschap van Jezus Christus levend willen houden. Deze geloofsgemeenschappen hebben met elkaar gemeen dat ze zowel aan de verticale relatie met God als aan de horizontale relatie tussen mensen vorm willen geven. 'Kerk', hoe haar gestalte historisch nadien verder ook zal worden ingevuld, is daarom wezenlijk 'sequela Jesu': in het voetspoor van Jezus uit velen een gemeenschap vormen, die getuigt van zowel het rijk Gods als de eigen levensweg van Jezus daarheen (Schillebeeckx, 1993).

Er is een brede waaier van mogelijkheden ontstaan waarmee invulling gegeven kan worden aan het begrip Kerk. Aangezien de maatschappij en cultuur geen constante factoren zijn is het van groot belang dat de Kerk zich bezighoudt met de gevolgen van veranderende omstandigheden in de maatschappij waarin ze zich manifesteert.

Aan de hand van ecclesiologische en praktisch theologische literatuur worden relevante begrippen opgehelderd. Ook is er aansluiting gezocht met Bijbelteksten. Daarvoor is een analyse uitgevoerd naar relevante Bijbelfragmenten. De uitkomsten hiervan zijn te vinden in bijlage 1: “Bijbelfragmenten met betrekking tot gemeenschap en kerkopbouw”.

3.4.1 Ecclesiologie

Laten we allereerst eens beginnen bij het begrip gemeenschap in Christelijke context. Daarvoor grijpen we terug op de betekenis van het Latijnse en Griekse woord voor gemeenschap in de Bijbel. Het Bijbelse Latijnse woord ‘communio’, verwijst naar een gemeenschap met God en

mensen (Van Vliet, 2002). 'Koinonia' is het Griekse woord voor de nieuwtestamentische gemeenschap van mensen met God of met elkaar, vooral met medechristenen (Grenz e.a., 2004). Kerk en (geloofs)gemeenschap liggen qua betekenis dicht bij elkaar. Daarom wordt nu de betekenis van het Griekse begrip voor Kerk, te weten 'ekklèsia' uitgewerkt.

'Ekklèsia' is Grieks voor "vergadering", "bijeenkomst" of "gemeente". Dit heeft betrekking op hen die door geloof in de persoon en het werk van Christus, als hoogste openbaring van God, een nieuwe relatie met God en met elkaar zijn aangegaan. Zij hebben de opdracht de huidige en toekomstige heerschappij van God in de wereld te verkondigen (Grenz e.a., 2004). Dat het begrip 'ekklèsia' van groot belang is wordt duidelijk in het nieuwe testament. Hierin komt het woord 'ekklèsia' maar liefst 114 keer voor, waarvan overigens slechts drie keer in een evangelieboek in het nieuwe testament (namelijk in Matteüs) (Van Vliet, 2002). Als mensen zich verzamelen voor de eredienst spreekt men van een 'ekklèsia' als gemeenschap (Schillebeekx, 1993). Duidelijk moge zijn dat gemeenschappen een sleutelrol spelen in de navolging van Christus. Hoe de Kerk zich als authentieke geloofsgemeenschap moet positioneren binnen onze hedendaagse gemeenschap is een belangrijke vraag. Met deze vraag in het achterhoofd wordt nu specifiek ingegaan op gemeenschapsofbouw, een discipline uit de praktische theologie.

3.4.2 Praktische theologie

De praktische theologie houdt zich specifiek bezig met de vraag hoe de Kerk zich kan verhouden tot de actuele samenleving. Volgens Heitink (Baart et al, 1994) is praktische theologie dan ook 'een empirisch georiënteerde theologische theorie over en voor de opbouw van christelijke geloofsgemeenschappen in de praxis van de moderne

samenleving'. Dat is in wezen gemeenschapsopbouw. Het gaat bij kerkopbouw tevens om het verzamelen en opbouwen van het volk Gods in kerkelijke gemeenschappen (Baart et al, 1994). Het zijn van kerkgemeenschap staat altijd ten dienste van het realiseren van Gods rijk. In de studies van Gerhard Lohfink nemen begrippen als 'verzameling', 'Gods heerschappij' en 'volk van God' (populus Dei) een centrale plaats in (van Vliet, 2002).

Er zijn daarbij ook sociologische gezichtspunten van belang. Hoe wordt de geloofsgemeenschap georganiseerd? Wat is de gezamenlijke identiteit en waarop is het collectief gebaseerd? Henau, (2002) wijst op het verschil tussen een gemeenschap en een organisatie: met de eerste identificeert men zich voortdurend, terwijl de tweede enkel vanuit het nutsaspect bekeken wordt en slechts tot een sporadische identificatie aanleiding geeft. Juist deze identificatie met de Rooms Katholieke Kerk heeft de laatste decennia aan kracht ingeboet zo lijkt het.

Nu zullen een drietal theorieën de revue passeren ten aanzien van praktisch theologische inzichten die van belang zijn voor de hernieuwde inrichting van de geloofsgemeenschap: “Small Christian Communities”, “The Engaged Church” en “Mobiliteit”.

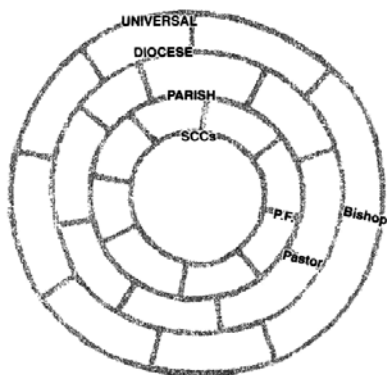
Small Christian Communities

Vanuit de praktische theologie van “Small Christian Communities” komen enkele waardevolle inzichten voor nieuwe vormen van gemeenschapsopbouw (De Jong, 2008). Deze kerkvernieuwingvisie van de Amerikaanse pastor Baranowski (1996) levert een tweetal relevante inzichten op.

Ten eerste ziet Baranowski duidelijke connectoren tussen katholieke gemeenschappen, net als bij Gladwell's “Tipping point theorie” uit de

eerder besproken kritieke succesfactoren (paragraaf 3.2). De Rooms Katholieke gemeenschap is te onderscheiden in verschillende echelons (hiërarchische lagen). Elk echelon kent op zijn minst één connector: het universele niveau heeft de paus, het diocees (het bisdom) heeft de bisschop en de parochie (of het parochieverband) heeft de pastor. Ook op ‘Small Community’ of ‘pastoraatsgroep¹’ niveau zijn er connectoren ofwel de pastorale leiders van de groep (‘pastoral facilitators’). Daarmee is er een rijke schakering aan geordende gemeenschappen en connectoren. De cirkel van Baranowski (1996) geeft inzicht in de echelons en de connectoren (zie figuur 5).

De theorie (Baranowski, 1996) leert daarnaast dat het engagement van parochianen toeneemt als ze deelnemen aan kleine geloofsgroepen (Small Christian Communities). Deze groepen vormen het liefst een eenheid van discussie, gebed en actie. Een soort hechte groep van onderling verbonden katholieken die samen het geloof handen en voeten willen geven.



Figuur 5: Baranowski's Levels of Belonging

¹ Gemeenschap van parochianen, zie ook 'missionaire geloofsgemeenschappen' van het Aartsbisdom.

The Engaged Church

Pastor Mahan uit de Verenigde Staten heeft een programma opgezet voor het streven naar een zogenaamde “engaged church”. Een kerk waar mensen zich betrokken voelen en zich engageren.

Er zijn een aantal voorwaarden te beschrijven voor betrokkenheid bij de Kerk: (Mahan, 2009):

1. Er wordt in mijn behoeften voorzien
2. Ik kan zelf iets zinvols bijdragen aan de Kerk
3. Ik voel me thuis in de gemeenschap
4. Ik weet dat ik groei en dat de Kerk op een positieve manier meegroeit.

Zonder uitgebreid op deze punten in te gaan kan er wel uit worden herleid dat er nogal wat voorwaarden zijn voordat iemand gebonden is en blijft aan een Kerkgemeenschap. De deelname aan een kerkgemeenschap is voor Nederlanders lang niet meer vanzelfsprekend. Daarmee zullen bovenstaande voorwaarden alleen maar sterker gaan wegen.

