



## 2.7. DANSKE TROSSAMFUND PÅ INTERNETTET

Af Peter Fischer-Nielsen, ph.d.-studerende, cand.mag. i Religionssociologi

Trossamfund, der søger godkendelse hos Justitsministeriet, skal i ansøgningsskemaet blandt andet besvare spørgsmålet: "Har ansøgeren en hjemmeside?" Af oversigten over de mere end 100 anerkendte og godkendte trossamfund fremgår det, at mange, men langt fra alle, kan svare ja til det spørgsmål. Oversigten er dog ikke fuldstændig opdateret, og en Google-søgning på nogle af de trossamfund, der ikke optræder på listen med en hjemmesideadresse, viser, at flere faktisk er at finde på internettet.[1]

Selvom især islamiske og islam-inspirerede menigheder skiller sig ud ved at have en meget lav grad af officiel repræsentation på internettet, synes udviklingen alligevel at gå i retning af, at alle, der har en kontoradresse og et telefonnummer, også vil få en hjemmeside og en e-mail-adresse. Hvordan en hjemmeside udnyttes varierer dog meget. Denne artikel omhandler tre formål, som de officielle trossamfunds hjemmesider i dag tjener i forskellig grad: de informerer, inviterer og involverer. Hvor information og invitation handler om at præsentere og gøre hjemmesidens besøgende interesserede i at tage del i *offline* forsamlinger, aktiviteter og begivenheder, handler den involverende brug om at give hjemmesidens besøgende mulighed for at tage del i aktiviteter *online*. De første to formål ligner det, som den canadiske religionssociolog Christopher Helland har betegnet *religion online*, en ovenfra og ned religiøs kommunikation, hvor et trossamfund overfører sine budskaber til internettet uden at ændre indholdet og formen væsentligt. Man kommunikerer, som man ville gøre det i et kirkeblad eller fra prædikestolen. Sidstnævnte formål, involvering, ligner Hellands anden betegnelse *online religion*, hvor religion i højere grad opstår nedenfra som resultat af interaktion mellem brugere på internettet (Helland 2000).

Med en anden terminologi kan man også beskrive det som en forskel mellem web 1.0, der beskriver envejskommunikation fra afsender til bruger, og web 2.0, der i højere grad handler om en brugerinddragende kommunikation. Denne skelnen tilføjer også en historisk dimension til problemstillingen, idet web 2.0 kan ses som en nyere udvikling inden for brugen af internettet.[2] I artiklen vises, at alle tre formål, information, invitation og involvering, er at genfinde på trossamfundenes hjemmesider, men at det især er de første to, der er fremtrædende.

### Information

Hovedformålet på de fleste af trossamfundenes hjemmesider er at informere på forskellige niveauer. Særligt kan man skelne mellem en praktisk information, hvor det handler om navne, adresser og træffetider, og en mere ideologisk information, hvor trossamfundets lære, værdier og principper præsenteres for internettets brugere i en autoritativ form, som medlemmerne kan konsultere, og som ikke-medlemmer kan lade sig oplyse af.[3] Problemet for mange af trossamfundene er, at udenforstående sjældent vil hente deres information direkte via hjemmesiden, men langt oftere via en Google-søgning. Her præsenteres man ikke bare for trossamfundets egen fortolkning, men også for mediernes, kritikernes, religionsforskernes og de frafaldnes udlægninger af trossamfundet. En søgning på Jehovas Vidner giver eksempelvis 88.800 resultater, hvoraf de ti første blandt andet rummer fortolkninger af bevægelsen fra så forskellige kilder som Wikipedia, Støttegruppen for tidligere Jehovas Vidner, Videnscenter for Transkulturel Psykiatri, Landsforeningen af Bøsser og Lesbiske og Kristeligt Dagblad.[4]

At være online med en informativ hjemmeside er altså langt fra det samme som at kontrollere den information, der tilflyder brugerne af internettet. Vilklårene på internettet fremprovokerer en kamp om magt mellem de forskellige interessenter i en religion, hvor økonomiske ressourcer og teknisk snilde gør en



## DET TEOLOGISKE FAKULTET

### AARHUS UNIVERSITET

afgørende forskel, og øger samtidig individets eget ansvar for at sortere i informationerne og vælge sine egne autoriteter.

