



Kommunikation des Evangeliums in den digitalen Medien

Ein Plädoyer für eine digitale Homiletik

Von: Johannes Luck, erschienen im Deutschen Pfarrerblatt, Ausgabe 10/2020

Die kirchlichen Herausforderungen der Corona-Zeit, mit neuen digitalen Gottesdienstformaten zu ersetzen, was auf herkömmlich analoge Weise nicht möglich war, zeigt für Johannes Luck: Social Media sind nicht nur Bestandteil unserer Lebenswelt, sondern sie müssen auch Bestandteil kirchlichen Lebens werden. Für die neuen Aufgaben fordert Luck eine digitale Homiletik, die sich mit der Form und Sprache der Evangeliumskommunikation in den digitalen Medien auseinandersetzt und den Umgang mit diesen Medien erprobt.

I. Vom digitalen Aufbruch und der Suche nach Sinn im Netz

Stille – und neue Orte der Kommunikation

Und plötzlich wurde es still auf den Straßen und Plätzen unserer Wohnorte ... Als in den ersten Monaten des Jahres 2020 das Coronavirus begann, sich in Deutschland und Europa in immer größerer Geschwindigkeit auszubreiten, beschlossen die politischen Verantwortungsträger Deutschlands im März schließlich, das öffentliche Leben zur Eindämmung der Infektionszahlen für mehrere Wochen auf ein Minimum herunterzufahren. Schulen, Kitas, Spielplätze, Einzelhandel, Restaurants, Sportstätte, Kirchen – alles musste schließen. Orte, an denen sich Menschen normalerweise regelmäßig begegneten, an denen sie gemeinsam ihre Zeit verbrachten und einen Teil ihres Lebens gestalteten. Kontakt mit anderen Menschen blieb während des Lockdowns beschränkt auf Supermärkte und zufällige Begegnungen beim Waldspaziergang. Still wurde es in unserer analogen Welt.

Zeitgleich konnte man wahrnehmen, wie sich an anderer Stelle das gemeinsame Leben zu regen begann. Dort, wo sicherer Kontakt auch während der Corona-Pandemie möglich war. Die Rede ist von den digitalen Medien. Zu der großen Gruppe, für die Social Media ohnehin schon seit Jahren alltägliches Kommunikationsmittel waren, kamen nun zahlreiche andere hinzu.¹ Während analoge Kontaktwege abgeschnitten waren, wurden die digitalen Medien dafür genutzt, die aktuelle Situation einzuordnen, sich Mut zuzusprechen und Hilfe zu organisieren. Und es zeigt sich an vielen Stellen, dass auch nach der teilweisen Öffnung des analogen öffentlichen Lebens die digitalen Kommunikationsmittel, auch von den „neuen“ Nutzenden, weiterhin stark genutzt werden.

Dort kommunizieren, wo Sinn gesucht wird

Auch die Kirchen begannen während des Lockdowns, teils auf landeskirchlicher Ebene, vielerorts aber auch auf der Ebene von Kirchenkreisen und -gemeinden in diese digitale Kommunikation miteinzustimmen, Und plötzlich realisierte sich an vielen Stellen das, was die EKD bereits im Jahr 2015 als Resultat einer Synode zur „Kommunikation des Evangeliums in der digitalen Gesellschaft“ für sich festgehalten hatte:

„Die Möglichkeiten des Internets für die Gestaltung des menschlichen Zusammenlebens und für die Kommunikation des Evangeliums entsprechen dem Selbstverständnis von Kirche als Koinonia, einer Gemeinschaft durch Teilhabe. [...] Für die evangelische Kirche ist es unabdingbar, in der digitalen Gesellschaft aktiv, präsent, erkennbar und ansprechbar zu sein.“²

Mit einem Mal waren die Kirchen nun auf diesem für viele Menschen bedeutsamen



Kommunikationsweg präsent. Wurde digitale Kommunikation des Evangeliums vor der Ausbreitung des Coronavirus nur von einem Bruchteil der kirchlichen Mitarbeiter*innen betrieben, wagte sich nun – notgedrungen – erstmals eine breite Gruppe an diese Kommunikationsform heran. Beiträge schossen wie Pilze aus dem Boden, oftmals jedoch ohne die Kommunikationsweise des Mediums, in dem sie erschienen, erfasst zu haben. Dies wurde zurecht von vielen Seiten kritisiert.

