

Social Media als Medium zur diakonischen Identitätsgestaltung*

Verena Schader

Grundfrage dieser Arbeit ist es, wie die Nutzung von Social Media zur Entwicklung und Stärkung diakonischer Identität beitragen kann.

In dieser Arbeit wird Diakonie verstanden als eine Dimension von Kirche und zeigt sich in unterschiedlichen Erscheinungsformen von meist ehrenamtlich getragenen Graswurzel-Initiativen aus Kirchengemeinden heraus bis zu diakonischen Großeinrichtungen und Werken mit professionellen Kräften.

Diakonische Identität entsteht im „Bereich des Zwischen“ zwischen Diakonie und ihrer Umwelt (nach Martin Bubers Dialogischem Prinzip¹) als Kommunikation zwischen innerer Absicht und äußerer Wahrnehmung. Der Prozess der diakonischen Identitätsentwicklung kann als diakonische Bildung im Sinn einer wechselseitigen Kommunikation zwischen Diakonie und Umwelt gesehen werden. Er kann niemals abgeschlossen sein, sondern ist als fortwährender Prozess zu verstehen. Mittels diakonischer Bildung entwickeln und stärken diakonische Mitarbeitende aller Professionen und Anstellungsarten ihre diakonische Kompetenz.

Inhalte diakonischer Bildung sind nach Horstmann diakonische Elementaria.² Diese Elementaria (Grunderfahrungen, Wirkrichtungen, Gestaltungsmuster) können ebenfalls als Kommunikation verstanden werden. Diakonische Grunderfahrungen (z.B. Gebrauchtwerden, existenzielle Gleichheit und Nachtgesichtigkeit) werden Adressaten zugänglich gemacht bzw. ermöglicht und mit diesen reflektiert. Sie sollten auch von diakonischen Mitarbeitenden erlebt und reflektiert worden sein, dies geschieht idealerweise im Prozess der diakonischen Identitätsentwicklung. Die Art und Weise, wie die Kommunikation gestaltet ist, drückt sich in diakonischen Gestaltungsmustern (z.B. individuelle und strukturelle Hilfe, Aktion und Kontemplation, Mitleidenschaft und Ermächtigung) aus. Die diakonischen Wirkrichtungen (Versöhnung, Befreiung, Heilung und Befähigung zur Teilhabe) zielen auf die Auflösung der Abgrenzungen des „Bereichs des Zwischen“, ohne diese je vollständig realisieren zu können. Mit den diakonischen Elementaria kann die innere Substanz diakonischer Identität beschrieben werden.

Social Media schaffen neue Möglichkeiten der Online-Kommunikation. Die grundlegende Weiterentwicklung gegenüber dem Web 1.0 ist die Möglichkeit der wechselseitigen Bezugnahme, welche ebenfalls im „Bereich des Zwischen“ stattfindet. Zwischen der diakonischen Profildiskussion und der Web 1.0-Marketing-Einbahnstraßen-Kommunikation

* Abschlussarbeit im berufsbegleitenden Masterstudiengang „Führung in Diakonie und Kirche“.

¹ Siehe Martin Buber, *Das dialogische Prinzip*, 1997.

² Siehe Horstmann, *Das Diakonische entdecken – didaktische Zugänge zur Diakonie*, Heidelberg 2011, 245 ff.

sind Parallelitäten festzustellen, ebenso wie zwischen der diakonischen Identitätsentwicklung und dem Web 2.0- Pluralog.

Unterschiedliche Gruppen nutzen Social Media unterschiedlich intensiv und kompetent. Diese Nutzergruppen sind innerhalb der Diakonie genauso vertreten wie außerhalb, evtl. bestehen leicht unterschiedliche prozentuale Verteilungen. Die Nutzer lassen sich grob in Digital Natives, Digital Immigrants und Digital Outsiders teilen.³ Diakonie muss in Social Media aktiv sein, wenn sie weiterhin wahrgenommen werden, den sozioökonomischen Anschluss nicht verlieren und weiterhin gesellschaftsgestaltende Kraft sein will.