### Invitation

Der er en glidende overgang mellem hjemmesidernes informerende og inviterende aspekter. Mange informationer er ikke bare neutrale, men har som et integreret formål at gøre hjemmesidebrugere interesserede i de aktiviteter, der udgår fra trossamfundet. Et oplagt eksempel er gudstjenestelister og arrangementsoversigter, der findes på stort set alle af de religiøse hjemmesider. Da mange af trossamfundene har flere menigheder eller afdelinger, er vejvisning til den nærmeste også et typisk menupunkt og en information, der kan hjælpe både den indviede, der er væk fra hjemmet, og den nysgerrige, der gerne vil prøve trossamfundet af.[5]

Artikler og billedserier fra overståede begivenheder henvender sig også til begge målgrupper. De, der tog del i lejren, konferencen, gudstjenesten eller hvad der nu er tale om, får en mulighed for at mindes begivenheden, og de, der ikke var med, får måske lyst til at være med næste gang. Spørgsmålet er, hvor stor succes trossamfundene har med at invitere via internettet, når det gælder personer, der ikke allerede er medlemmer. En nyere undersøgelse af danskernes religiøse internetvaner viser, at cirka 65 % aldrig besøger en religiøs hjemmeside, og at det er personer, der i forvejen regelmæssigt går i kirke, moské eller synagoge, der også er langt de flittigste brugere af kristne, muslimske og jødiske hjemmesider (Hjarvard 2008: 203). En svensk undersøgelse af teenagers brug af internettet til religiøse formål tegner samme billede. Det er de unge, der er aktive i en religiøs organisation, der også især gør brug af de religiøse tilbud på internettet (Lövheim 2008: 211).

Undersøgelserne viser, at en hjemmeside ikke nødvendigvis er nok til at skabe kontakt med nye målgrupper. Som trossamfund kan man i princippet komme ind i alle danskeres hjem via en hjemmeside, men i valget mellem millioner af hjemmesider skal man fortsat have en meget god grund, før man vælger at klikke sig ind på en bestemt organisations hjemmeside, eller man skal ledes dertil fra søgemaskiner eller andre hjemmesider.

### Involvering

En religiøs hjemmeside kan tjene et tredje hovedformål, nemlig at involvere og aktivere den besøgende, mens han endnu er på hjemmesiden, og dermed gøre ham til mere end blot en passiv læser eller potentiel kirkegænger. Man skal på trossamfundenes hjemmesider lede lidt efter disse interaktive muligheder, der ikke har samme selvfølgelig tilstedeværelse som de informerende og inviterende elementer.

En del eksempler kan der dog findes: Den Katolske Kirke giver mulighed for, at man kan stille spørgsmål til tre eksperter.[6] Den Evangelisk-Lutherske Frikirke har en resourceside, hvor man kan downloade prædikener, andagter, bibellæseplan m.m.[7] På Frelsens Hærs hjemmeside kan man donere penge til kirkens sociale arbejde eller shoppe Frelsens Hær-produkter.[8] Hos mormonerne kan man studere Mormons bog online eller få den tilsendt med posten.[9] Syvende Dags Adventist-Kirken har på deres hjemmeside et menupunkt, der hedder "Dig og Gud," hvor man kan bestille en daglig andagtsmail, skrive i en bønnebog, tale med en web-præst eller fortælle om sin tro.[10] Kristent Center i Jyderup tilbyder forbøn via sms.[11] På Københavns Bibeltræningscenters hjemmeside kan man bede til frelse.[12] Det Mosaiske Troessamfunds har en kosher-service, hvor man kan downloade en kosher-liste og stille spørgsmål via e-mail.[13] På Dansk Sathyia Sai Babas hjemmeside kan man købe bøger,[14] og Brahma Kumaris Åndelige Verdensuniversitet stiller et sjælshoroskop til rådighed.[15] Hare Krishna har måske den mest interaktive hjemmeside af dem alle.[16] Den præsenteres som et "online fællesskab for medlemmer og venner af Hare Krishna i Danmark." I stil med



## DET TEOLOGISKE FAKULTET

### AARHUS UNIVERSITET

tjenester som My Space og Facebook har man her mulighed for at oprette sig egen billedprofil, blogge, chatte og danne netværk med andre profiler.