Mobiliteit

De vraag naar een passende gemeenschapsvorm is mede afhankelijk van de omgeving en de maatschappelijke ontwikkelingen. Zo is jarenlang de parochie het meest effectieve antwoord geweest. Deze parochies vielen samen met leef- en werkomgevingen en hadden betrekking op de lokale bevolking. Dat is een territoriaal principe overgebleven uit de Romeinse tijd. Kerk is steeds meer een privé aangelegenheid geworden (privatisering) en is ze niet langer verweven met activiteiten buiten de Kerk vanwege de secularisatie. Henau (2002) spreekt daarnaast over de teloorgang van de maatschappelijke integratiekracht van de religie. Religie

is namelijk steeds minder een bindmiddel van lokale gemeenschappen. Religie is dus verder verplaatst naar het privé domein. Onder de noemer van ‘mobiliteit’ zijn een heel scala aan maatschappelijke ontwikkelingen te kenmerken. Zo ook de ontwikkeling van differentiatie. Vandaag de dag werken nog maar weinig mensen in de eigen woonomgeving. Mensen hebben lidmaatschappen en betrekkingen buiten de grenzen van de lokale gemeenschap. De predikant Ytsma (2009) spreekt van de opkomst van een mobiele netwerksamenleving die vereist dat de kerk minder lokaal georganiseerd wordt.

Bisschop Tebarz-van Elst (2001) spreekt in zijn “Gemeinden werden sich verändern” over drie vormen van mobiliteit die betrekking hebben op sociologische veranderingen in onze West Europese maatschappij:

Verticale mobiliteit: wegens de economische groei in eerdere decennia en de ontwikkeling in het onderwijs is onze maatschappij in zijn geheel – qua volk – in een hogere maatschappelijke positie gekomen. Het is voor individuen eenvoudiger geworden op te klimmen op de maatschappelijke ladder. Anderzijds zakt men ook weer sneller. Dit stelt andere eisen aan de leiding van kerkgemeenschappen. Een groot deel van de parochianen is nu namelijk hoger opgeleid en wil intellectueel geprikkeld worden.

Mensen willen graag zelf meedenken en zich niet laten vertellen wat ze moeten geloven of moeten doen.

Horizontale mobiliteit: mensen zijn in onze samenleving niet meer gebonden aan een vaste plaats. Vanwege de vele rollen en differentiatie heeft iedereen een ongelooflijk keuzepallet aan rollen en functies en zijn deze ook nog eens verspreid over diverse geografische locaties. Ook is de snelheid van het wisselen van rollen en functies toegenomen. Dit relatieveert de kracht van de lokale parochie als bindmiddel voor een gemeenschap.

Sociale ('Gesellschaftliche') mobiliteit: door alle dynamiek die wordt veroorzaakt door de verticale en horizontale mobiliteit kiezen mensen voor verschillende woonplaatsen. Die keuze voor een woongemeenschap is minder afhankelijk geworden van gedeelde opvattingen ten aanzien van levensovertuiging. Andere factoren spelen een rol voor de vestiging, namelijk: culturele- en esthetische interesses.

Tebartz-van Elst (2001) denkt dat de problemen van de afnemende kerkelijkheid, het priestertekort, de financiële tekorten in de Kerk te maken hebben met deze mobiliteit. De Kerk zal zich moeten aanpassen aan de open, seculiere en religieus veelzijdige maatschappij om die problemen op te lossen.

Ook Emeritus hoogleraar Henau (2002) spreekt van de grote consequenties van differentiatie, secularisatie en privatisering in de mobiele samenleving. Hij verwacht in het licht van dergelijke ontwikkelingen dat nieuwe communicatiemogelijkheden oplossingen kunnen bieden voor het omgaan met de moderne, functioneel gedifferentieerde samenleving.

4 RESULTATEN

“Miljoenen mensen houden met korte berichtjes – Tweets – contact met elkaar. Als Katholieke Kerk willen we actief gebruik maken van deze nieuwe middelen.”

(Aartsbisschop Willem Eijk, 2009)

4.1 Inleiding

Dit hoofdstuk beschrijft de resultaten van het praktijkonderzoek naar visies binnen de Nederlandse Katholieke Kerk op het gebruik en de inzet van sociale netwerk sites. Er wordt geen volledigheid nagestreefd, daarvoor is het aantal gesprekken te gering geweest. De nadruk ligt op het waarderen en begrijpen van de visie van bepaalde – nauwkeurig geselecteerde - betrokkenen². Dus diepte in plaats van breedte. Er zijn met een vijftal informanten interviews gehouden, respectievelijk Roderick Vonhögen, Laetitia van der Lans, Marcel Holl, Roland Enthoven en Patrick Kuipers. Deze gesprekken zijn gevoerd aan de hand van een vooraf opgestelde vragenlijst met open vragen. De verantwoording van deze vragenlijst is besproken in paragraaf 2.4. De uitkomsten van de interviews zijn geïnventariseerd en geanalyseerd. De analyse is uitgevoerd aan de hand van het maken van een zogenaamde ‘mindmap’. Daarin zijn de bevindingen uit de gesprekken verzameld, geclusterd en gescoord naar overeenkomsten. Dit analysedocument is toegevoegd als bijlage 4: “mindmap”. De woordelijke gespreksverslagen zijn terug te vinden in bijlage 3: Gespreksverslagen.

² Zie de keuzecriteria informanten in paragraaf 2.3.

De opbouw van dit hoofdstuk is tweeledig. In de eerste plaats wordt aandacht besteed aan de wijze hoe de betrokkenen aankijken tegen het fenomeen sociale netwerk sites. Daarvan worden het gebruik, de toegevoegde waarde, kansen, bedreigingen en voorwaarden beschreven. In de tweede plaats komt gemeenschapsopbouw aan bod. De gesprekken hebben inzichten opgeleverd ten aanzien van het omgaan met verschillende doelgroepen, relevante maatschappelijke ontwikkelingen en de gewenste geloofsgemeenschap van de toekomst.

4.2 Gebruik sociale netwerk sites

4.2.1 Gebruik

In de Nederlandse Katholieke Kerk worden al diverse sociale netwerk sites gebruikt. Vooral Hyves, Twitter en Facebook worden genoemd in de gesprekken als middelen die door pastores en parochianen worden gebruikt. Media pastor Vonhögen gebruikt veelvuldig Facebook en Twitter om te communiceren met zijn achterban. Ook gebruikt hij Hyves, maar hij gebruikt het “niet van harte”. “Het is een heel oppervlakkig netwerk met een dominante groep van tieners die het gebruiken.” Maar toch gebruikt Vonhögen Hyves omdat hij weet dat “daar de Nederlandse markt zit, de Nederlandse doelgroep”. Pastor Kuipers gebruikt Hyves onder meer om contacten met zijn oude parochieverband te onderhouden: “Ik merk ook wel dat dit gelezen wordt door jongelui.”

Zonder het zelf actief te gebruiken volgen de hoofden communicatie van het Aartsbisdom Utrecht en Bisdom Groningen-Leeuwarden wel de berichtgeving op sociale netwerk sites. In die zin zijn ze misschien te classificeren als passieve gebruikers. De heer Enthoven, hoofd communicatie van het Aartsbisdom heeft momenteel geen tijd om actiever deel te nemen aan dergelijke netwerken. Ook Mevrouw Van der

Lans, hoofd communicatie van het bisdom Groningen-Leeuwarden, zegt wegens tijdgebrek zelf niet actief te zijn. Wel zijn de jongeren uit dit bisdom aanwezig op Hyves: <http://bisdomgroningenleeuwarden.hyves.nl>.

In de gesprekken worden verschillende voorbeelden gegeven van activiteiten van katholieken op sociale netwerk sites in Nederland. Zo zijn de Karmelietessen van het Goddelijk Hart van Jezus op Hyves actief (<http://carmeldcj.hyves.nl>) en is bisschop De Jong uit het bisdom Roermond aanwezig op Hyves (Van der Lans en Holl). Ook aartsbisschop Eijk is betrokken geweest bij een ludieke Twitter campagne voor roepingen (Vonhögen, Enthoven en Kuipers).

