

Dørum opprørt av namneskifte

KYRKJEVAL: – Eg er forundra over at nokon forandrar reglane og skiftar namn undervegs i valet.

ANDERS MYKLEBUST
anders.myklebust@vl.no

Det seier Odd Einar Dørum som står på tredje plass på Åpen folkekirkes liste i Oslo bispedømme. Han må puste djupt for å halde seg roleg.

– Sidan eg snakkar med Vårt Land, skal eg seie det forsiktig og med innestemme: Det forundrar meg, nesten forskrekkar meg, at ein undervegs i valet skiftar reglar og forandrar namn, seier han.

Ikkje nøgd. Saka den tidlegare Venstre-leiaren viser til, er at listekandidatane i Borg og Hamar bispedømme vil forandre listenamnet frå å berre vere «lista frå bispedømmets nominasjonskomité» til å heite Mangfoldig folkekirke.

– Sjå for deg at Arbeidarpartiet undervegs i et val hadde skifta namn, seier Dørum.

72-åringen seier han er djupt engasjert i valet i Den norske kyrkja. Blant anna var han som stortingsrepresentant med på det politiske kyrkjeforliket i 2008. Då var kyrkjeval og meir kyrkjedemokrati viktige punkt.

– **Livet også grått.** – Kan du forstå at dei som står på lista meiner «Mangfoldig folkekirke» fungerer betre enn det meir administrative ordet «nominasjonskomiteens liste»?

– Eg forstår behovet for å presentere det du står for, men du kan ikkje skifte namn. Kanskje «nominasjonskomiteens liste» høyrer grått ut. Men slik er livet; det er i alle fargar, blant anna grått.

– **Hadde det vore greitt dersom dette namnet hadde kome før valet var i gang?**

– Ja. At det skulle vere kyrkjeval i 2015 burde vere kjent for kandidatane på lista. Men når alt er i gang held det ikkje å seie at namnet ikkje er godt eller morosamt nok.

– **Frykter du Åpen folkekirke taper fleire stemmer når motlista blir kalla Mangfoldig folkekirke?**

– Eg tenker ikkje slik. I val tenker eg ikkje på kven som vinn stemmer av kven, men at spillereglane må bli følgt.

Vær varsom-plakat

Debattforum, blogger og sosiale medier er sentrale kommunikasjonsplattformer,

både privat og i det offentlige. Vi ber våre ansatte om å følge disse retningslinjene:

- **Taushetsplikt.** Legg aldri ut informasjon om andre mennesker, saksforhold eller andre taushetsbelagte temaer på Internett. Jfr. Offentlighetsloven, Tjenestemannsloven, Forvaltningsloven. Brudd på taushetsplikten kan være oppsigelsesgrunnlag.
- **Rollebevissthet og profesjonell informasjonsformidling.** Vær bevisst på rollen du har som kirkelig ansatt, spesielt mtp. opprettelse av profil og grupper på sosiale medier for informasjonsformidling tilknyttet jobben. Vurder gjerne om foresatte skal ha tilgang til grupper som benyttes for kontakt med konfirmanter og andre barn og unge.
- **Vær tydelig.** Er du usikker på om noe burde publiseres, la være. Uaktsom aktivitet på Internett kan i noen tilfeller bli morgendagens avisoppslag.
- **Utvis god folkeskikk og varsomhet.** Ikke legg ut bilder av andre uten deres tillatelse.
- **Grunnlovens § 100** sikrer at alle har rett til ytringsfrihet og tilgang på offentlig informasjon.
- **Personopplysningsloven** og den europeiske menneskerettskonvensjon art. 8, at *ethvert menneske er ukrenkelig*. Vær særlig oppmerksom på personvern knyttet til barn og unge. (se Personopplysningsloven § 11).

 **DEN NORSKE KIRKE**
Oslo bispedømme

Skjermdump fra Den norske kirkes hjemmesider

Her er kirkens egen 'Vær varsom-plakat'

ADVARER: «Er du usikker på om noe burde publiseres, la være. Uaktsom aktivitet på internett kan i noen tilfeller bli morgendagens avisoppslag», advarer Oslo bispedømme.

