

# Medienethik in der Diakonie und Diakoniewissenschaft am Beispiel von Social Media und die Relevanz einer Genderperspektive

*Gotlind Ulshöfer*

## 1. Die Bedeutung medienethischer Fragestellungen für die Diakonie und die Diakoniewissenschaft und die Relevanz einer Genderperspektive

Diakonische Einrichtungen und ihre Dachverbände stehen mitten im Prozess der Digitalisierung. Dabei geht es unter anderem um die Einführung von digitaler Verwaltung, Assistenzsystemen und digitalen Medien, d. h. wie auch bei anderen Non-Profit-Organisationen steht eine „umfassende Anpassung in Strategie, Organisation, Prozessen, Kompetenzen, Arbeitsmethoden und Kultur“ (Dufft et al. 2017, 5) an. Dass diese Veränderungen grundlegend sind und Einfluss nehmen – sowohl auf individueller Ebene, was das Selbstverständnis und die Beziehung von Pflegenden, Sozialarbeiter\*innen und -pädagog\*innen, Klient\*innen, Patient\*innen, Manager\*innen und die Mitarbeitenden aus der Verwaltung angeht, als auch auf institutioneller Ebene, was die Strukturen und Aufgaben diakonischer Einrichtungen anbelangt, sowie auf gesellschaftspolitischer Ebene bezüglich der Rolle von Diakonie in der Gesellschaft –, lässt sich schon jetzt erahnen bzw. teilweise auch aufzeigen.

Eine medienethische Perspektive für die Diakonie ist in diesem Zusammenhang von Bedeutung und soll sich in diesem Artikel insbesondere auf Soziale Medien beziehen, weil diese, wie Facebook, Twitter und Youtube etc., verstanden als „webbasierte Kommunikationsmittel“ (Seibert 2014, 9 und Schmidt 2013, 11–14), und deren durch Kommunikations- und Informationstechnologien anfallende Daten Teil und Ausdruck des digitalen Wandels (Bendel 2018) sind und dabei in der Diakonie genutzt werden bzw. diakonisches Handeln prägend beeinflussen. Auch eröffnen Social Media einer breiteren Öffentlichkeit die Möglichkeit, sowohl zu Informationen zu gelangen als auch aktiv Öffentlichkeit mitzugestalten bzw. zum Informations- und Meinungsaustausch beizutragen. Diakonie steht immer schon im öffentlichen Interesse und wird von der Öffentlichkeit beurteilt. Mit „hate speech“ hat diese Kommunika-

tionsweisen jedoch eine neue negative Ausprägung erhalten. So sind auch Diakonie und ihre Vertreter\*innen als Betroffene von Hassreden bzw. „hate speech“ in den Sozialen Medien genötigt, sich mit dem Einsatz und den negativen Auswirkungen derselben auseinanderzusetzen (Schulz / Bartz / Kaltschnee 2017, 16–17). Daher bedarf es einer Analyse, wie insbesondere Soziale Medien in der Diakonie zum Einsatz kommen können und sollen, und welche Werte und Normen durch die Nutzung von Sozialen Medien implizit in die Soziale Arbeit und in die Arbeit diakonischer Einrichtungen transportiert werden.

Dass diese Analysen genderorientiert sein sollen, wird hier als Desiderat postuliert.<sup>1</sup> Dies geschieht vor dem Hintergrund, dass sich diakonisches Handeln oft auf individuelle Situationen bezieht, in denen die Konstituierung des Selbst infrage steht, und damit die geschlechtlichen Dimensionen der in der diakonischen Situation beteiligten Personen von Relevanz sind. Gleichzeitig ist Diakonie als Institution ein Abbild gesellschaftlicher Wirklichkeiten beispielsweise hinsichtlich der geschlechtlichen Rollenverteilung in ihren Berufsgruppen, wo sich weiterhin zeigt: „Je größer eine Einrichtung / ein Dienst, desto seltener sind Frauen in Führung zu finden“ (Hipp 2013, 22), obgleich etwa 75 % der Mitarbeitenden der Diakonie weiblich sind (Kahl-Passot 2008, 67). Im Blick auf die Sozialen Medien zeigt sich bei Reaktionen auf Statements von Diakonie- und Kirchenvertreter\*innen bzw. Berichten über die Diakonie, dass hier erstens Gender-Themen scharf kritisiert und damit Gleichberechtigungsthemen als irrelevant gebrandmarkt werden (Lukas / Radtke / Schulz 2017, 52) und zweitens, dass unter anderem gegenüber Frauen online sexistische Aussagen und „hate speech“ eingesetzt werden. So stellt Adriane Van der Wilk in ihrer Studie für das Komitee für Frauenrechte und Gender Equality des Europäischen Parlaments 2018 fest, dass 20 % der jungen Frauen in der Europäischen Union „cyber sexual harassment“ ausgesetzt waren, und 14 % der Frauen (seit ihrem 15. Lebensjahr gerechnet) haben „cyber stalking“ erlebt (Van der Wilk 2018, 8). Eine grundlegende Intention von „genderorientiert“ ist die Aufdeckung von Differenzen hinsichtlich des Verhaltens und der Handlungsmöglichkeiten von Menschen unterschiedlichen Geschlechts und die Schaffung von mehr Gerechtigkeit hinsichtlich der Geschlechterverhältnisse (Noller 2016, 172). Gender soll dabei als soziales bzw. kulturelles Geschlecht verstanden werden, bei dem es um die „unterschiedlichen Rollen und Normen, die Frauen und Männern in unserer Gesellschaft zugewiesen werden“ (Frey Steffen 2017, 141) geht. Als zugeschriebene Phänomene werden sie als konstruierte verstanden, die auch veränderbar sind, und im Sinne eines intersektionalen Verständnisses zu sehen sind, und damit „gender im Kontext mit anderen Aspekten wie Ethnizität, Klasse, sexueller und/oder religiöser Orientierung zu lesen“ (Frey Steffen 2017, 20) ist.

---

<sup>1</sup> So sind nicht nur im Bereich der Diakonie, sondern insbesondere auch für das Feld Gender-Religion-Media weitere Untersuchungen unter Gendergesichtspunkten immer noch vonnöten (Lövheim 2013, 15).

Im folgenden Beitrag soll daher ausgehend von einer Verhältnisbestimmung von Sozialen Medien und Diakonie gefragt werden, wie ein medienethischer Ansatz aussehen könnte, der gleichzeitig genderorientiert sein will. Die These des Aufsatzes ist, dass die gesellschaftlichen Veränderungen durch Digitalisierung die Diakonie betreffen und damit auch für die Diakoniewissenschaft wichtig sind. Indem Soziale Medien und Diakonie unter medienethischen Gesichtspunkten betrachtet werden, kann eine theologische Perspektive deutlich gemacht werden. Diese kann durch diakonisch bzw. diakoniewissenschaftlich vermittelte Aspekte von Freiheit, Gemeinschaft und Neuheit, wie sie in der Reich-Gottes-Vorstellung zu finden sind, in die medienethische Debatte eingebracht werden, denn theologischer Horizont soll hierbei die Vorstellung von „Diakonie im Horizont des Reiches Gottes“ (Moltmann 1984) sein. Dabei kann der „digital turn“, der für die Medienethik in diesem Band angeregt wird, sich auch auf die Diakoniewissenschaft auswirken, wodurch sich diese inhaltlich, methodologisch und didaktisch weiterentwickeln kann, damit Themen der Digitalisierung – wie zum Beispiel die Sozialen Medien – aufgenommen werden können. Der in Aussicht gestellte „digital turn“ kann als Nachfolgerin einer „ökonomisch-sozialwissenschaftlichen“ Wende in der Diakoniewissenschaft, für die beispielsweise Alfred Jäger (Jäger 2016) stand, interpretiert werden. Methodologisch wird in diesem Aufsatz Paul Tillichs Idee der Korrelation (Tillich 1947; Sturm 2017) zu Hilfe genommen, die von existenzieller Betroffenheit ausgeht, die zu Fragen führt, die wiederum theologisch beantwortet werden können – und reziprok einer theologischen Perspektive, die diese Fragen formt. „The method of correlation [...] describes things as they show themselves to the religious consciousness in the light of the human situation, the questions implied in it, and the answers given to it by the Christian message“ (Tillich 1947, 26).