Sociale netwerk sites worden vooral gebruikt om op de hoogte te blijven van mensen die je interesseren en voor het onderhouden van vriendschappen (Vonhögen, Enthoven en Kuipers). Dit wordt ook wel het volgen van de lifestream genoemd (Vonhögen). De ene site leent zich beter voor het opzetten en onderhouden van serieuze contacten dan andere.

4.2.2 Toegevoegde waarde

De sociale netwerk sites vallen pas in vruchtbare bodem als de berichten ergens over gaan. Met andere woorden er moet een toegevoegde waarde zijn. Waar zit volgens de informanten de meeste toegevoegde waarde voor de toepassing van dergelijke sites? Dit is gescoord aan de hand van een vraag met een aantal voorgegeven antwoorden (zie vraag 3.3 van de interviewgids in bijlage 2).

De informanten zien vooral toegevoegde waarde van sociale netwerk sites in relatie tot de kerkelijke praktijk ten aanzien van:

- * Nieuwsverspreiding (Van der Lans, Holl, Enthoven en Kuipers)
- * Betrekken van katholieken in een dialoog (Vonhögen, Van der Lans, Holl en Enthoven)
- * Vergaren van ideeën en innovaties (Vonhögen, Van der Lans, Holl en Kuipers)
- * Voorkomen van isolatie en eenzaamheid (Vonhögen, Van der Lans, Holl en Enthoven) Het mag echter “het gewone contact nooit gaan vervangen” (Van der Lans en Holl).
- * Kennisoverdracht in de zin van verkondiging en catechese (Enthoven en Kuipers)
- * Oecumene (Vonhögen)
- * Bidden (Van der Lans en Holl)

Er is ook gevraagd naar de toegevoegde waarde ten aanzien van inter-parochiële samenwerking en naar de inzet bij diaconale projecten. Alle betrokkenen denken dat sociale netwerk sites hier geen of weinig toegevoegde waarde kunnen bieden.

4.2.3 Kansen

Vonhögen, Enthoven en Kuipers zien enorm veel mogelijkheden voor de inzet van sociale netwerk sites, maar zijn tegelijkertijd kritisch. Van der Lans en Holl zijn gematigd positief. Ze hebben onlangs te maken gehad met de keerzijde van het internet. Dit had niet zozeer te maken met sociale netwerk sites, maar met weblogs. Dat maakt dat gezegd kan worden dat de betrokkenen het potentieel van sociale netwerk sites hoog

inschatten voor de Kerk. Daar zijn ze redelijk unaniem in. De kansen worden als volgt benoemd.

Nieuwe sociale gemeenschapsstructuur

Unaniem is men het er over eens dat sociale netwerk sites een kans zijn voor het realiseren van een nieuwe, sociale gemeenschapsstructuur. Volgens pastor Vönhögen: “Ik denk dat deze sociale netwerken ongelooflijk belangrijk kunnen zijn, om opnieuw de sociale verbanden te repareren of te creëren.” Hij vervolgt: “En het probleem denk ik van de kerkelijke structuur op dit moment in de samenleving is dat juist het vriendschapselement heel sterk is verbrokkeld.” Van der Lans geeft aan dat: “Kerk zijn ook kan over een groter uitgestrekt gebied, vooral met behulp van sociale netwerk sites.” Enthoven denkt dat met een katholieke sociaal netwerk site: “Je dan misschien een verplaatsing ziet vanuit het parochieleven naar een virtuele netwerk site.” En gaat verder: “Aan de andere kant merk je nu dat mensen vanuit sociale netwerk sites elkaar ook daarbuiten willen treffen.” Ook denkt Enthoven dat het de saamhorigheid versterkt. Ook de Paus benoemt het belang van het gebruik van nieuwe media (Kuipers).

Middel voor contact met ‘verloren’ doelgroepen

Alle informanten benadrukken de kansen om de ‘verloren’ doelgroepen weer te betrekken bij de kerk, de groep kinderen, jongeren, alleenstaanden en gezinnen onder de 50 jaar (Vönhögen, Van der Lans, Holl, Enthoven, Kuipers). Volgens pastor Vönhögen: “De potentiële doelgroep van de kerk, de jongeren en de kinderen die zijn massaal aanwezig op de sociale netwerken en ik denk dat je als kerk, als instituut een speler moet zijn maar vooral aanwezig moet zijn met informatie en laat mensen dat maar aan elkaar doorgeven.” Van der Lans en Holl benadrukken wederom het mobiliteitsvoordeel: “Jongeren kunnen elkaar ondersteunen zelfs als er

een grote geografische spreiding is.” Volgens Enthoven kunnen de jongeren in de Katholieke Kerk via de sociale netwerk sites echt iets met elkaar doen en ze kunnen op die manier heel eenvoudig met elkaar in contact treden. Volgens pastor Kuipers moeten we ons aanpassen om het contact met de jonge mensen en gezinnen te herstellen.

Aanwezigheid

Binnen het aartsbisdom Utrecht ziet men kansen in aanwezigheid van de Kerk en de pastores op sociale netwerk sites (Vonhögen, Enthoven, Kuipers). Mensen gaan daar naartoe waar ze het beste met elkaar kunnen communiceren (Vonhögen). De recente ervaringen hebben er toe geleid dat het aanwezig zijn op sociale netwerken alleen al grote effecten heeft (Enthoven). Zo bereik je veel mensen buiten de grenzen van het bisdom en heeft het een positief effect op de geloofwaardigheid van de Kerk (Kuipers). Kuipers ziet het tevens als een missionaire taak: “Want je kunt ook in de kerk blijven zitten en in het bisdom blijven zitten, achter de boeken blijven zitten en niets van je laten horen.” De Twitter actie van bisschop Eijk heeft veel stof op doen waaien en heeft geleid tot reacties van over de hele wereld zoals talkshows in de Verenigde Staten, contacten met bisdom Limburg an der Lahn in Duitsland en nog veel meer. Een minder prettig neveneffect wordt bij de bedreigingen toegelicht. Met de aanwezigheid stelt de Kerk zich kwetsbaar op en manifesteert zich daar waar de mensen zijn. Ook werkt de aanwezigheid grensoverschrijdend. Er kunnen eenvoudig contacten worden onderhouden over diocesane en landelijke grenzen.

Andere kansen

Naast bovengenoemde kansen komen in de gesprekken nog de volgende kansen naar voren:

- * Laagdrempelig contact (Enthoven en Kuipers)
- * Sociale netwerk sites zijn een kosten efficiënt middel voor kerkopbouw (Vönhögen)
- * Pastor Vönhögen noemt nog ‘crowd sourcing’: “als ik input nodig heb voor mijn programma dan kan ik via die netwerken heel veel informatie binnen korte tijd van experts bij elkaar krijgen”.

4.2.4 Bedreigingen

Naast kansen zijn er ook bedreigingen aan bod gekomen. Deze worden nu verder uitgewerkt.

De informanten hebben ook kritische kanttekeningen geplaatst bij de sociale netwerk sites. Ook hier is er wederom veel overeenstemming in de meningen van de informanten.

Dialoog

Een bedreiging zit hem in het deelnemen aan een platform waar per definitie tegenspraak, terugspraak en andere meningen verkondigd kunnen worden. Het middel werkt redelijk democratisch: “Ze kunnen terug praten, ze kunnen vragen stellen, ze kunnen kritiek uitoefenen, ze kunnen meningen toevoegen aan wat jij als feiten ziet.” (Vönhögen). Dit vereist een kwetsbare houding, maar ook een nieuwe uitdaging volgens Vönhögen ten aanzien van de hiërarchie: “Hoe kun je voorkomen dat jouw boodschap alleen maar een mening wordt tussen zoveel andere meningen. Hoe voorkom je dat er ruis op de lijn komt. Enthoven: “daar

moet je als kerk ook aan wennen, dat er ook nog binnen dezelfde kerk andere zendende instanties zijn, niet officieel natuurlijk, maar die brengen ook informatie en proberen daarmee ook invloed uit te oefenen”. Hij vervolgt: “Nu zijn er mensen die op internet echt luid en duidelijk hun mening geven.” Volgens pastor Kuipers geef je jezelf als kerk meer bloot en daarvan is het lastige dat je “je moeilijk kunt verdedigen”. Het onderhouden van de dialoog kost gewoonweg tijd en aandacht (Vonhögen).