JAN ARILD HOLBEK
jan.arild.holbek@vl.no

BJARTE ØSTEBØ, KPK

Den norske kirke i Oslo har laget Vær varsom-plakat og veiledning for bruk av sosiale medier for sine ansatte.

– Mange er ikke klar over at de faktisk ytrer seg offentlig når de legger ut noe på internett. Derfor er det viktig at man ikke dersier noe som man ikke kan stå for, sier lederen i Oslo bispedømmeråd, Harald Hegstad, til Vårt Land.

– **Risikabelt.** Asbjørn Andås, som står bak Facebook-siden «Kirken og sosiale medier» og som arbeider med en masteravhandling om temaet, mener at bruk av sosiale medier i menigheter er tilfeldig. Og han mener mangelen på felles strategi er risikabel, særlig hvis hele ansvaret overlates til enkeltpersoner, uten instruksjoner. Andås viser til at flere kjente personer og store firmaer har dummet seg ut på offentlige medier.



Harald Hegstad,
leder i Oslo
bispedømmeråd.

Sverter og ødelegger. – Hva skjer hvis det postes noe som menigheten ikke kan stå for, eller hvis profilen ikke samsvarer med hvordan en ønsker å opptre offentlig? Det finnes eksempler på hendelser som både har ødelagt og svertet viktige merkevarer. Trolig er det bare et spørsmål om tid før vi opplever tilsvarende også i menigheter og kirkesamfunn, advarer Andås.

Han minner om at «tre millioner nordmenn lever store deler av sine liv pålogget på Facebook».

Da Oslo bispedømmeråd nylig vedtok en egen Vær varsom-plakat, var det for å unngå «uheldige episoder på en arena kirken anser som viktig for sine ansatte».

Munnkurv? – *Gir dere ansatte munnkurv?*

– Nei. Dette skal ikke oppfattes

som munnkurv. Enkelte organisasjoner har laget regelverk som understreker lojalitet så sterkt at det legges strenge begrensninger på ansattes rett til å ytre seg. For oss er det viktig å understreke at

Det finnes eksempler på hendelser som både har ødelagt og svertet viktige merkevarer.

Asbjørn Andås

ansatte, også prester, har rett til å si hva de mener, og gjerne også være kritiske til ledelsen, svarer bispedømmerådsleder Hegstad.

Glidende overgang. – I noen tilfeller kan rollen som privatperson og rollen som kirkeansatt gli over i hverandre når man legger ut en oppdatering eller kommentar på nettet. Vi ønsker å forebygge slike situasjoner, sier han.

Harald Hegstad var blant bidragsyterne på et seminar om menighetenes tilstedeværelse på nettet, på fagdagen som Norges Kristne Råd og Kirkelig Res-

surssenter mot vold og seksuelle overgrep nylig arrangerte.

– **Må være bevisst.** Margunn Serigstad Dahle, førstelektor ved NLA Mediehøgskolen Gimlekollen, sier det er stor forståelse blant ansatte i menigheter og organisasjoner for at sosiale medier er viktig, men at mange mangler en bevisst strategi på området.

– Det kreves bevisst tenkning. Det er fort gjort å trykke på sendeknappen, og ofte vanskelig å vurdere konsekvensene. Det som publiseres på sosiale medier er varig, og man risikerer å møte seg selv i døren, sier Serigstad Dahle til KPK.

Det bekreftes av Asbjørn Andås. Våren 2013 gjennomførte han en spørreundersøkelse der menighetsledere i 1.400 menigheter i Den norske kirke, Misjonsforbundet og Frikirken ble spurt.

Rundt halvparten av menighetene opplyste at de er på Facebook eller annet sosialt medium. Men bare fire prosent av de spurte hadde nedtegnet sine begrunnelser og målsettinger med å være til stede i sosiale medier.