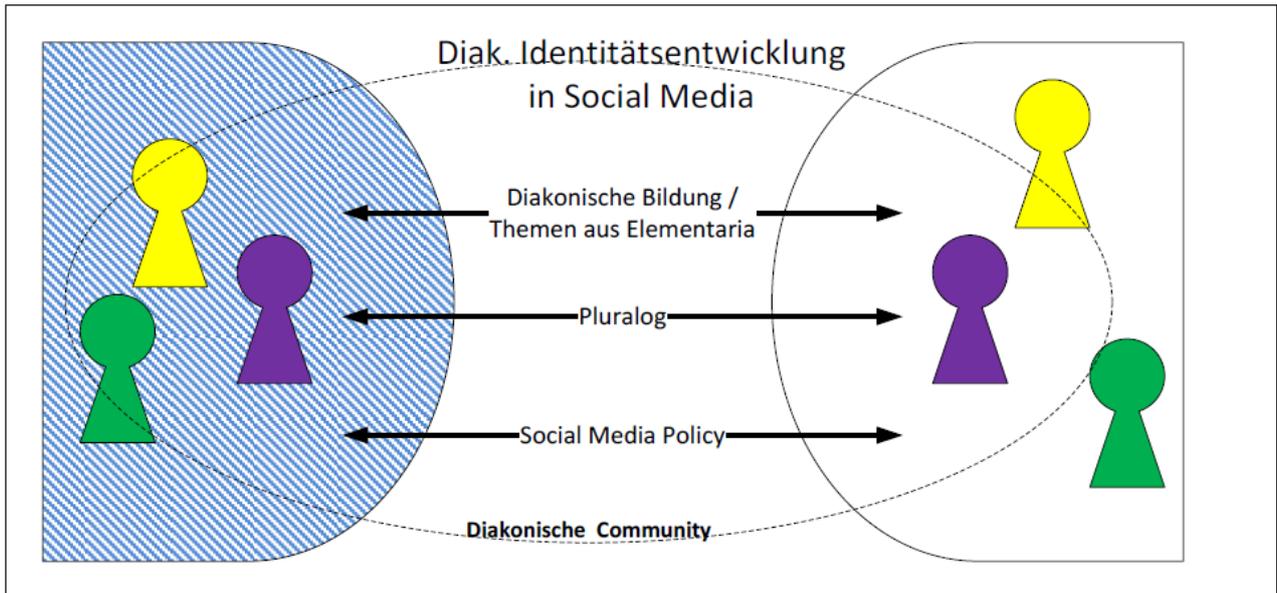
Social Media sind eine Möglichkeit der Kommunikation von und mit Diakonie. Diakonische Social Media- Aktivität kann sowohl intern (z.B. als Bildungsangebot und fachliche Vernetzung) als auch extern (z.B. als Möglichkeit zur Rückmeldung äußerer Wahrnehmung und gesellschaftlicher Themensetzung) erfolgen. Wie diese konkret gestaltet sein könnte, kann nur beispielhaft dargestellt werden, da dies in bestimmten Situationen von einzelnen Menschen geleistet werden muss und wird. Grundlegende Orientierung kann dabei die Formulierung einer diakonischen Social Media-Policy (intern als Social Media Guidelines, extern als Netiquette) anhand der diakonischen Elementaria (Grunderfahrungen, Gestaltungsmuster, Wirkrichtungen) bieten. Grundsätzlich ist die Kommunikation mittels Social Media durch Digital Natives innerhalb der Diakonie am erfolgversprechendsten. So wie die Diakonie allgemein können auch diakonische Digital Immigrants als Brückenbauer angesehen werden, sowohl intern (z.B. zwischen Digital Natives und Digital Outsiders) als auch extern (z.B. zu Digital Natives der Umwelt).

Insgesamt sind Social Media Kommunikationen als Möglichkeit zu Erhöhung von Anknüpfungspunkten zu sehen. Die Entwicklung einer vielverzweigten, pluriformen, vielfältigen diakonischen Community ist wünschenswert. Je häufiger einem in den unterschiedlichsten Zusammenhängen Diakonie begegnet, je feinmaschiger also das „diakonische Kommunikationsnetz“ insgesamt gewebt ist, desto größer ist die Chance, diakonische Identität zu entwickeln und diese kongruent zu (er-) leben. Unabdingbar relevant ist hierfür die Akzeptanz aller anderen Teilnehmenden als gleichberechtigte Partner im Pluralog auf Augenhöhe.

Bleiben die aktuellen Entwicklungen der (Online-) Kommunikation von der Diakonie ungenutzt, ist dies für die Diakonie als zukunftsgefährdend und gesamtgesellschaftlich als Schwächung anzusehen. Diakonie ist eine grundlegende gesellschaftliche und gesellschaftsgestaltende Kraft und kann dies mittels des adäquaten, also pluralogischen Einsatzes von Social Media auch zukünftig sein und ihre Identität authentisch und glaubwürdig entwickeln.

³ Siehe DIVSI: DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet, 2012, online abrufbar unter www.divsi.de/publikationen/studien/divsi-milieu-studie/.

Abschließend stelle ich die diakonische Identitätsentwicklung in Social Media grafisch wie folgt dar:



Die blaue Fläche steht hierbei für die Diakonie und die weiße für deren Umwelt. Die die unterschiedlichen Kommunikationen abbildenden Pfeile überspannen den „Bereich des Zwischen“. Die diakonische Community wird, wie deutlich gemacht, in unterschiedlichen Anteilen von den verschiedenen Nutzergruppen sowohl in der Diakonie als auch in deren Umwelt gebildet.