En bevægelse hos de religiøse hjemmesider mod mere involverende, brugerinddragende tilbud er udtryk for en tilpasning til internettets kultur og et forsøg på at tilfredsstille internetbrugernes forventninger til en hjemmeside. Prisen vil uundgåeligt være tab af kontrol. Hvor brugere inddrages i produktionen af en hjemmesides indhold, sløres den officielle linje, eller den gøres til genstand for debat. Det er formodentlig én væsentlig grund til, at der stadig er en vis tilbageholdenhed på mange af trossamfundenes officielle hjemmesider i forhold til at inddrage brugerne, mens mere af den uofficielle interaktion inden for trossamfundene i stigende grad finder sted på ikke-religiøse netværkstjenester som fx Facebook. En anden grund til fravær af interaktive tjenester kan være, at disse ofte er ressourcekrævende. Et vist mål af tekniske færdigheder er påkrævet og er ikke nødvendigvis til stede i en lille forening. Desuden tager det tid at overvåge og vedligeholde tjenesterne og varetage kontakten til brugerne. Konservatisme eller frygt for at internettet skaber en pseudo-virkelighed kan være en tredje forklaring, og endelig kan det også helt enkelt skyldes en realistisk vurdering af, at brugergrundlaget er for smalt til at tænke interaktivt.

Hvis Christopher Hellands skarpe skel mellem *religion online* og *online religion* skal lægges ned over de danske trossamfunds brug af internettet, vil pendulet svinge mod den første kategori. De officielle religiøse hjemmesider er i høj grad ovenfra og ned kommunikation af trossamfundenes budskaber, selvom mere brugerinddragende muligheder så småt er ved at vinde indpas i takt med, at trossamfundene prøver at tilpasse sig en web 2.0-virkelighed. *Online religion* skal man primært lede efter uden for de officielle hjemmesider, i Facebook-grupper, diskussionsfora og på private hjemmesider, der ikke kontrolleres af trossamfundet. Her kan kritik og nyfortolkning af religionerne finde sted, som på sigt kan komme til at udgøre en trussel for de mere officielle udlægninger af religionen.

## Referencer

Helland, Christopher (2000): "Online-religion/Religion-online and Virtual Communities", i Hadden, Jeffrey K. & Cowan, Douglas E. (red.), *Religion on the Internet: Research Prospects and Promises*. Amsterdam: Elsevier Science, s. 205-223

Hjarvard, Stig (2008): *En verden af medier: Medialisering af politik, sprog, religion og leg*. Frederiksberg: Samfundslitteratur

Lövheim, Mia (2008): "Rethinking Cyberreligion? Teens, Religion and the Internet in Sweden", i *Nordicom Review* 29-2, s. 205-217

## Web-referencer[17]

### Officielle hjemmesider for trossamfund:

Baptistkirken i Danmark, [www.baptistkirken.dk](http://www.baptistkirken.dk)

Brahma Kumaris Åndelige Verdensuniversitet, [www.brahmakumaris.dk](http://www.brahmakumaris.dk)

Dansk Sathyia Sai Baba, [www.saiibaba.dk](http://www.saiibaba.dk)

Den Evangelisk-Lutherske Frikirke, [www.vivit.dk](http://www.vivit.dk)



## DET TEOLOGISKE FAKULTET

### AARHUS UNIVERSITET

Den Katolske Kirke i Danmark, [www.katolsk.dk](http://www.katolsk.dk)

Det Mosaiske Troessamfund, [www.mosaiske.dk](http://www.mosaiske.dk)