## 2. Medien für, in und mit der Diakonie und die Bedeutung von Sozialen Medien

In der Diakonie werden durch die Jahrzehnte neue Kommunikationswege eingeschlagen und neue Technologien genutzt. Das bedeutet, dass sich in der Geschichte der Diakonie Hinweise auf die Umgangsmöglichkeiten mit neuen Technologien finden, die durchaus auch interessant für die Gegenwart sein können, obgleich die Veränderungen, die sich durch die Sozialen Medien und das Internet ergeben, ganz eigene Qualitäten und Dimensionen aufweisen. Empirische Untersuchungen zur Nutzung von Sozialen Medien in der Diakonie liegen nur sehr wenige vor. Im folgenden Abschnitt wird es um den Einsatz von Social Media in der Diakonie gehen, die hier unter drei Perspektiven betrachtet werden sollen. Erstens wird Bezug genommen auf Öffentlichkeitsarbeit (vgl.

zum Selbstverständnis von Public Relations in der Diakonie: Kirchmann 2016), d. h. Soziale Medien als Informationsverbreitungsmöglichkeit, aber auch der mögliche Missbrauch bzw. die Problematik der Nutzung der Daten durch Dritte wie Konzerne tritt in den Blick. Ein zweiter Aspekt führt zur Nutzung von Social Media für die Organisationen der Diakonie, hinsichtlich der Umsetzung von mehr Inklusion oder auch medienpädagogischer Aufgaben in der Diakonie. Der dritte Aspekt handelt vom Einsatz von Social Media für andere im Sinne von „advocacy“ (Anwaltschaft) und gegen Missbrauch von Medien bzw. Medienkritik. Die Einteilung zwischen Social-Media-Aktivitäten nach außen (2.1) und interner Nutzung (2.2) und der Nutzung für andere (2.3) kann natürlich gerade für vernetzte Medien nicht trennscharf sein, sondern mit der Trennung soll ein hervorstechendes Merkmal benannt werden, wie sie eingesetzt werden. Die Perspektive ist dabei von der Diakonie und ihren Einrichtungen und Mitarbeitenden ausgehend. Dass Social Media auf Interaktion angelegt sind und insofern bei den Analysen eigentlich noch in einem weit stärkeren Maße diese auch berücksichtigt werden sollte, ist hier als Forschungsdesiderat zu vermerken. Außerdem ist anzumerken, dass die Problematik des Missbrauchs von Social Media, sei es durch unerlaubte Datennutzung, Cyber-Mobbing oder „fake news“, bei allen drei Aspekten zu finden ist.

## *2.1 Der Einsatz Sozialer Medien für die Diakonie – zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Big Data*

In der Diakonieggeschichte finden sich immer wieder Beispiele, wie neue Technologien und Medien offensiv für die Diakonie eingesetzt werden. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts war es das damals neue Medium des Films. So haben die von Bodelschwingschen Anstalten in Bethel schon in den 20er und 30er Jahren des 20. Jahrhunderts für ein sozial-kirchliches Umfeld einen medial höchst spannenden und kirchlich damals durchaus umstrittenen Schritt unternommen und Dokumentar- und Spielfilme produzieren lassen. Diese wurden deutschlandweit gezeigt, um so auf die Einrichtung, ihre Arbeit und deren christliche Motivation und Ausrichtung hinzuweisen und Fundraising zu betreiben. Es ist interessant, wie sich darin die inhaltlich-diakonische Haltung Bethels widerspiegelt: „Nicht als passive Objekte zeigt der Film die Bewohner von Bethel, sondern als menschliche Subjekte mit unantastbarer Würde als Geschöpfe Gottes“ (Kok / Köster 2008, 7). So ist es nicht verwunderlich, dass Soziale Medien auch heutzutage zur Kommunikation der Anliegen der Diakonie in der Öffentlichkeit eingesetzt werden (z. B. Diakonie Hessen 2015). Dabei handelt es sich vor allen Dingen um drei Bereiche, die über Soziale Medien kommuniziert werden: Neben dem Fundraising und dem Personal-Recruiting ist es insbesondere die Öffentlichkeitsarbeit, in der mit Sozialen Medien gearbeitet wird.

Aus theologischer Perspektive lässt sich zunächst feststellen, dass diese Formen der Kommunikation es diakonischen Einrichtungen ermöglichen, ihre christliche Identität in der Öffentlichkeit zu präsentieren, wobei es sich hier nicht um eine Form von „expliziter Verkündigung“ handelt, sondern eher in einer indirekten Form christliche Perspektiven vermittelt werden, indem Bilder, Worte und Musik zum Beispiel bestimmte Auffassungen vom Menschen, von Arbeit und so weiter aufzeigen. Hierbei ermöglicht eine Genderperspektive auch die Vermittlung von einer Pluralität von Frauen- und Männerbildern. Auffällig ist jedoch, dass die partizipativen Strukturen der Sozialen Medien nicht stärker genutzt werden. Hier ist aus theologischer Perspektive zu fragen, ob und inwiefern dies mit dem theologischen Selbstverständnis diakonischer Einrichtungen zu tun hat oder ob sich hier einfach ein vorsichtiger Umgang mit Sozialen Medien zeigt.

Es soll an dieser Stelle aber auch in den Blick treten, dass mit der Nutzung von Sozialen Medien und digital vernetzten Geräten das Problem auftaucht, dass die Daten, die davon erzeugt werden, von den Konzernen wie Facebook etc., genutzt werden, und es so zu ungewollter Datenweitergabe kommen kann. Jeannette Hoffmann, Professorin für Internetpolitik an der Freien Universität Berlin, macht darauf aufmerksam, dass die Öffentlichkeiten, die durch Webplattformen wie Facebook generiert werden, auch permanente Beobachtung und Analysen mit sich bringen, die sich nicht nur dadurch ergeben, was andere Nutzer\*innen auf der Facebook-Seite sehen, sondern aus der Nutzung der Daten durch Facebook als Konzern. Diese Datennutzung kann zu einer Profilbildung durch die Daten führen. Sie schreibt dazu:

„Hat der Printkapitalismus zur Entstehung von nationalen öffentlichen Sphären beigetragen, ebnen Datenkapitalismus und digitale Kommunikationsdienste nun den Weg für einen Strukturwandel, der einige ihrer bestimmten Merkmale zur Disposition stellt. Dazu gehören die verschwimmenden Grenzen zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit, zwischen Publikation und Konversation oder Produktion und Konsum, die Programmierung und fragmentierende Spezialisierung von Öffentlichkeiten, aber auch die Akkumulation von Wissens- und Kommunikationsmacht in den Händen weniger global aufgestellter Unternehmen [...]. Menschenrechte sind Abwehrrechte, die demokratisch verfasste Staaten ihren Bürgern zum Schutz gegen die Machtasymmetrie zwischen Individuum und Staat einräumen. Mit der Digitalisierung ist zu diesem vertikalen Machtgefälle allerdings ein horizontales zwischen Bürgern und digitalen Plattformen hinzugekommen [...]. Die nächste Generation digitaler Infrastrukturen, das Internet der Dinge, das immer mehr Gegenstände unseres Alltags mit digitalen Schnittstellen ausstattet, wird nicht mehr nur anhand von Effizienzkriterien, sondern zunehmend auch an seinen Folgen für die individuelle und kollektive Selbstbestimmung bewertet.“ (Hofmann 2017, 16–17)

Angesichts dieser Entwicklungen ist es nötig, dass eine medienethische Analyse, welche die Nutzung von Social Media in der Öffentlichkeitsarbeit der Diakonie in den Blick nimmt, deutlich macht, dass der Einsatz von Social Media in einem verantwortungsbewussten Sinne geschieht, der die Eigenheiten diakoni-

scher Tätigkeit und die nötige Sensibilität diakonischen Handelns berücksichtigt.