Agressieve reacties

De sociale netwerk sites faciliteren in een dialoog tussen mensen. Het is vrij eenvoudig te reageren op uitingen van katholieken. De betrokkenen vragen zich af hoe het kan dat bij de online conversaties zo weinig rekening wordt gehouden met de gevoelens van de ander. De toon van de reacties is in veel gevallen hard, agressief en weinig genuanceerd (Van der Lans, Holl, Enthoven en Kuipers). De website Rorate met een actief forum (valt buiten de categorie sociale netwerk sites) is volgens Enthoven zelfs een periode uit de lucht gegaan omdat er “zo onkatholiek werd gescholden en met woorden geslagen werd dat er niet meer tegen op te modereren viel. “ Ook pastor Kuipers heeft dergelijke ervaringen: “Wat de kerk betreft, het is zo hatelijk en zo, zo ongenueanceerd. Er is zoveel frustratie in het lijf”. De bedreiging heeft ook betrekking op groepen mensen – buiten de Kerk - die willens en wetens de Kerk willen aanvallen op haar bestaan en standpunten. Zo heeft de populaire journalistieke website “Geen Stijl” getracht om de Twitter campagne voor roepingen van Mgr. Eijk onderuit te halen door allerlei vervelende berichten te sturen, overigens zonder succes: “Het bleef wel binnenstromen, maar het stond niet meer op de site.” (Kuipers) De organisatoren waren in staat om

schade te voorkomen doordat pastor Vönhögen kennis heeft van dergelijke mogelijkheden.

Roddels en geruchten

Sociale netwerk sites blijken een uitstekend platform voor het verspreiden van geruchten en roddels. Naar aanleiding van een persbericht over de detacheringconstructie vanuit de stichting De Zalige Zalm is er een reeks aan verdenkingen en roddels op gang gekomen die via sociale netwerk sites verspreid worden (Van der Lans en Holl). Volgens Enthoven: “Het is veel publieker dan dat vroeger ging.” Ook hier blijkt de kerkelijke hiërarchie snel een mikpunt: “Mgr. De Korte is regelmatig zelf onderwerp/leidend voorwerp geweest van dit digitale roddelcircuit.” (Van der Lans en Holl)

Verklaringen voor bovenstaande

Hoe kunnen dergelijke ongewenste situaties verklaard worden?

- * Door een anoniem gevoel van de gebruikers en het publieke karakter (Van der Lans, Holl en Enthoven).
- * Vanwege de snelheid van het plaatsen (Holl) en het ontbreken van een rem (Van der Lans en Holl). “Je hebt snel iets gezegd en snel iemand of mensen of instanties beschadigd” (Kuipers).
- * Door de problemen van schriftelijke communicatie (Kuipers). Aangezien intonatie en gezichtsuitdrukking ontbreken ontstaan snel meningsverschillen.
- * Volgens Holl: “Geloof kan ook het slechte in mensen naar boven halen; misschien zit het in religie als zodanig.”

Andere bedreigingen

Verder worden de onderstaande bedreigingen genoemd waarmee rekening gehouden moet worden:

- * Computergebruik zou mogelijk ook isolatie in de hand kunnen werken (Enthoven en Kuipers).
- * Gebruik van dergelijke sociale netwerk sites kan tijdrovend en verslavend zijn (Van der Lans, Holl en Enthoven)
- * De cyberspace is een omgeving waar wet- en regelgeving nog lang niet voor zijn uitgekristalliseerd (Enthoven en Kuipers).
- * De huidige sociale netwerken zijn websites van commerciële bedrijven. Door deel te nemen doet de Kerk volgens Vönhögen werk voor commerciële instellingen: “ je zet je ziel en zaligheid, al je kostbare content zomaar op een sociale netwerksite , gratis en voor niks.” Bovendien is het de vraag welk netwerk de toekomst heeft en waar je in moet investeren. (Vönhögen)

4.2.5 Voorwaarden

Wanneer sociale netwerk sites als een serieus middel voor kerkopbouw willen fungeren dan zullen ze moeten voldoen aan bepaalde voorwaarden. In de gesprekken met de informanten zijn verschillende voorwaarden aan de orde gekomen.

Geen vervanging persoonlijk contact

Sociale netwerk sites zullen nooit als (volledige) vervanging mogen dienen voor persoonlijk contact tussen mensen. Hier zijn alle informanten het over eens (Vönhögen, Van der Lans, Holl, Enthoven en Kuipers).

Volgens Vönhögen en Enthoven blijven Kerken als ontmoetingsplaatsen

van belang en voorzien ze in een behoefte: “En dat is ook een behoefte die natuurlijk groeit vanuit activiteiten op sociale netwerken.” Van der Lans en Holl vullen aan: “Live ontmoetingsplaatsen zullen er echter ook altijd moeten zijn.” Enthoven dacht aanvankelijk dat sociale netwerk sites zouden leiden tot het verlies aan ontmoetingen: “Dat je dan misschien een verplaatsing ziet vanuit het parochieleven naar een virtuele netwerk site.” Enthoven is echter van mening veranderd: “Aan de andere kant merk je nu dat mensen vanuit sociale netwerk sites elkaar ook daarbuiten willen treffen.”

Nieuwe bijeenkomsten

Het type bijeenkomsten dat plaatsvindt naar aanleiding van contacten op sociale netwerk sites is van een ander kaliber dan de reguliere ontmoetingen. Voorbeelden van nieuwe soorten ontmoetingen zijn speciale gebedsgroepen (Kuipers), de podcast³ gemeenschap van Vonhögen, de ontmoetingsdag van de website Rorate (Kuipers) en jongerenmanifestaties en –evenementen (Enthoven en Kuipers). Deze ontmoetingen zijn van levensbelang voor de verdieping van de communicatie en ontmoetingen binnen online gemeenschappen. Dit soort nieuwe Kerkelijke bijeenkomsten voorzien in een behoefte en maken contact mogelijk met ‘verloren’ doelgroepen.

Regulatie

Zowel Van der Lans als Holl, Enthoven en Kuipers spreken over het belang van regulatie en moderatie op sociale netwerk sites. Toezicht, controle en maatregelen zijn van groot belang om de communicatie tussen gebruikers te stroomlijnen en ongewenste situaties, zoals ruzies en

³ Podcasts zijn online audiofragmenten (radioshows) die beluistert en gedownload kunnen worden.

agressie, te voorkomen. Een belangrijke vorm hiervan is zelfregulatie door gebruikers.

Gedragsregels

Bovendien is het van belang om binnen sociale netwerk sites gedragsregels te bepalen en te handhaven. Hierbij kan volgens Van der Lans en Holl begonnen worden met basale christelijke gedragsregels zoals de tien geboden. Enthoven spreekt de vooronderstelling uit die deelnemers zouden moeten onderschrijven: “dit zijn katholieken onder elkaar die toch vanuit hetzelfde geloof, met dezelfde basiswaarden en – normen met elkaar in discussie gaan”.

Beheer en onderhoud

Het is niet genoeg om alleen aangesloten te zijn op sociale netwerk sites. Er moet actief aan worden deelgenomen. Met andere woorden, ze dienen onderhouden te worden. De tijdelijke Twitter campagne van het aartsbisdom heeft, volgens Enthoven, erg veel geweldige contacten opgeleverd met onder meer bisdommen over de gehele wereld. Echter: “En na een week of drie/vier is dat een beetje uitgegaan zou je kunnen zeggen.” Pastor Kuipers verduidelijkt het belang: “En dan denk ik dat moet onderhouden worden. Ik kan het niet, ik krijg het niet rond en mijn collega’s ook niet. Maar er zou iemand voor moeten zijn die dat doet.”

Professioneel middel

De pastores Vonhögen en Kuipers maken duidelijk dat het middel op een professionele wijze ingezet dient te worden. Daarmee wint de kerk weer aan geloofwaardigheid. Daarvoor is een professionele inrichting noodzakelijk volgens pastor Kuipers: “je moet ook investeren in de core-business en dat moet wat mogen kosten.” Duidelijk wordt dat het pas

werkt als het niet als speeltje wordt ingezet maar als een serieus middel (Kuipers, Vonhögen).