Frelsens Hær, [www.frelsenshaer.dk](http://www.frelsenshaer.dk)

Hare Krishna/ISCKON, [www.harekrishna.dk](http://www.harekrishna.dk)

Jesu Kristi Kirke af Sidste Dages Hellige, [www.mormon.dk](http://www.mormon.dk)

Kristent Center i Jyderup, [www.kc-jyderup.net](http://www.kc-jyderup.net)

Københavns Bibeltræningscenter, [www.kbc.dk](http://www.kbc.dk)

Metodistkirken i Danmark, [www.metodistkirken.dk](http://www.metodistkirken.dk)

Syvende-dags Adventistkirken, [www.adventist.dk](http://www.adventist.dk)

"Godkendte trossamfund." Udenrigsministeriet, Familiestyrelsen:

[www.familiestyrelsen.dk/11/godkendte-trossamfund](http://www.familiestyrelsen.dk/11/godkendte-trossamfund)

"Web 2.0." Wikipedia (engelsk version):

[http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0)

[1] Ansøgningsskema og liste over anerkendte og godkendte trossamfund findes på Familiestyrelsens hjemmeside: [www.familiestyrelsen.dk/11/godkendte-trossamfund](http://www.familiestyrelsen.dk/11/godkendte-trossamfund). Alle web-adresser i denne artikel er besøgt 4. februar 2009.

[2] En beskrivelse af web 2.0 kan læses i online-encyklopædien Wikipedia, der selv er et godt eksempel på fænomenet: [http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0)

[3] Som eksempel kan nævnes Baptistkirkens menupunkter "Hvem er vi?" – se <http://baptistkirken.opanki.pil.dk/?id=30> og "Hvad gør vi?" – se <http://baptistkirken.opanki.pil.dk/?id=29>

[4] Søgning på "Jehovas Vidner" i Google med afkrydsning i feltet "på nettet"

[5] Metodistkirken har eksempelvis et Danmarkskort, hvor man har mulighed for at klikke sig frem til den nærmeste kirke: [www.metodistkirken.dk/index.php?option=com\\_content&task=view&id=63&Itemid](http://www.metodistkirken.dk/index.php?option=com_content&task=view&id=63&Itemid). Mormonerne benytter på deres hjemmeside Google Maps til at give brugerne mulighed for at finde kirker i hele verden: <http://maps.lds.org>. Hare Krishna henvender sig direkte til ikke-medlemmer med menu-punktet "Tempel-besøg," der både indeholder kort, rutebeskrivelse og et dagsprogram: <http://iskcondk.ning.com/page/page/show?id=2305273%3APage%3A213>.

[6] [www.katolsk.dk/2294](http://www.katolsk.dk/2294)

[7] [www.vivit.dk/ordet/index.html](http://www.vivit.dk/ordet/index.html)



## DET TEOLOGISKE FAKULTET

AARHUS UNIVERSITET

[8] [www.frelsenshaer.dk/Default.aspx?ID=6](http://www.frelsenshaer.dk/Default.aspx?ID=6)

[9] <http://scriptures.lds.org/da/contents>

[10] [www.adventist.dk/Default.aspx?ID=82](http://www.adventist.dk/Default.aspx?ID=82)

[11] [www.kc-jyderup.net/sms.html](http://www.kc-jyderup.net/sms.html)

[12] [www.kbc.dk/index.php?id=151.0.0.1.0.0](http://www.kbc.dk/index.php?id=151.0.0.1.0.0)

[13] [www.mosaiske.com/joomla/index.php?option=com\\_content&view=article&id=76&Itemid=55](http://www.mosaiske.com/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=76&Itemid=55)

[14] [www.saibaba.dk](http://www.saibaba.dk)

[15] [www.brahmakumaris.dk/sjelmaindk.htm](http://www.brahmakumaris.dk/sjelmaindk.htm)

[16] [www.harekrishna.dk](http://www.harekrishna.dk)

[17] Alle hjemmesider er besøgt 4. februar 2009.