## 2.2 *Soziale Medien in der Diakonie – Von digitaler Organisation, digitaler Inklusion und dem Umgang mit Sozialen Medien in der diakonisch-sozialpädagogischen Arbeit*

Auch hinsichtlich der Nutzung neuer Technologien in der Diakonie finden sich in der Diakoniegeschichte Beispiele, die gleichzeitig auf den Kern der theologischen Überlegungen bezüglich dieser Nutzung verweisen: Der Diakoniegündervater Gustav Werner in Reutlingen, mit dem von ihm organisierten Bruderhaus und den damit zusammenhängenden Fabriken, war zum Beispiel einer derjenigen, der intensiv die Möglichkeiten der damals neuen Maschinen und damit der Industrialisierung aufgriff. Er verband den Einsatz der neuen Technologien mit Überlegungen zum Reich Gottes und ging davon aus, dass deren Einsatz gerechtfertigt ist, wenn die Verbindung zur Reich-Gottes-Vorstellung hergestellt wird, und sie im Sinne von „Liebe, Gerechtigkeit und Haushalterschaft“ (Göggelmann 2018, 9) eingesetzt werden. Blickt man auf die gegenwärtigen Entwicklungen, so kann die Nutzung von neuen Medien als Teil des organisatorischen Handelns diakonischer Einrichtungen anhand von drei Aspekten behandelt werden: erstens beim Verwaltungshandeln, zweitens bei dem Verwirklichen von digitaler Inklusion und dritten im sozialpädagogischen Handeln.

Über die Nutzung von Sozialen Medien in den diakonischen Einrichtungen für die interne digitale Organisation liegen meines Wissens keine empirischen Untersuchungen vor. Daher soll dies hier nur kurz darauf verwiesen werden, dass sich Fragen bezüglich der Datennutzung und des Datenschutzes sowie Fragen auftun, inwiefern durch den webbasierten Organisationsablauf bestimmte Werte und Normen indirekt vermittelt werden (vgl. Grubauer in diesem Band).

Eine weitere Variante, wie Soziale Medien in der Diakonie genutzt werden können, ist im Sinne einer „digitalen Inklusion“ zu beschreiben. Diese trägt dazu bei, dass diejenigen, die das Internet nutzen können, und diejenigen, die Schwierigkeiten damit haben, zusammengebracht werden und letztere nicht nur Unterstützung erhalten, sondern in ihrer Art als Expert\*innen wahrgenommen werden. Als Beispiel sei hier genannt: das von der „In der Gemeinde leben gGmbH“ organisierte Modell-Projekt PIKSL ([www.piksl.net](http://www.piksl.net)). PIKSL steht für „Personenzentrierte Interaktion und Kommunikation für mehr Selbstbestimmung im Leben“ und will Menschen mit geistiger Behinderung Zugang zu Informationstechnologien ermöglichen. Damit wird in doppelter Weise „digi-

tale Inklusion“ gefördert: zum einen, indem Menschen mit und ohne Behinderung „Produkte und Dienstleistungen für alle Menschen entwickeln“ und Menschen mit Behinderung als „Experten im Abbau von Komplexität“ (ebd.) begriffen werden und zum anderen, indem mit dem PIKSL-Labor ein Ort der Kommunikation, des Austauschs und des Lernens über Informationstechnologien geschaffen wird.

Ein weiterer Aspekt, wie Soziale Medien diakonische Arbeit prägen, zeigt sich in Beratungssituationen und bei der Arbeit mit Jugendlichen. Die umfassende Nutzung von Smartphones gerade unter Jugendlichen weist die JIM-Studie<sup>2</sup>, die jedes Jahr die Mediennutzung von 12–19-jährigen in Deutschland untersucht, für das Jahr 2018 auf. Sie gibt an, dass 98 % der befragten Mädchen und 96 % der befragten Jungen ein Smartphone besitzen. Dies bedeutet auch, dass in dieser Altersklasse in Deutschland der „digital divide“ gar nicht mehr im Zugang zum Internet liegt, sondern hinsichtlich der Mediennutzung, das heißt, was mit dem Zugang zum Internet gemacht wird (Helbig 2014, 28). Dabei werden in der Sozialen Arbeit, wie Nicole Alfert in ihrer Dissertation „Facebook in der Sozialen Arbeit“ (Alfert 2015) deutlich macht, für diejenigen, die Soziale Medien nutzen, diese im Hinblick auf eine „vernetzte Identität“ interessant (die folgende Dreiteilung geschieht im Anschluss an Schmidt 2009): Erstens geht es um Identitätsmanagement. Das heißt, hier wird die eigene Identität dargestellt mit „Schilderungen von Erfahrungen und Erlebnissen“ (Alfert 2015, 93), Photos und Videos. Es geht auch um Beziehungsmanagement, also das Kontaktieren von Freund\*innen und der Kommunikation mit und dem Finden von neuen Menschen. Mit Informationsmanagement bezeichnet Alfert die Nutzungsweise der Sozialen Medien, also wie das Internet genutzt wird, das heißt, hier steht die Orientierung im Mittelpunkt: sei es zur Suche auf Wikipedia oder zur Informationsgewinnung oder auch nur das Klicken des Like-Buttons. Für diakonische bzw. soziale Arbeit mit Jugendlichen bedeutet dies, dass sie über Soziale Medien ansprechbar sind. Gleichzeitig erscheinen auch Medienkunde und -pädagogik als Teil von diakonischer Arbeit gerade auch bei Jugendlichen sinnvoll, um das volle Potenzial von Sozialen Medien kennen zu lernen. Dabei geht es auch darum zu lernen, wie mit Medienmissbrauch umgegangen werden kann, wenn „hate speech“ ins Netz gesetzt wird oder Shitstorms erzeugt werden bzw. man davon getroffen wird.

Für medienethische Analysen in der Diakonie ergeben sich angesichts der Digitalisierung weitere Aufgaben. Diese gehen über die Verantwortung und den Versuch, Gerechtigkeit auf der individuellen Ebene z. B. in der Beziehung zwischen den Klient\*innen und dem Sozialarbeiter\*innen-Team zu schaffen hinaus. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass der Bereich der diakonischen Arbeit besonders sensibel ist, denn hier geht es um persönliche Daten von

---

<sup>2</sup> JIM steht für „Jugend, Information, Medien“. Die Studie des Jahres 2018 ist als PDF zugänglich unter: <https://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2018/> (Zugang: 06.05.2019).

Menschen mit Herausforderungen bei ihrer Lebensbewältigung. Außerdem erhält das Selbstverständnis diakonischer Arbeit, das sich zwischen Hilfe und Kontrolle aufstellt, im digitalen Zeitalter, mit immer neuen Kontroll- und Überwachungsmöglichkeiten aufgrund digitaler Instrumente und Sozialer Medien ganz neue Dimensionen, die es unter verantwortungs- und gerechtigkeitsethischen Aspekten zu betrachten gilt. Dasselbe gilt aber auch für die Hilfs- und Unterstützungsangebote, die vielfältiger, gezielter, jenseits lokaler Beschränkungen angeboten werden können.

### *2.3 Der Einsatz Sozialer Medien mit und für andere – „advocacy“ und die Sozialanwaltschaft der Diakonie angesichts von Medienmissbrauch*

Auch wenn die Frage nach der „Sozialanwaltschaft“ der Diakonie angesichts des umstrukturierten Sozialmarktes in der Diskussion ist, so scheinen doch gerade die Sozialen Medien mit ihrer weiten gesellschaftlichen Verbreitung dazu prädestiniert, dass auch Einrichtungen und Institutionen wie die Diakonie nicht nur von ihrer Arbeit online berichten, sondern sozialpolitische Themen von Relevanz aufgreifen und entsprechend öffentlich machen. Betrachtet man den Twitter-Account von Eurodiaconia (@Eurodiaconia), die sich als „Verbund von 47 Wohlfahrtsorganisationen, die im christlichen Geist gegründet sind und soziale Gerechtigkeit fördern“ ([www.eurodiaconia.org](http://www.eurodiaconia.org)) verstehen, wird hier dezidiert auf die „advocacy“, das sozialanwaltschaftliche Selbstverständnis, hingewiesen. Dabei ist der Twitteraccount mit 1709 Follower\*innen (Stand 13.08.2019) ein noch relativ kleiner Account. Von besonderem Interesse für unser Thema ist der Hinweis auf die erste, gemeinsam mit Diakonie Deutschland gestartete Social Media-Kampagne „Diaconia: Working for a fairer Europe“. Diese umfasste von Anfang Dezember bis Januar 2017 Kurznachrichten bzw. Tweets mit Informationen und Infographiken zu sozialen Problemen in Europa, Best-practice-Beispielen von Mitgliedern sowie Policy-Papiere von Eurodiaconia. Diakonische Präsenz zeigt sich hier im öffentlichen Raum des Internets, wobei – zumindest laut den Tweets – es auch um die Schaffung eines europäischen Bewusstseins innerhalb der Mitarbeiterschaft der Diakonie gehe. Dabei kann theologisch diese Form der „Anwaltschaft“ als Ausdruck von einer „öffentlichen Diakonie“ beschrieben werden. Deren Aufgaben benennt Heinrich Bedford-Strohm wie folgt: „Das Modell der ‚öffentlichen Diakonie‘ verbindet also das klare Zeugnis auf der Basis der eigenen Tradition mit der Ausrichtung auf die pluralistische Gesellschaft als ganze und nimmt damit eine Diakonie in den Blick, die gerade darin zum Salz der Erde werden kann, dass sie die primäre Ausrichtung an der eigenen Identitätssuche hinter sich lässt.“ (Bedford-Strohm 2016, 149). Soziale Medien können durch ein Agenda-Setting und

ein „community-building“ sowohl zur Vertretung der Anliegen von Ausgegrenzten als auch zur Bildung einer gemeinsamen europäischen Identität, die die Förderung von den Schwächsten umfasst, einen Beitrag leisten.