Open / Semi-open

Pastor Vonhögen voegt vanuit zijn ervaringen met speciale katholieke sociale netwerk sites zoals 4marks.com en xt3.com in de Verenigde Staten nog toe dat katholieken zich niet moeten opsluiten in een katholiek netwerk. Vonhögen: “dan krijg je uiteindelijk een stilstaand poeltje en dat is niet gezond”. Juist daar waar de mensen zijn moeten de katholieken met al hun interesses deelnemen. Liefst op een dominante, duidelijk zichtbare plek op het internet (Vonhögen).

4.3 Visie op gemeenschapsofbouw

Sociale netwerk sites hebben een relatie met gemeenschapsofbouw. Hoe zien de geloofsgemeenschappen van de toekomst er uit? Waar gaat het naar toe met de Katholieke Kerk? Uit de interviews kunnen enkele mogelijke perspectieven herleid worden.

4.3.1 Doelgroep

In relatie tot het gebruik van sociale netwerk sites heeft de Kerk een andere doelgroep op het oog dan de doelgroep die nu wordt bereikt via de territoriale parochies (Van der Lans, Holl, Enthoven en Kuipers).

Men is er nog niet zeker van dat de huidige oudere kerkgangers veel gebruik (gaan) maken van sociale netwerk sites voor kerkelijke doeleinden. Duidelijk is dat de jongere generaties er wel gebruik van maken. Het meeste potentiële nut voor het gebruik zien de informanten in relatie tot jongeren. Volgens Van der Lans zijn jongeren veel beter in staat om via internet over geloofszaken te spreken: “Het lijkt of jongere generaties minder met kerkpolitieke zaken bezig zijn en veel meer gewend zijn aan de manier van communiceren via een dergelijk medium.” Het minderheidsgevoel dat jongeren vaak hebben in parochies kan volgens Enthoven worden gecompenseerd door deelname aan communities op internet. Pastor Kuipers benadrukt dat de huidige vorm van territoriale parochies de gezinnen en kinderen niet bereikt: “de helft van onze gelovigen bereiken we niet meer via de parochie”. Kuipers denkt dat met de inzet van sociale netwerk sites de Katholieke Kerk de banden met de ‘vergeten’ of ‘onbereikbare’ doelgroepen hersteld kunnen worden.

4.3.2 Maatschappelijke ontwikkelingen

Er hebben zich grote ontwikkelingen voltrokken in de maatschappij die participatie in Kerken minder vanzelfsprekend hebben gemaakt. Als de uitspraken van de betrokkenen worden geabstraheerd dan kunnen ze geplaatst worden in respectievelijk de volgende sociologische ontwikkelingen: differentiatie (met als gevolgen schaalvergroting en individualisering), secularisatie (verbrokkeling van de zuilen) en de toegenomen mobiliteit (tijd en plaats zijn minder belangrijk geworden).

Differentiatie

Het proces van differentiatie houdt in dat er steeds meer taakscheiding plaatsvindt. Dit leidt tot een behoorlijke keuzevrijheid en schaalvergroting. Dit proces heeft ook invloed op hoe mensen naar Godsdienst kijken. De differentiatie levert een enorm keuzeprogramma op. De Kerken kunnen ook een gedifferentieerd keuzemenu leveren aan gelovigen. Ook zijn de Kerken niet meer alleen op de levensbeschouwelijke ‘markt’. Alle informanten nemen waar dat er sprake is van schaalvergroting om beter aan te kunnen sluiten bij speciale interesses bij parochianen. Zo zijn jongeren bereid om te reizen naar een jongerenmanifestatie. En willen mensen zich vooral binden aan gelijkgestemden of mentaliteitsgroepen waarbij de parochiegrens niet van belang is: “Dus niet gemeenschap omdat je toevallig bij die gemeenschap hoort, maar omdat je daar bewust voor kiest” (Kuipers). Vonhögen stelt: “ook al is de sociale structuur binnen jouw wijk verbrokkeld, je kunt nog steeds lid worden van een heel groot vriendschapsverband wereldwijd met mensen die allemaal met jou dezelfde interesse delen”.

De lokale gemeenschap bepaalt niet langer: individuen bepalen zelf waar ze wel of niet aan deelnemen en op welk moment. Er is een grote keuzevrijheid (Kuipers) en parochianen hebben behoefte aan een

gedifferentieerd aanbod: klassieke liturgie, eucharistie, andersoortige vieringen, etc. De valkuil is dat kerken alleen nog worden opgeroepen op momenten van geboorte, sterfte, huwelijken en dat ze daarmee in een servicemodel terecht komt (Vonhögen). Het voordeel van sociale netwerksites is dat mensen met al hun interesses, rollen en functies deelnemen waardoor de mens als het ware in herstelde eenheid deelneemt (Vonhögen).

Secularisatie

Al geruime tijd zijn de zuilen verbrokkeld in onze samenleving. Katholieken kijken niet exclusief naar katholieke televisieprogramma's, ze nemen niet meer standaard deel aan katholieke clubs en verenigingen. Laat staan dat katholieken hun sociale leven rondom een katholieke gemeenschap vormgeven. Volgens Vonhögen zijn sociale vriendschapsbanden essentieel voor de vitaliteit van een geloofsgemeenschap. Deze zijn niet langer voorgegeven. Sterker nog, de vriendschappen zijn veelal losgeweekt van de Kerk. "De kerk heeft eigenlijk zijn rol als sociaal bindmiddel verloren in de maatschappij (Vonhögen)." Vonhögen heeft wel een hoopvol perspectief: "ik denk dat nieuwe media eigenlijk weer nieuwe sociale structuren creëren waardoor je biedt mensen een mogelijkheid om weer binnen een kerkelijke setting of geloofssetting weer vriendschappen met elkaar aan te gaan."

Mobiliteit

Ook is er sprake van een toegenomen mobiliteit. Vanwege technologische mogelijkheden zoals vervoersmiddelen en het internet zijn we niet meer gebonden aan onze woongemeenschap voor onze sociale contacten (Vonhögen, Van der Lans en Holl en Kuipers). Afstanden zijn relatief geworden of in zijn geheel niet van belang. Volgens Van der Lans: "Kerk zijn kan ook over een groter uitgestrekt gebied, vooral met behulp van

sociale netwerk sites.“ Volgens pastor Kuipers hebben mensen er “tijd en energie voor over om naar een andere gemeenschap toe te reizen”.

4.3.3 Geloofsgemeenschap van de toekomst

Hoe ziet de geloofsgemeenschap van de toekomst er uit volgens de informanten en welke voorwaarden zijn daarvoor van belang? Op deze vraag hebben de betrokkenen ook veel overeenkomstige punten naar voren gebracht.

Nieuwe sociale structuren

De territoriale parochie geeft onvoldoende mogelijkheden voor de geloofsgemeenschap van de toekomst (Vonhögen, Enthoven, Kuipers).

De sociale structuur van de geloofsgemeenschap moet veranderen.

“Mensen houden vast en hebben goede herinneringen aan de structuur die er altijd geweest is”, aldus Enthoven. Volgens Vonhögen zijn andere sociale structuren noodzakelijk waarin vriendschappen weer centraal komen te staan. Communicatie is daarbij het middel om weer op elkaar betrokken te zijn en ervaringen te delen. Dit gebeurt niet meer genoeg in de huidige parochievorm. Volgens Van der Lans zou men elkaar veel meer nabij kunnen zijn dan nu het geval is. Er is meer behoefte aan echt contact (Van der Lans). Sociale netwerk sites kunnen volgens Vonhögen bijdragen aan de rehabilitatie van deze sociale structuren tussen mensen in een geloofsgemeenschap. Pastor Vonhögen verheldert: “Stel dat parochianen met elkaar op Facebook zouden zitten, of op Hyves voor mijn part, dan kun je ze dagelijks en zelfs van uur tot uur met elkaar in contact laten zijn in plaats van alleen maar op die ene viering op zondag als die er überhaupt al is.” Deze nieuwe sociale structuur is volgen Van

der Lans, Holl en Kuipers nodig om invulling te geven aan het missionaire karakter van de Kerk.