Aus theologischer Perspektive gilt es hier jedoch auch bewusst unter hermeneutischen Gesichtspunkten die Mechanismen und strukturellen Gegebenheiten von Social Media als Instrumentarium für Sozialanwaltschaft zu hinterfragen – und in einer ethischen Abwägung deren Möglichkeiten zu nutzen, ohne jedoch die problematischen Seiten zu vergessen. Gleichzeitig ergibt sich – und dies insbesondere für die online-Kommunikation von Nicht-Regierungsorganisationen und Diakonie –, dass diese auch durch ihre Außendarstellung und das Agenda-Setting so etwas wie eine Schärfung des ethischen Verständnisses einer Gesellschaft ermöglichen, weil öffentlich gemacht wird, dass und wie beispielsweise mit Behinderung umgegangen werden kann.

Andererseits tritt aber gerade bei „advocacy“ in den Blick, wie die Teilnahme am öffentlichen Online-Diskurs für die Diakonie dazu führen kann, dass sie „hate speech“ und den Schattenseiten der Online-Kommunikation ausgesetzt ist. Dies betrifft vor allen Dingen „Vielfaltsthemen“, wie Schulz et al. in ihren Untersuchungen deutlich machen:

„Im Laufe der letzten Jahre, beeinflusst durch politische und gesellschaftliche Entwicklungen, etwa im Zusammenhang mit dem Thema ‚Gender‘ und ‚Homosexualität‘ oder der steigenden Zahl an Geflüchteten in Europa, aber auch durch kirchliche Reformprozesse, ist die Evangelische Kirche in Deutschland (EKD) zunehmend Verunglimpfungen ausgesetzt. Dies betrifft die kirchlichen Institutionen ebenso wie Trägerinnen und Träger religiöser Ämter und Funktionen, die sich öffentlich zu Vielfaltsthemen positionieren. Dabei hat die Hassrede, insbesondere durch die Debattenkultur im Netz, eine neue Qualität erfahren: [...] Immer öfter, so die subjektive Wahrnehmung von Verantwortlichen in Kirche und Diakonie, sind die Inhalte der Beschwerden nicht mehr sachbezogen, sondern enthalten eine Degradierung von Personen und Gruppen. Nicht immer scheint die objektive Auseinandersetzung im Mittelpunkt zu stehen, sondern die Abwertung des Gegenübers, das als Person zur Zielscheibe des Hasses wird.“ (Schulz / Bartz / Kaltschnee 2017, 16–17)

Um so wichtiger erscheint es jedoch gegen „hate speech“ gerade auch als Institution anzugehen, indem z. B. Foren entsprechend moderiert werden bzw. rechtlich bedenkliches Verhalten geahndet wird.

### 3. Theologische Horizonte und Herausforderungen der Digitalisierung und Sozialen Medien im Hinblick auf die Diakonie

#### 3.1 *Die Verankerung der Diakonie in der Reich-Gottes-Vorstellung und deren Aktualität*

Die Reich-Gottes-Vorstellung, – die sowohl die Hoffnung auf das Kommen des Reiches Gottes und sein Wissen um die Präsenz durch Jesus Christus als auch die Orientierung an Gerechtigkeit und Frieden und insbesondere der Option für die Armen und Schwachen umfasst, – soll im Folgenden als die theologische Perspektive gewählt werden, die für eine genderorientierte Medienethik in der Diakonie grundlegend ist.<sup>3</sup> Die Genderperspektive fordert dabei heraus, die Spannung in positive Impulse umzusetzen, wie einerseits die Pluralität von Geschlechtersausprägungen und -Verhaltensweisen mit andererseits dem Anspruch auf Gleichheit aller Menschen, unabhängig ihres Geschlechts, zu vermitteln ist. Dabei kann die Vorstellung des Reiches Gottes, in dem Gemeinschaft ein wesentliches Charakteristikum ist, bei gleichzeitiger Orientierung an Gerechtigkeit und Frieden, ein Bild bieten, das diese Spannung, in der eine Genderorientierung steht, produktiv aufnimmt und bei der Interpretation von Wirklichkeit auch in einem kritischen Sinne berücksichtigt. Die theologische Verankerung der Diakonie in der Reich-Gottes-Vorstellung hat – wie sich auch in den historischen Verweisen gerade zeigte – eine lange Tradition. Gustav Werner, Friedrich von Bodelschwingh, Jürgen Moltmann, um nur einige Vertreter zu nennen (vgl. Hoburg 2016), verknüpfen diakonische Tätigkeit mit dem Reich Gottes, bzw. fordern ein, wie es Moltmann formuliert: „Diakonie im Horizont des Reiches Gottes“ zu verstehen. Das diakonische Handeln „im Namen des evangelischen Christentums“ (beide Zitate Albrecht 2016, 10), wie Diakonie beschrieben werden kann, ist dabei als „ganzheitliche Diakonie“ zu sehen, die auch die Sozialen Medien umfasst. Diakonisches Handeln, sei es online oder offline, „arbeitet an der Überwindung von Barrieren im Menschen, zwischen den Menschen, zwischen den Menschen und Gott. Diakonie im Horizont des Reiches ist realistischer Dienst der Versöhnung“ (Moltmann 1984, 28).

Gegenwärtige theologische Überlegungen zum Reich Gottes weisen auf die Schwierigkeiten hin, diese theologische Vorstellung nach dem „Ende der großen Utopien“ (Thomas 2013, 17), wie es Günter Thomas formuliert, wieder aufzugreifen. Im Folgenden werde ich die Reich-Gottes-Vorstellung gerade angesichts der Utopien, die mit den technischen Entwicklungen einher gehen,

<sup>3</sup> Vgl. zur Deutung von Digitalisierungszusammenhängen mit Hilfe der Reich-Gottes-Hoffnung auch bei Florian Höhne (Höhne im Erscheinen).

näher betrachten. Dabei lässt sich die Reich-Gottes-Hoffnung kontrastieren mit dem beinahe messianischen Anspruch der Unabhängigkeitserklärung des Cyberspace des frühen Internet-Aktivistin Jerry Perry Barlow von Freiheit und Gerechtigkeit. Er schreibt dort 1996:

„Regierungen der industriellen Welt, Ihr müden Giganten aus Fleisch und Stahl, ich komme aus dem Cyberspace, der neuen Heimat des Geistes. Im Namen der Zukunft bitte ich Euch, Vertreter einer vergangenen Zeit: Lasst uns in Ruhe! [...]. Der Cyberspace liegt nicht innerhalb Eurer Hoheitsgebiete. Glaubt nicht, Ihr könntet ihn gestalten, als wäre er ein öffentliches Projekt. [...] Der Cyberspace ist ein natürliches Gebilde und wächst durch unsere kollektiven Handlungen.“ (Barlow 2007, 138)

Barlow geht von einem natürlichen Wachsen des Internets aus, das zu einer gerechteren Gesellschaft führe. Er schließt die Unabhängigkeitserklärung mit den Worten: „Wir werden im Cyberspace eine Zivilisation des Geistes erschaffen. Möge sie humaner und gerechter sein als die Welt, die Eure Regierungen bislang errichtet haben“ (Barlow 2007, 140). Über zwanzig Jahre später wissen wir, dass die Verheißungen von Freiheit und Gerechtigkeit – zumindest in der von Barlow antizipierten Form – nicht in Erfüllung gegangen sind. Vergleicht man nun Barlows Hoffnungen für den Cyberspace mit der Reich-Gottes-Hoffnung, so zeigt sich, dass ein theologischer Horizont sowohl eine kritische Funktion haben als auch eine ethische Dimension umfassen (Campbell / Garner 2016) und damit einen Beitrag zur Weltdeutung leisten kann. Barlow hat in seinem Optimismus zur Gestaltung des Internets versucht, die transzendente Dimension einer Hoffnung auf eine gerechtere und friedvollere Welt durch Selbstorganisation zu beschreiben. Dies greift unter mehreren Aspekten zu kurz. Barlow blendet aus, dass auch den Entwicklungen des Internets menschengemachte Entscheidungen zugrunde liegen und damit auch die Ambivalenzen menschlichen Handelns eine Rolle spielen. Im Vergleich mit der Reich-Gottes-Hoffnung zeigt sich, dass die Dimension absoluter Gerechtigkeit und Frieden ein Bezug zu einer größeren Transzendenz bedarf und damit aus theologischer Perspektive des Impulses Gottes, um verwirklicht zu werden. Gerade die Reich-Gottes-Vorstellung macht deutlich, dass es in der Gegenwart zwar ein Aufscheinen und die Hoffnung auf das Reich Gottes geben kann, aber dieses sich erst am Ende der Tage komplett verwirklichen lässt.

Angesichts der Entwicklungen im digitalen Bereich und der Relevanz genderorientierten Denkens erscheint mir die Reich-Gottes-Vorstellung zur Deutung von Gegenwart insofern sinnvoll, weil sie erstens durch den eschatologischen Horizont einen kritischen Vorbehalt gegenüber zeitgenössischen Zusammenhängen darstellt. Zweitens bekommt die Vorstellung von der Gegenwärtigkeit des in Jesus Christus schon begonnen Reich Gottes für die derzeitigen Entwicklungen im Hinblick auf dessen Orientierung an Gerechtigkeit und Frieden Bedeutung. Drittens spiegelt sich in der Vorstellung vom Reich Gottes die Relevanz von Gemeinschaft und qualifizierter Gemeinschaftlichkeit wider,

die auch für Soziale Medien wichtig ist. Viertens scheint sich aus den Reich-Gottes-Gleichnissen des Neuen Testaments auch eine Bedeutung der materiellen Seite des Reiches Gottes zu ergeben. Materielles soll zwar nicht Ziel des Reiches Gottes sein, wie beispielsweise Matthäus 6,33 beschreibt: „Suchet aber zuerst das Reich Gottes und Gottes Gerechtigkeit“, aber die Dinge des alltäglichen Lebens, die notwendig sind zur Lebensgestaltung, gehören doch auch dazu. Immer wieder materialisiert sich das Reich Gottes in den Dingen des Lebens wie Brot und Wein. Auch der Vers in Matthäus 6,33 geht weiter mit: „und dies alles – also, Speise und Kleidung – wird euch hinzugegeben werden“. Daher ermöglicht meines Erachtens die Vorstellung des Reiches Gottes auch den Verweis auf die Bedeutung von Dingen, Materialität und materieller Ausstattung.

### *3.2 Reich-Gottes-Vorstellung als theologischer Deutungshorizont hinsichtlich der Herausforderungen von Social Media*

Wie wir in den Kapiteln des Einsatzes von Sozialen Medien in der Diakonie gesehen haben, ermöglicht dieser, dass Diakonie und diakonisches Handeln verstärkt eine Öffentlichkeit findet. Diakonisches Handeln wird damit nicht nur lokal, vor Ort, in der jeweiligen diakonischen Einrichtung umgesetzt, sondern ist auch im Cyberspace präsent und findet Eingang im Leben außerhalb der Diakonie, sei es online oder offline. Damit bereichert Diakonie über die Sozialen Medien die Öffentlichkeit und macht so auch öffentlich, was eine Orientierung an einer Reich-Gottes-Vorstellung im Idealfall heißen kann. Dies soll exemplarisch an drei Aspekten aufgezeigt werden. Die Orientierung am Reich Gottes inspiriert erstens zu einem Verständnis von Gemeinschaft, in dem Freiheit und die Unterstützung von Einzelnen wesentlich sind. Diakonisches Handeln in und mit Sozialen Medien könnte auch dazu führen, dass die partizipativen Strukturen von Social Media stärker genutzt werden. Wie schon erwähnt, kann dies zu Missbrauch und „hate speech“ führen, aber es kann auch im Sinne von einer Verstärkung der Unterstützung von denjenigen, die am Rande der Gesellschaft stehen, einen Beitrag leisten.

Nimmt man zweitens den Gedanken auf, dass das Reich Gottes sich nicht nur in einer geistigen Haltung des Respekts und damit auch einer Haltung von Gerechtigkeit zeigen kann, sondern auch darauf verweist, dass eine gerechte Verteilung von materiellen Gütern für ein gutes Leben von Relevanz ist, so tritt die Bedeutung von Materiellem in den Blick. Gleichzeitig eröffnet die Reich-Gottes-Perspektive auch die Grenzen der Bedeutung von Materiellem. Für ein gutes Leben genügt nicht allein eine grundlegende materieller Ausstattung. Außerdem ist zu bedenken, dass sich im Materiellen selbst wiederum Werte

und Normen manifestieren können. Das heisst also, Materielles ist durchaus auch wichtig, aber es bedarf auch des kritischen Vorbehalts gegenüber materiellen Gütern. Daher ist meines Erachtens für ein an einer Reich-Gottes-Vorstellung orientiertes diakonisches Handeln in Sozialen Medien wichtig zu überlegen, welche Werte und Normen durch die Materialität des Computers, aber auch seine Ontologie, die sich in Software und Hardware ausdrückt, transportiert werden. Der Medienwissenschaftler Lev Manovich spricht beispielsweise von der „Ontology of the computer“ (Manovich 2001, 209). Er weist daraufhin, dass die technischen Voraussetzungen, die sich in der Hardware und Software des Computers manifestieren, das Internet gleichzeitig organisieren und einschränken, weil sich in den Technologien und der Software auch ein bestimmtes Wertesystem bzw. Präferenzen für eine Werteordnung wiederfinden. Dieser Aspekt ist besonders unter Genders Gesichtspunkten zu betrachten. Die Medienwissenschaftlerin Helen Thornham macht in ihren Studien deutlich, dass im Bereich der Datensammlung und -verarbeitung, den sie „datological“ nennt, Gender eine Rolle spielt, wobei diese Rolle oft zwar implizit zu nennen ist, aber dann wiederum prägend ist für die damit verbundenen Analysen der Wirklichkeit und dem policy-making. Sie geht davon aus, dass die von Algorithmen bestimmten Identitäten, die sich durch die Nutzung von Plattformen beispielsweise ergeben bzw. errechnet werden, Einfluss nehmen auf die Entscheidungsstrukturen bzw. auch auf die Selbstwahrnehmung. Außerdem hat dies auch Einfluss auf die Vorstellungen und Strukturen von Sozialität. Dabei sieht sie die Gefahr, dass durch die Generalisierungen, die algorithmische Identitäten mit sich bringen, die Vielfalt von Gender nicht berücksichtigt wird bzw. Abweichungen von der Norm aus dem Blick geraten (Thornham 2019, 130), was sich wiederum negativ auf Sozialpolitik auswirken kann. Daher ist es gerade unter Genders Gesichtspunkten für eine medienethische Analyse in der Diakonie relevant, den Einsatz von Social Media auf deren implizite Normierungen zu hinterfragen.