Ontmoetingsplaatsen

Alle informanten zijn het er over eens dat de geloofsgemeenschap niet kan zonder ontmoetingsplaatsen (Vönhögen, Van der Lans, Holl, Enthoven en Kuipers). Ook kerken zullen, als plek van ontmoeting, moeten blijven bestaan in de toekomst (Enthoven). De vereenzelviging van plek, kerkgebouw en gemeenschap in een territoriale parochie is niet langer vanzelfsprekend. Bovendien geeft pastor Kuipers de mogelijkheden aan van grotere parochieverbanden, evenementen en manifestaties als nieuwe vormen van samenkomst.

Identiteit

Enerzijds is, mede vanwege de toegenomen differentiatie en individualisering, het individu met zijn eigen mening centraler komen te staan. Daarmee is de individuele identiteit belangrijk geworden voor katholieken (Vönhögen, Enthoven en Kuipers). Anderzijds spreken de informanten over de behoefte aan een duidelijkere katholieke identiteit. Vönhögen vindt het belangrijk dat de identiteit van de Rooms Katholieke Kerk een betrouwbare is waarbij meningen van vertegenwoordigers van die Kerk de mening van de Kerk als geheel representeren. “Op het moment dat mensen niet meer zeker weten of denken dat het misschien niet overeenkomt met wat de kerk zegt, wat de bisschop zegt, dan word je op dat moment volkomen irrelevant, althans voor zoekers.” (Vönhögen). Volgens pastor Kuipers moet er ook ruimte zijn voor de onveranderlijke kernuitgangspunten zoals het uitgangspunt dat we leven van de Schrift. “Dat kun je vervolgens weer op een hele moderne manier “. Katholieken moeten weer uit de verlegenheid komen. Volgens Van der Lans moet je “de katholieke identiteit opnieuw leven in blazen, dat je daadwerkelijk

kunt laten zien dat je katholiek bent”. Als het gaat om identiteit dan gaat het volgens Vonhögen over een eigen taal. Een taal of code die zich uit in rituelen, symbolen, religieus gedrag en ook sociaal gedrag. Juist door de inzet naar anderen en voor de maatschappij kan de katholieke identiteit uitgedragen worden.

Leiding

In de gesprekken is duidelijk geworden dat de leiding een sleutelrol zou kunnen spelen in deze veranderingen. In een situatie waar pastores steeds meer op afstand van parochianen komen te staan bieden sociale netwerk sites mogelijkheden om persoonlijke betrokkenheid te kweken (Vonhögen en Kuipers). “Als die persoonlijke band wegvalt ... dan komen mensen niet meer”(Vonhögen). Juist dit persoonlijke aspect kan ook van belang zijn om gemeenschappen rond bepaalde pastores te creëren (Kuipers). Volgens Kuipers: “de concrete personen zijn ons door God wel gegeven als instrumenten.” Daaromheen kunnen volgelingen zich met elkaar verbinden.

5 CONCLUSIE EN AANBEVELINGEN

"Change will not come if we wait for some other person or some other time. We are the ones we've been waiting for. We are the change that we seek."

(Barack Obama, 2008)

5.1 Conclusie

Op basis van de theorie en praktijk bevindingen is het nu mogelijk om de vraagstelling van deze scriptie te beantwoorden. Daarvoor wordt nu eerst de vraag herhaald:

Onder welke voorwaarden kan het gebruik van sociale netwerk sites welke bijdrage leveren aan de gemeenschapsopbouw in de Rooms Katholieke Kerk in Nederland.

Eerst wordt de bijdrage omschreven in de zin van toegevoegde waarde, daarna de voorwaarden waaronder deze werkelijkheid kan worden.

5.1.1 Toegevoegde waarde

Het gebruik van sociale netwerk sites kan een krachtig middel voor gemeenschapsopbouw zijn, als de inrichting ervan voldoet aan bepaalde voorwaarden. Doordat mensen hier met elkaar in verbinding staan bloeien gemeenschappen op. Mensen kunnen elkaar op de hoogte houden van de gebeurtenissen in hun leven. Dit kan met het delen van berichten, afbeeldingen, video en nog veel meer. Ook kunnen mensen eenvoudig en open met elkaar in gesprek gaan. De drempel voor contact is bijzonder laag. Hoewel deze gesprekken misschien minderwaardig lijken ten

opzichte van offline gesprekken, leiden ze wel degelijk tot echte vriendschappen en offline ontmoetingen. Vanwege de werking van sociale netwerken kunnen mensen, die uit het zicht zijn geraakt, eenvoudig de weg naar de kerk terugvinden. Een bekende bij de kerk is al genoeg.

Ook is het mogelijk om de afstand tussen gelovigen en pastorale leiders te verkleinen. Toegankelijke leiders zijn een voorwaarde voor een hechte gemeenschap. Met de aanwezigheid op sociale netwerk sites stelt de leiding zich toegankelijk en kwetsbaar op. Bovendien doorbreekt het gebruik van sociale netwerk sites het proces van individualisering en privatisering van geloof.

Leden van sociale netwerk sites nemen in de regel deel met al hun rollen, functies en interesses. Daarmee vormen geloof en kerk niet langer een afgeschermd eenheid van het leven. De katholieke identiteit wordt meer zichtbaar. Isolatie wordt voorkomen, omdat mensen meer en meer met elkaar in contact staan en op de hoogte gesteld worden van hetgeen zich afspeelt in het leven van de ander.

Het gebruik van sociale netwerk sites alleen, kan nooit het doel zijn van gemeenschapsopbouw. Het is een ondersteunend middel dat gebruikt kan worden voor de revitalisatie van de sociale structuur van de Kerk. Dit geldt nog eens in het bijzonder voor de doelgroep van katholieke jongeren en gezinnen. Zij hebben moeite om zich met de huidige ‘grijze’ parochiekerk te identificeren.

Een betere sociale structuur houdt onder meer in dat mensen zich (weer) onderdeel voelen van de Kerk, zich geëngageerd voelen, zich missionair opstellen en onderling contacten onderhouden. Bestaande territoriale parochies voorzien niet meer in het leveren van dit sociale cement tussen parochianen. Dit komt mede doordat parochianen leven in een

samenleving waar er – in toenemende mate - sprake is van differentiatie, secularisatie, mobilisering en pluraliteit.

In deze complexe samenleving zijn sociale netwerk sites een zeer efficiënt middel met lage kosten, wat echter niet betekent dat de inzet niets kost. Er zal tijd en aandacht moeten gaan zitten in het strategisch gebruiken van dergelijke sites door pastorale professionals. Sociale netwerk sites worden nu nog te veel al ‘spielerei’ ingezet. Het kan echter een serieus middel zijn voor het vormgeven van de gemeenschap die Jezus bedoelde.

De grootste belemmering voor de toepassing van sociale netwerk sites zijn de nadelen van het ‘vogelvrije’ en ‘anonieme’ internet waar mensen onderling er niet voor terugdeinzen om elkaar vrij respectloos te woord te staan. Steeds weer blijkt dat conversaties over geloof een licht ontvlambaar karakter hebben. Het geloof is mensen zeer dierbaar en de gelovige standpunten hebben betrekking op existentiële ervaringen. Deze heilige grond wordt helaas nog te vaak respectloos betreden. Voorts hebben roddels, geruchten en stemmingmakerij op veel netwerken nog vrij baan. De vraag blijft daarom welke (combinatie van) sociale netwerk sites het meest effectief werken voor de R.K. Kerk in Nederland. Er zitten grote verschillen tussen sociale netwerk sites als Hyves, Twitter, Facebook, MySpace, Ning en LinkedIn. Ook is het mogelijk dat de ideale netwerksite (nog) niet bestaat. Hoewel sociale netwerk sites nooit het enige middel kunnen zijn voor gemeenschapsopbouw, kunnen ze op dit terrein van grote waarde zijn.

De virtuele kerkdeuren gaan open. De kerk is opnieuw missionair en aanwezig daar waar de mensen zijn. En dat is steeds vaker op sociale netwerk sites.