Für eine Diakonie im Horizont des Reiches Gottes ergibt sich drittens ein normativ reflektierter Umgang mit Social Media. Beispielsweise kann Gemeinschaft im Horizont des Reiches Gottes als Gemeinschaft von Ungleichem verstanden werden, die in der Kommunikation offen und unterstützend ist, weil sie um die Bedeutung von Gerechtigkeit und Frieden weiß. Das bedeutet dann, dass die Hilfesuchenden über Social Media mit diakonischen Einrichtungen kommunizieren können und es auch zu einem Empowerment von Hilfesuchenden kommen kann, damit so „die betroffenen Menschen befähigt werden sollen, Selbstwirksamkeitserfahrungen zu machen und Schritte zur gelingenden Bewältigung alltäglicher Lebensbelastungen zu unternehmen“ (Eurich 2018, 252). Aus dieser Perspektive gilt es jedoch auch Phänomene, die mit Social Media einhergehen und sich einem „Individualismus des Singulären“ (Kucklick 2016, 50) zuordnen lassen, der die Differenz zwischen den Menschen in den Vordergrund rückt, kritisch zu untersuchen. Mit Hilfe einer rational zu be-

gründenden, aber von einer Reich-Gottes-Vorstellung geprägten Ethik, in der Gerechtigkeit und Frieden zentral sind, gilt es diese Entwicklungen und die von der Diakonie zu verantwortenden Aktivitäten entsprechend zu gestalten, wobei hier der Maßstab zentral ist, sich an den Auswirkungen gegenüber den Schwächsten der Gesellschaft zu orientieren, also im Blick zu behalten, „was den Geringsten meiner Brüder und Schwestern getan wird“ (Mt 25,46), d. h. dass auch beim Einsatz von Social Media, Menschen als die Nächsten im Zentrum stehen sollten.

### 3.3 *Zur praktischen Anwendung von theologischen Einsichten – Social Media Guidelines für die Diakonie*

Auch die Diakonie hat Orientierungshilfen für den Umgang mit Sozialen Medien herausgegeben (z. B. Diakonie Hessen 2015). Blick man auf den Blog bzw. die Diskussionsplattform „Social Media Guidelines für die Diakonie“ ([www.diakonie-weblog.de/social-media-guidelines/](http://www.diakonie-weblog.de/social-media-guidelines/)), der im Folgenden in den Blick treten soll, ist ethisch die Ausrichtung der Guidelines an einem grundlegenden Verständnis von Verantwortung von Interesse, das die einzelnen ehrenamtlichen oder hauptamtlichen Mitarbeitenden für ihr Verhalten im Netz haben sollten. So weist schon der erste Punkt der dortigen Aufzählung darauf hin: „Sie übernehmen Verantwortung, wenn Sie sich öffentlich äußern“ (ebd.). Die weiteren Punkte geben Verhaltensregeln an zur Besonnenheit und Wahrhaftigkeit, zur Einhaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen, zur Vertraulichkeit, zum konstruktiven Umgang mit Kritik, zur Verbreitung der Inhalte der Diakonie, zur Sicherheit, zu den Umgangsformen, zum Humor im Netz und zur Rückfrage bei Unklarheiten in der diakonischen Einrichtung. Hierbei ist der Blickwinkel nach außen gerichtet, d. h. diakonisches Handeln wird von vornherein in Relation zur Öffentlichkeit gesetzt, dies zeigt sich auch im ersten Satz: „Diakonie ist Christsein in der Öffentlichkeit“ (ebd.).

Dabei können Soziale Medien als paradigmatisch für das digitale Zeitalter verstanden werden, weil sie es sind, mit deren Hilfe Öffentlichkeit sich verändert hat. Wie wir gesehen haben, ist dies weder rein negativ noch rein positiv zu beurteilen. Angesichts des doppelten bzw. dreifachen Mandats Sozialer Arbeit, das auch auf diakonische Arbeit bezogen werden kann, also der Relation zu den Vorgaben des Sozialstaats, den Ansprüchen der Nutzer\*innen von diakonischer Arbeit und gegebenenfalls des Professionsverständnisses sind Vertreter\*innen diakonischer Arbeit dazu aufgefordert die Entwicklungen im Bereich Sozialer Medien mitzuverfolgen und Verantwortung zu üben, indem sie, wenn Gerechtigkeitsstandards, Menschenrechte oder auch die Ausübung einer professionellen Sozialarbeit gefährdet werden, einschreiten und Kritik üben und Alternativen aufzeigen und in diesem Sinne auch ihr Wissen und ihre Ex-

pertise für die Gestaltung der Gesellschaft einsetzen – auch gegen „hate speech“.

## 4. Medienethik als Aufgabe der Diakoniewissenschaft – ist Diakoniewissenschaft auf dem Weg zum „digital turn“?

### 4.1 *Medienethik als Aufgabe der Diakoniewissenschaft*

Nicht nur Diakonie als praktisches Hilfehandeln, das christlich motiviert und institutionalisiert ist, ist durch die digitalen Veränderungen in der Diakonie und Gesellschaft herausgefordert, sondern auch die Diakoniewissenschaft. „Wie das diakonische Handeln geschieht auch seine Reflexion im Horizont der Hoffnung auf das Reich Gottes als Reich der Gerechtigkeit und des Friedens, in der die Schwachen und die Armen in vollem Umfang am Leben als guter Gabe Gottes teilhaben können“ (Körtner 2017, 55). Wie diese Herausforderungen aussehen und was dies für die Diakoniewissenschaft heißt, soll zum Abschluss aufgezeigt werden. Sollte die Digitalisierung von Diakonie und Gesellschaft zum „digital turn“ in der Diakoniewissenschaft führen? Wenn dieser als Digitalisierung und als Fokussierung der Diakoniewissenschaft allein auf die Digitalisierung verstanden wird, würde ein „digital turn“ jedoch zur Verengung der Vielzahl an diakoniewissenschaftlichen Themen und Methoden führen. Daher sollen hier unter dem Stichwort des „Weiter-denkens“ Entwicklungen der Diakoniewissenschaft angesichts der Digitalisierung und der Nutzung von Social Media aufgezeigt werden und in diesem Sinne ein „digital turn“ entwickelt werden, der gleichzeitig in den Blick nimmt, dass sich sowohl Erkenntnisobjekte sowie Mittel und Methoden zur Erkenntnis und die damit zusammenhängenden Medien ändern.

### 4.2 *Soziale Medien als inhaltliche, didaktische und methodologische Herausforderung für Diakoniewissenschaft*

Für die Diakoniewissenschaft ergibt sich eine Fortentwicklung auf verschiedenen Ebenen: *Erstens inhaltlich*: Hier bedarf es für das Untersuchungsfeld Diakonie eines Perspektivenpluralismus angesichts der vielfältigen Dimensionen des Digitalen und der damit verbundenen Technologien. Wie in den vorherigen Kapiteln aufgezeigt, finden sich beispielsweise nur wenige empirische Untersuchungen hinsichtlich Sozialer Medien und Diakonie. Dabei könnte man bei-

spielsweise ausgehend vom Neuen St. Galler Managementmodell (Rüegg-Stürm 2003) überlegen, die Perspektiven der Unternehmensführung bzw. Diakonieleitung und diejenigen unterschiedlicher Akteur\*innen im Sinne einer Pluriperspektivität zu bündeln – und so einen intersektionalen Ansatz zu entwickeln, welcher der Vernetzungsstruktur Sozialer Medien entspricht. Des Weiteren können, über den Einsatz von Social Media hinaus und ausgehend von einem kritischen Verständnis beim Einsatz neuer Computer- und Roboter-technologien, technologische „assessments“ in den Blick genommen werden, um sich über die Bedeutung des Einsatzes klar zu werden und diesen theoretisch zu reflektieren, inwieweit er für diakonische Belange sinnvoll ist bzw. wo diese zu verändern sind (vgl. z. B. den Ansatz bei Manzeschke 2015).

*Zweitens stellt sich auf einer didaktischen Ebene die Vernetzung als Gewinn dar hinsichtlich der Vermittlungsmöglichkeiten im Blick auf den Einsatz von E-learning usw. Drittens ergeben sich hinsichtlich der Methoden und Methodologien neue Perspektiven.* Beispielsweise bietet es sich durch erweiterte Zugänge zu Daten an, neue Fragestellungen auch in den Diakoniewissenschaften zu entwickeln. So kann es gerade unter Gemeinschaftsgesichtspunkten für Untersuchungen zur Gemeinwesendiakonie interessant sein, öffentliche Daten von Städten zu nutzen, um ein deutlicheres Bild von der vorliegenden Situation zu bekommen (Borgmann 2007), wie dies auch von Organisationen wie „Code for Germany“ (<https://www.codefor.de/>) angeregt wird.

### 4.3 *Das Selbstverständnis der Diakoniewissenschaft als Hybrid-Wissenschaft*

Wie sich bei den vorausgehenden Analysen zeigte, ist hinsichtlich der Digitalisierung verstärkt die technologische und materielle Seite der Entwicklungen zu bedenken. Um diese komplexen Prozesse analysieren und beurteilen zu können, ist die Orientierung der Diakoniewissenschaften an einer Multirationalität (vgl. z. B. Büscher / Hofmann 2017) wichtig. Das Selbstverständnis der Diakoniewissenschaften kann daher als „Hybridwissenschaft“ gefasst werden, die vierfach bestimmt ist:

Erstens verknüpft sie Praxis und Theorie, zweitens bezieht sie verschiedene Disziplinen aufeinander wie Theologie, Sozialwissenschaften, Wirtschaftswissenschaften, Medizin, Psychologie – und vermehrt eben auch Informatik und Medienwissenschaften etc., drittens ist sie zwischen Wissenschaft, Beratung und Advocacy anzusiedeln und viertens ist sie auch zwischen digital und analoger Welt zu verankern. Dies bedeutet, wenn hier Tillichs Vorstellung der Korrelation übernommen werden soll, dass die Struktur der Korrelation für die Diakoniewissenschaft in einer digitalen Welt erweitert werden sollte, denn außer der Verhältnisbestimmung zwischen der wahrgenommenen Praxis und

den damit verbundenen Orientierungsfragen und der zu entwickelnden theoretischen Reflexionen, geht es auch um die technologische Vermittlung, in Hardware und Software. So ist es bei den Diakoniewissenschaften nicht allein die Theologie, die einerseits die Fragestellung beeinflusst und andererseits Möglichkeiten zur Beantwortung existenzieller Fragen liefern soll, sondern es sind verschiedene Disziplinen, die zur Analyse des entsprechenden Problems benötigt werden. Gleichzeitig geschieht dies vor dem Hintergrund von Informations- und Kommunikationstechnologien und technischer Vernunft, die wiederum selbst mit Ethik zu verknüpfen ist, worin zum Ausdruck kommt, dass ethische Komponenten Teil der diakoniewissenschaftlichen Untersuchung sind (Starnitzke 2015, 36).

#### *4.4 Der theologische Bezugsrahmen von Diakoniewissenschaft angesichts von Sozialen Medien – und die Entwicklung von „networked diaconic studies“*

Die Beziehung von Theologie zur Diakoniewissenschaft oder anders formuliert die Vermittlung von theologischer Rationalität mit anderen wissenschaftlichen Rationalitäten in der Vorstellung von Multirationalität kann unterschiedlich interpretiert werden. Ich habe mich entschieden, hier von einem theologischen Bezugsrahmen zu sprechen, denn sowohl im Blick auf das Subjekt der Untersuchung – die Diakonie und ihre diakonischen Einrichtungen im weitesten Sinne – als auch, was normative Aspekte diakoniewissenschaftlicher Überlegungen anbelangt, spielen religiöse Erfahrungen und ein theologischer Theoriefundus eine Rolle. So lässt sich auch die hier vorgenommene theologische Einordnung in ein Reich-Gottes-Denken als Bezugsrahmen verstehen.

Mit Hilfe dieses Bezugsrahmens können dann auch Soziale Medien im diakonischen Kontext noch weitergehend als in diesem Artikel theologisch interpretiert werden – im Sinne einer noch zu entwickelnden „networked diaconic studies“. Hierbei greife ich die Vorstellung der „networked theology“ von Heidi A. Campbell und Stephen Garner von 2016 auf. Sie verknüpfen in ihrem Ansatz das Motiv des Netzwerks eng mit der Frage nach dem Nächsten und dem gemeinschaftskonstituierenden Charakter von Religion, den sie auch in den Sozialen Medien und im Netz sehen.<sup>4</sup> Über die personale Vermittlung angesichts der Frage nach dem Nächsten ist Gott für Campbell und Garner auch in den digitalen Räumen präsent. Diese Perspektive nennen sie „networked theology“.

---

<sup>4</sup> Die digitale Umgebung ist hierbei genauso einzubeziehen wie die physische. Für beide Welten gilt, was Campbell und Garner schreiben: „our neighbors become those toward whom we act with justice, mercy, and humility, resulting in a relational rather than physical definition of neighborhood“ (Campbell / Garner 2016, 90).

Für diesen Artikel sollen diese Anknüpfungspunkte genügen, um darauf hinzuweisen, dass „networked diaconic studies“ auch das Verhältnis von Sozialen Medien und Diakonie und medienethische Fragen als einen Aspekt innerhalb der Diakoniewissenschaften aufgreifen sollten. Diese „networked diaconic studies“ könnten die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien sowie deren Hard- und Software diakoniewissenschaftlich in ihrer Polydimensionalität wahrnehmen und deren Einsatz und Auswirkungen untersuchen. Dies kann dann auch ein gesellschaftlicher Beitrag sein zur Vision von Freiheit und Gerechtigkeit hinsichtlich des Internets – aber in einem ganz anderen Sinne als in der Unabhängigkeitserklärung des Internets. Denn: Soziale Medien und das Internet bieten zwar Freiräume und haben emanzipatorisches Potenzial, aber sie wollen und müssen – gerade unter einer theologischen Perspektive betrachtet – gestaltet werden. Eine am Reich Gottes orientierte öffentliche Diakonie und Diakoniewissenschaft, die Medienethik berücksichtigt, kann dabei helfen. Medienethik in der Diakonie stellt sich dann als eine wichtige Perspektive innerhalb der Pluralität der Themen dar, welche die mediale Vermittlung von Wirklichkeit zu analysieren hilft.

## Literatur

- ALBRECHT, CHRISTIAN (2016), Wozu ist die Diakonie fähig? Theologische Deutungen gegenwärtiger Herausforderungen, Tübingen.
- ALFERT, NICOLE (2015), Facebook in der Sozialen Arbeit. Aktuelle Herausforderungen und Unterstützungsbedarfe für eine professionelle Nutzung, Wiesbaden.
- BARLOW, JOHN PERRY (2007), Unabhängigkeitserklärung des Cyberspace (1996), in: BRUNS, KARIN / REICHERT, RAMÓN (Hg.), neue Medien. Texte zur digitalen Kultur und Kommunikation, Bielefeld, 2007, 138–140.
- BEDFORD-STROHM, HEINRICH (2016), Diakonie in der Perspektive „öffentlicher Theologie“. Gegenwärtige Entwürfe, in: EURICH, JOHANNES / SCHMIDT, HEINZ (Hg.): Diakonik. Grundlagen – Konzeptionen – Diskurse, Göttingen, 145–162.
- BENDEL, OLIVER (2018), Art. Digitalisierung, in: Gablers Wirtschaftslexikon online, Zugang unter: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/digitalisierung-54195/version-277247> (13.01.2019)
- BORGMAN, CHRISTINE L. (2007), Scholarship in the Digital Age. Information, Infrastructure and the Internet, Cambridge / London.
- BÜSCHER, MARTIN / HOFMANN, BEATE (2017), Multirationales Management in diakonischen Unternehmen – Hermeneutische Grundlegung eines diakoniewissenschaftlichen Paradigmas, in: HOFMANN, BEATE / BÜSCHER, MARTIN, Diakonische Unternehmen multirational führen: Grundlagen – Kontroversen – Potentiale, Baden-Baden, 19–46.
- CAMPBELL, HEIDI A. / GARNER, STEPHEN (2016), networked theology. Negotiating Faith in Digital Culture, Grand Rapids.
- DIAKONIE HESSEN (2015), Soziale Medien in der Diakonie Hessen. Grundlagen und Regeln, Frankfurt a. M., Zugang unter: <http://www.diakonie-hessen.de/presse/socialmedia> (24.03.2019).