5.1.2 Voorwaarden

Daarvoor moet er wel aandacht worden besteed aan de volgende voorwaarden voor succes. Enerzijds zijn er kritieke succesfactoren voortgekomen uit de literatuuranalyse. Anderzijds zijn er kritieke succesfactoren voortgekomen uit de gesprekken met betrokkenen uit de R.K. Kerk.

Deze voorwaarden worden nu in tabelvorm gepresenteerd. De volgorde geeft geen rangorde aan. Alle voorwaarden zijn van belang en kunnen meer of minder invloed hebben op het resultaat.

Voorwaarden op basis van desk research (3.2)	Voorwaarden op basis van field research (4.2)	Toelichting
Persoonlijke profielen	Geen vervanging persoonlijk contact Nieuwe bijeenkomsten	De persoonlijke online identiteit op het web is van belang voor persoonlijk en sociaal contact maar is geen vervanging voor offline contact. Aanwezigheid op sociale netwerk sites leidt tot nieuwe ontmoetingen, deze moeten worden gefaciliteerd.
Regulatie	Regulatie	Er moet toezicht zijn in de online wereld omdat mensen elkaar schade toe kunnen brengen met schriftelijke berichten. Dit toezicht kunnen gebruikers deels zelf uitvoeren.
Connectoren (viraal)	Leiding	Pastorale leiders kunnen de connectoren ⁴ vormen tussen gemeenschappen om de katholieke Identiteit en gemeenschapszin te waarborgen door sturing en onderricht te geven. Daarnaast zijn er ook andere connectoren in een katholiek netwerk.
Delen (interesses en content) (latente power)	Beheer en onderhoud	Het delen van ervaringen, kennis en materiaal (content), alsmede het inrichten van profielen en communicatie is van belang. Dat vereist tijd en aandacht van de

⁴ Voor uitleg van *connectoren* zie de “Tipping Point” theorie in paragraaf 3.2

Voorwaarden op basis van desk research (3.2)	Voorwaarden op basis van field research (4.2)	Toelichting
		pastorale betrokkenen en de R.K. Kerk om een en ander te beheren en te onderhouden.
Trust versus privacy	Gedragsregels	Aangezien mensen veel met elkaar delen in een relatief open ruimte is het nodig om in deze vertrouwde ruimte elkaars privacy te waarborgen en gedragsregels te accepteren.
Open / Semi-open (inzicht in relaties)	Open / Semi-open	Vanwege de toegenomen differentiatie moet het netwerk geen grote barrières opwerpen voor nieuwe toetreders en is het nodig om te zien wat iemand buiten de kerk nog meer interesseert en bezig houdt.
Openheid (Tweerichtingsverkeer)	Dialogoog	Onder bedreigingen is genoemd dat een kwetsbare houding nodig is omdat deze sites terugspraak faciliteren. Daar moet je als Kerk wel voor open willen staan.
-	Professioneel middel	De Kerk kan aan geloofwaardigheid winnen op voorwaarde dat de aanwezigheid op sociale netwerk sites serieus wordt genomen en dat er wordt geïnvesteerd in de vormgeving en pastorale aanwezigheid.

Sociale netwerk sites worden steeds belangrijker in het leven van Nederlanders. De aanwezigheid en zichtbaarheid van de Rooms Katholieke Kerk op dergelijke sites kan van grote waarde zijn mits de toepassing voldoet aan de bovengestelde voorwaarden voor succes. Sociale netwerk sites zijn al lang geen speeltje meer en kunnen van serieuze waarde zijn voor het volk Gods onderweg. De huidige structuur van de Nederlandse R.K. Kerk is aan verandering toe. Het gebruik van sociale netwerk sites is mogelijk een onderdeel van de benodigde transitie.

5.2 Aanbevelingen

Tot slot volgen nog enkele aanbevelingen. Deze hebben betrekking op mogelijkheden voor nader onderzoek en op beleidsadvies aan de Nederlandse R.K. Kerk. Het onderzoek dat gedaan is moet gezien worden als een eerste oriënterende verkenning waarbij nieuwe gerichte vragen zijn opgekomen.

5.2.1 Aanbevelingen voor nader onderzoek **Kwantitatief toetsend onderzoek**

De onderzoeksresultaten kunnen niet zonder meer worden vertaald op landelijke schaal. Het is wenselijk om de uitkomsten uit het kwalitatieve onderzoek te toetsen op een grotere schaal aan de hand van een kwantitatief onderzoek met enquêtes onder alle Nederlandse bisdommen en een representatief aantal parochies. Daarvoor zal eerst een toetsingskader ontwikkeld moeten worden.

Onderzoek naar participatie

Of de sociale netwerk sites ook daadwerkelijk het effect hebben dat katholieken meer gaan participeren in de Kerk is een hypothese die nog gestaafd zal moeten worden. Het ligt voor de hand om hiervoor een vergelijkend experiment op te zetten waarbij twee geloofsgemeenschappen naast elkaar gezet worden. Bij de een worden sociale netwerk sites bewust ingezet, bij de andere gemeenschap niet. Dit kan leiden tot duidelijk meetbare resultaten.

Praktijkgerichte experimenten

Er is nog relatief weinig bekend over de effecten van het gebruik van sociale netwerk sites in katholieke context. Dit komt mede door het

nieuwe karakter. Het is belangrijk om meer praktijkgerichte experimenten op te zetten om de effectiviteit van bepaalde sociale netwerk sites voor de R.K. Kerk in Nederland te onderzoeken. Dit gaat om het uitproberen van sociale netwerk sites door de kerk. Telkens zullen de effecten van zogenaamde 'proof of concepts' geëvalueerd moeten worden.

Verschillen tussen sociale netwerk sites

Er bestaan grote verschillen tussen sociale netwerk sites. Het Nederlandse Hyves heeft bijvoorbeeld niet het meest serieuze imago. LinkedIn richt zich bijvoorbeeld veel meer op een zakelijke doelgroep. Het is van belang om nauwkeurig in kaart te brengen wat de verschillen zijn tussen dergelijke toepassingen en welke typen het meest geschikt zijn voor kerkelijke gemeenschapsopbouw.

5.2.2 Beleidsaanbevelingen

Benodigd beleid

In Nederland zijn vele katholieken al actief op sociale netwerk sites. Vooral de jongere doelgroepen zijn massaal aanwezig. Een meer beleidsmatige inzet van sociale netwerk sites door de Nederlandse Katholieke Kerk is aan te raden. Hierbij kunnen de voorwaarden uit dit onderzoek uitgangspunt zijn. De Kerk zou daarin stelling kunnen kiezen ten aanzien van sociale netwerk sites en de impact op de aard van de pastorale werkzaamheden kunnen uitwerken. Ook dient er nagedacht te worden over de wijze waarop pastorale betrokkenen een rol spelen in het gebruik van sociale netwerk sites. Deze stappen kunnen uitmonden in bijvoorbeeld beleidsvisies en/of strategiedocumenten van de bisdommen.

Aanwezigheid

Voorlopig blijft de gedachte gehandhaafd dat met de aanwezigheid van (vertegenwoordigers van) de Rooms Katholieke Kerk op sociale netwerken de Kerk direct kan winnen aan geloofwaardigheid. Het ligt voor de hand om pastores meer op de hoogte te stellen van mogelijkheden en ze te stimuleren in de 'presence' of aanwezigheid op sociale netwerk sites. Het is daarbij aan te raden om een basis handleiding of opleidingsplan te maken om de do's and don'ts duidelijk te maken.

NAWOORD

Met het gebruik van een sociale netwerk site neem je deel aan een nieuwe, aanvullende werkelijkheid. Het opbouwen van een persoonlijk profiel is een scheppende activiteit. Vanuit het niets bouw je een profiel op dat uiting geeft aan wie je bent. Dat beeld wat je online van jezelf opstelt is een maakbare constructie. Een representatie van jezelf.

De een denkt er meer over na dan de ander. Zo zie je de één alleen gewassen en geschoren met de zondaagse kleren. De ander is zich niet zo bewust van het publieke karakter en valt vriend en vijand lastig met niet al te charmante foto's van een vrijgezellenfeestje. Afwezigheid op deze profielensites leidt steeds vaker tot een ander probleem. "Waarom doe je niet mee? Heb je iets te verbergen?".