- DUFFT, NICOLE / KREUTTER, PETER / PETERS, STEPHAN / OLFE, FRIEDER (2017), Digitalisierung in Non-Profit-Organisationen. Strategie, Kultur und Kompetenzen im digitalen Wandel, o. O., Zugang unter: <https://www.betterplace-lab.org/wp-content/uploads/Studie-Digitalisierung-in-Non-Profit-Organisationen-.pdf> (13.01.2019).
- EURICH, JOHANNES (2018), Diakonische Kultur aus der Perspektive von Nutzerinnen und Nutzern, in: MOOS, THORSTEN (Hg.), Diakonische Kultur. Begriff, Forschungsperspektiven, Praxis, Stuttgart, 245–257.
- FREY STEFFEN, THERESE (2017), Gender, 2. Aufl. Ditzingen.
- GÖGGLMANN, WALTER (2018), Diakonische Existenz zwischen Rettungshaus und Großindustrie – Eine Familie in Gustav Werners (1809–1887) Bruderhaus, in: EURICH, JOHANNES / SCHWEIZER, DOROTHEA (Hg.), Diakoniewissenschaft in Forschung und Lehre, DWI-Jahrbuch 2016/2017, Heidelberg, 9–39
- GRUBAUER, FRANZ (im Erscheinen), Verwaltung 4.0 als medienethische Herausforderung kirchlichen Handelns, in diesem Band.
- HELBIG, CHRISTIAN (2014), Medienpädagogik in der Sozialen Arbeit. Konsequenzen aus der Mediatisierung für Theorie und Praxis, München (eBook).
- HIPP, BARBARA (2013), Gleichstellung in Führung, in: DIAKONISCHES WERK DER EVANGELISCHEN KIRCHE IN WÜRTTEMBERG E.V., Diakonie in Zahlen. Daten zur Personalsituation in diakonischen Einrichtungen und Diensten 2011–2013, Stuttgart, 22–34.
- HOBURG, RALF (2016), Theologische Begründungen der Diakonie, in: EURICH, JOHANNES / SCHMIDT, HEINZ (Hg.), Diakonik. Grundlagen – Konzeptionen – Diskurse, Göttingen, 111–144.
- HÖHNE, FLORIAN (im Erscheinen), Theologische Grundlegungen für eine Ethik der Social Media, in: HUPPENBAUER, MARKUS / KIRCHSCHLÄGER, PETER / ULSHÖFER, GOTLIND (Hg.), Digitalisierung – Theologische und ethische Perspektiven.
- HOFMANN, JEANNETTE (2017), Demokratie im Datenkapitalismus. Das Verhältnis von Medien und Macht muss neu vermessen werden, in: WZB Mitteilungen, Heft 155, März, 14–17.
- JÄGER, ALFRED (2016), Lebenstheologie in Aktion. Werkstatt-Texte, Wien / Zürich / Münster.
- KAHL-PASSOTH, SUSANNE (2008), Diakonie – und sie bewegt sich nicht!, in: MOLTSMANN-WENDEL, ELISABETH (Hg.), Feministische Theologie. Wo steht sie? Wohin geht sie? Eine kritische Bilanz, Neukirchen-Vluyn, 66–71.
- KIRCHMANN, HERMANN (2016), Public Relations in der Diakonie. Strukturen des Berufsfeldes und Merkmale der Funktionsträger, in: *Communicatio Socialis* 46,2, 225–236.
- KÖRTNER, ULRICH H.J. (2017), Diakonie und Öffentliche Theologie. Diakoniewissenschaftliche Studien, Göttingen.
- KOK, GESA / KÖSTER, MARKUS (2008), Ein protestantischer Werbefilm als wohlfahrtsgeschichtliches Dokument, in: KOK, GESA u. a. (Hg.), In den Spuren Vater Bodelschwingshs. Ein Film der diakonischen Einrichtung Bethel aus dem Jahr 1931, Begleitheft zur DVD (im Auftrag des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe in Zusammenarbeit mit den V. Bodelschwingshschen Anstalten), Münster 2008, 5–8.
- KUCKLICK, CHRISTOPH (2016), Die granulare Gesellschaft. Wie das Digitale unsere Wirklichkeit auflöst, Berlin.
- LÖVHEIM, MIA (2013), Media and religion through the lens of feminist and gender theory, in: DIES. (Hg.), Media, Religion and Gender. Key Issues and New Challenges, London / New York, 15–32.
- LUKAS, ANNIKA u. a. (Hg.) (2017), Verhasste Vielfalt. Eine Analyse von Hate Speech im Raum von Kirche und Diakonie mit Kommentierungen, Hannover.
- MANOVICH, LEV (2001), The Language of New Media, Cambridge.

- MANZESCHKE, ARNE (2015), MEESTAR: Ein Modell angewandter Ethik im Bereich assistiver Technologien, in: WEBER, KARSTEN u. a. (Hg.), *Technisierung des Alltags. Beitrag für ein gutes Leben?*, Stuttgart, 263–284.
- MEDIENPÄDAGOGISCHER FORSCHUNGSVERBUND SÜDWEST (2018), *JIM-Studie 2018. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-jähriger*, Stuttgart.
- MOLTMANN, JÜRGEN (1984), *Diakonie im Horizont des Reiches Gottes. Schritte zum Diakonentum aller Gläubigen mit einem Beitrag von Ulrich Bach und einem Vorwort von Theodor Schober, Neukirchen-Vluyn.*
- NOLLER, ANNETTE (2016), *Weibliche Gottesmetaphorik der Bibel. Ein Beitrag zur Gendergerechtigkeit in kirchlichen und gesellschaftlichen Diskursen*, in: EYLMANN, CONSTANZE / RABE, ANNETTE (Hg.), *Geschlechterverhältnisse – Disziplinäre Facetten einer Hochschule. Festschrift für Monika Barz*, Stuttgart, 170–187.
- RÜEGG-STÜRM, JOHANNES (2003), *Das neue St. Galler Management-Modell. Grundkategorien einer integrierten Managementlehre. Der HSG-Ansatz*, 2. Aufl. Bern.
- SEIBERT, CHRISTOPH (2013), *Religiöse Kommunikation unter den Bedingungen der Social Media*, in: NORD, ILONA / LUTHE, SWANTJE (Hg.), *Social Media, Christliche Religiosität und Kirche. Studien zur Praktischen Theologie mit religionspädagogischem Schwerpunkt*, Jena 2014, 77–100.
- SCHMIDT, JAN (2009), *Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0*, Konstanz.
- SCHMIDT, JAN-HINRIK (2013), *Social Media*, Wiesbaden.
- SCHULZ, CLAUDIA / BARTZ, ANGELINA / KALTSCHNEE, PETER (2017), *Hate Speech im Raum von Kirche und Diakonie. Eine Analyse der Verunglimpfung kirchlichen Engagements im Themenfeld Diversität*, in: LUKAS, ANNIKA u. a. (Hg.) (2017), *Verhasste Vielfalt. Eine Analyse von Hate Speech im Raum von Kirche und Diakonie mit Kommentierungen*, Hannover, 16–19.
- STARNITZKE, DIERK (2015), *Überlegungen zum wissenschaftstheoretischen Profil der Diakoniewissenschaft – aus theologischer Perspektive*, in: BENAD, MATTHIAS u. a. (Hg.), *Diakoniewissenschaft und Diakonienmanagement an der Kirchlichen Hochschule Wuppertal / Bethel. Interdisziplinarität, Normativität, Theorie-Praxis-Verbindung*, Baden-Baden, 27–37.
- STURM, ERDMANN (2017), *Auf dem Weg zur Methode der Korrelation. Tillichs New Yorker Vorlesungszyklus Advanced Problems in Systematic Theology (1936–38)*, in: *International Yearbook of Tillich Research*, hg. DANZ, CHRISTIAN u. a., Bd. 12,1, 45–65.
- THOMAS, GÜNTER (2013), *Reich Gottes. Die Geduld der Hoffnung nach dem Ende der großen Utopien*, in: LINK-WIECZOREK, ULRIKE (Hg.), *Reich Gottes und Weltgestaltung. Überlegungen für eine Theologie im 21. Jahrhundert*, Neukirchen-Vluyn, 14–34.
- THORNHAM, HELEN (2019), *Gender and Digital Culture. Between Irreconcilability and the Data-logical*, London / New York.
- TILlich, PAUL (1947), *The Problem of Theological Method II*, in: *Journal of Religion* 27,1, 16–26.
- VAN DER WILK, ADRIANE (2018), K. (Hg.), *Geschichte der Diakonie in Quellen. Vom Anfang des 19. Jahrhunderts bis zur Gegenwart*, Neukirchen-Vluyn, 179–185.