Eigenlijk gaat het bij sociale netwerk sites uiteindelijk om identiteit. Invulling geven aan wie je werkelijk bent. Sociale netwerk sites zijn niet goed of slecht. Sociale netwerk sites hebben geen moraal. Het is wat jij er zelf mee doet. Je kunt zo de hele wereld bereiken met jouw boodschap. Daarom eindig ik met de vraag:

"Met welk middel zou Jezus Zijn boodschap verkondigen in onze tijd?"

BRONNEN

Interviews:

Enthoven, Roland, Interview, Afdeling Communicatie, Aartsbisdom Utrecht, 21-10-2009.

Vonhögen, pastor Roderick, Interview, Parochieverband Katholiek Amersfoort, 21-10-2009.

Van der Lans, Laetitia en Marcel Holl, Interview, Bisdom Groningen-Leeuwarden, Deventer, 21-10-2009.

Kuipers, pasto Patrick, Interview, Ariënskonvikt Utrecht/ Roepingenraad/ Aartsbisdom Utrecht, 27-10-2009.

Literatuur:

Aartsbisdom Utrecht, Aartsbisschop Eijk start internationale Twittercampagne om priesterroepingen, Website Ariënskonvikt, Persbericht, 17-6-2009.
http://www.arienskonvikt.nl/nws_show.php?id=627

Alexander, P. en D. (Red.) et al, *Handboek bij de bijbel*, Uitgeverij Kok, Kampen, 2002.

Antheunis, M.L., *Online Communication, Interpersonal Attraction, and Friendship Formation*, PhD Research, The Amsterdam School of Communications Research ASCoR, Faculteit der Maatschappij- en Gedragwetenschappen, Universiteit van Amsterdam, 2009.

Baart, A. en B. Höfte (Red.), *Betrokken Hemel, betrokken aarde, Naar een praktische theologie van lokale kerkopbouw*, Studies over kerkopbouwkunde 5, Uitgeverij Gooi en Sticht, Baarn, 1994.

Baranowski, A., *Creating Small Church Communities. A Plan for Restructuring the Parish and Renewing Catholic Life*, Cincinnati, Ohio, St. Anthony Messenger Press, 1996.

Beijer, W., Pastoor Jabeek twittert over geloof, *Dagblad de Limburger*, 2009 (3 september).

Boyd, D.M en N.B. Ellison, Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11, 2007.
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

Brin, S., Guest lecture Sergey Brin, Oct. 5, 2005 – 40 min. UC Berkeley, 2005.

Carpenter, M., *An Executive's Primer on the Strategy of Social Networks*, University of Madison-Wisconsin's School of Business, Business Expert Press, 2009.
<http://www.businessexpertpress.com/books/executives-primer-strategy-social-networks>

Dekker, G. en H.C. Stoffels, *Godsdienst en samenleving, Een introductie in de godsdienstsociologie*, Uitgeverij Kok, Kampen, 2001.

DWDD, De Wereld Draait Door, Fragment Roderick Vonhögen over Katholieke Kerk en nieuwe media, VARA, 3-11-2009. Uitzending gemist,
<http://player.omroep.nl/?afID=10278473>

Effing, R. en M. Holsheimer, Online communities, *Management Tools*, Kluwer 2007[6].

- Golbeck, J. en J. Hendler, Inferring Trust Relationships in Web-based Social Networks, *ACM Transactions on Internet Technology (TOIT)*, University of Maryland, Vol. 6, Issue 4, 2006 (11).
- Granovetter, M., The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 1973 (78, May), p. 1360-1380.
- Grenz, S.J., D. Guretzki en C.F. Nordling, *Theologische begrippen, Zakwoordenboek, Uitleg van meer dan 300 begrippen*, Teologia, Importantia Publishing, 2004.
- Gross, R. and Acquisti, A., Information revelation and privacy in online social networks, (The Facebook case). Pre-proceedings version. ACM Workshop on privacy in the electronic society (WPES), 2005.
- Henau, E., Kerk in de kering, christelijke gemeenschapsopbouw in een mobiele samenleving, *Afscheidsrede Faculteit der Godgeleerdheid*, Katholieke Universiteit Nijmegen, 2002 (6-12).
- Jansen, M. *Wie zijn wij dan?* Centraal Boekhuis, 2008.
- Jansen, W. en G.L.H. Wittenboer. *Sociale netwerken en hun invloed*. Boom, 1992.
- Jong, E. de, Small Christian Communities, Lezing hulpbisshop Roermond op pastoral congres, StuCom, *StuCom* 0223, 2008 (2-3). <http://www.stucom.nl/document/0223.pdf>
- Katholiek Nieuwsblad, Vaticaanse boodschap via iPhone en Facebook, *Dagelijk nieuws, Katholiek nieuwsblad*, dinsdag 19 mei 2009. <http://kort.katholiekniewsblad.nl/?id=6317>
- Kim, Amy Jo. *Community Building on the Web : Secret Strategies for Successful Online Communities*, 1e ed. Peachpit Press, 2000.
- Kol, E. *Hypes*. Kosmos Z&K, 2008.
- Korte, G.J.N. de, Heilzame wacht bij tong en toetsenbord, *Column Over het Bisdom*, website Bisdom Groningen-Leeuwarden, <http://www.bisdomgroningenleeuwarden.nl/?O=259&Page=1> datum sitebezoek 10-2009.
- Johnson, S., How Twitter Will Change the Way We Live, *Time Magazine*, 2009 (5 juni). <http://www.time.com/time/printout/0,8816,1902604,00.html>
- Lee, T.B., Weaving the Web: The Original Design and Ultimate Destiny of the World Wide Web by Its Inventor 1999 - <http://www.w3.org/People/Berners-Lee/Weaving/> datum sitebezoek 8-2009.
- Mahan, D.J., What Leads To Engagement, The Church Engaged, 2009, <http://all-about-church-engagement.com/short-course/what-leads-to-engagement> datum sitebezoek 11-2009.
- Milgram, S., The Small-World Problem, *Psychology Today*, 1967 (Vol.1, No.1, May).
- Nielsen, *Global Faces and Networked Places*, A Nielsen report on Social Networking's New Global Footprint, The Nielsen Company, 2009.
- Obama, B., Remarks of Senator Barack Obama: Super Tuesday, Chicago, 2008 (5-2). http://www.barackobama.com/2008/02/05/remarks_of_senator_barack_obama_46.php
- Schillebeeckx, E., *Mensen als verhaal van God*, Uitgeverij Nelissen, Baarn, 3e druk, 1993.
- Shirky, C. *Iedereen*. Centraal Boekhuis, 2008.
- Surowiecki, J., *The Wisdom of Crowds*, Anchor Books, New York, 2005.

Tebartz-van Elst, *Gemeinden werden sich verändern, Mobilität als pastorale Herausforderung*, Würzburg, Echter, 2001.

Vliet, C.T.M. van, *Kerk met twee ogen, een katholieke ecclesiologie*, Uitgeverij Kok, Kampen, 2002.

Williams, E., Keynote presentation TED februari 2009, mede oprichter Twitter, Videofragment, 2009 (feb).

Whatis.com, Six degrees of separation, Computing Fundamentals, Definition from WhatIs.com, http://whatis.techtarget.com/definition/0,,sid9_gci932596,00.html datum sitebezoek 07-09-2009.

Ytsma, B., Kerk in de Netwerksamenleving (1) – opkomst, Weblog Zoekendgeloven.nl, 2008 (8-8) <http://boelepytsma.blogspot.com/2008/08/kerk-in-de-netwerksamenleving-1.html>

BIJLAGEN

Bijlage 1: Bijbelfragmenten met betrekking tot gemeenschap en kerkopbouw

www.socialpower.nl/scriptie/bijlage1

Bijlage 2: Interviewguide

www.socialpower.nl/scriptie/bijlage2

Bijlage 3: Gespreksverslagen

www.socialpower.nl/scriptie/bijlage3

Bijlage 4: Mindmap

www.socialpower.nl/scriptie/bijlage4