Doch was wäre die Alternative gewesen? Zu schweigen, während die digitale Kommunikation in den Generationen zwischen 10 und 70 während des Lockdowns zu einer Hauptkommunikationsform avancierte? Dort, wo Menschen nach Trost und Sicherheit suchten und über ihre Sorgen sprachen, den Mund zu halten? Wenn Kritik angebracht ist, dann doch daran, dass die Kirchen und die überwiegende Mehrheit der kirchlichen Akteure nicht schon lange vor der Corona-Krise die Bedeutung der digitalen Kommunikation gesehen und sich in die besonderen Kommunikationsstrukturen dieser Medien eingearbeitet haben! Schließlich waren Internet und Social Media bereits in den letzten Jahren für zahlreiche Menschen unterschiedlicher Generationen ein wichtiges Kommunikationsmittel und bedeutsamer Ort der eigenen Sinnvergewisserung.³

Der Lockdown des Frühjahrs 2020 hat zutage getragen, wie intensiv die digitalen Medien von Menschen zur persönlichen Sinnsuche genutzt werden: Das Teilen von Sorgen, das Spenden von Trost, das gemeinsame Bewältigen der bedrohlichen Situation – all' das fand in gewaltigem Ausmaß in diesen Monaten statt. Zum Alltag auf den Social Media gehören z.B. auch das Posten von Geburtstagswünschen oder von Bildern aus dem wohltuenden Urlaub. Glück und Leid werden geteilt und gemeinsam gedeutet. Menschen tätigen in den Social Media selbst religiöse Aussagen und Deutungen, die ihnen helfen, „Kontingenz zu chiffrieren“ und „Transzendenz zu symbolisieren“⁴, und sie zeigen sich offen für religiöse Sinndeutungsangebote, die helfen können, das eigene Selbst-, Welt- und Gottesverhältnis weiterzuführen.⁵

Wie lebensdienlich könnte es folglich sein, wenn christliche Lebensdeutung in diese Kommunikation mit eintritt! Nicht nur durch einzelne bisher schon Aktive⁶, sondern durch möglichst viele kirchliche Akteure aus Kirchengemeinden, Kirchenkreisen und Landeskirchen – also Menschen, die ähnliche Sorgen und Wünsche haben, ähnliche Lebenssituationen kennen, Menschen, denen man im besten Falle digital und analog begegnen kann.⁷ Denn so ist die Lebenswelt der meisten Menschen heute: analog und digital! Nur über Menschen kommen Menschen in Berührung mit dem Evangelium, ganz besonders in der digitalen Welt (aber ebenso auch in der analogen)! Das ist eine Chance für die Kommunikation des Evangeliums und zugleich eine Aufgabe. Denn dort, wo das Evangelium nicht kommuniziert wird, ist es für Menschen, die damit vorher noch nicht in Berührung gekommen sind, auch nicht vorhanden. Diese Erkenntnis hat schon Paulus dazu bewogen, das Evangelium bis zum damaligen Ende der Welt tragen zu wollen und – wie bei den Philosophen auf dem Areopag (vgl. Apg. 17,16ff) – die vorherrschenden Kommunikationsweisen aufzugreifen. Wer diesen Spuren folgen will, der kommuniziert im 21. Jh. auch digital!

Auf dem Weg zu einer digitalen Homiletik

Die Frage ist folglich nicht mehr, ob wir digital kommunizieren, sondern auf welche Art und Weise das geschehen soll. Denn es ist keine neue Erkenntnis, dass wer an einem Ort mitkommunizieren will, auch die dort geltende Sprache und Kultur kennen muss. Für die Kommunikation des Evangeliums in den digitalen Medien bedeutet dies, Formate zu entwickeln, die auf die Sprach- und Nutzungsformen der Social Media abgestimmt sind und zugleich in authentischer Weise Evangelium kommunizieren. So wie es mit der Homiletik eine wissenschaftliche Lehre für die analoge Predigt gibt, die sich mit Sprechenden, Empfangenden und Botschaft auseinandersetzt, so braucht es eine digitale Homiletik, die sich mit Form und Sprache der Evangeliumskommunikation in den digitalen Medien auseinandersetzt und den Umgang mit diesen Medien erprobt. Auf diese Weise dürften sich die digitalen kirchlichen Formate nachhaltig so qualifizieren lassen, dass diese von vielen Nutzer*innen der Social Media als bereichernd wahrgenommen werden und zugleich auf theologisch fundierte Weise Evangelium kommunizieren.



II. Digitale und analoge Kommunikation des Evangeliums

Im Folgenden möchte ich den Versuch unternehmen, konkrete Anwendungsformen für eine aktuelle digitale Kommunikation des Evangeliums aufzuzeigen. Diese einzelnen Anwendungsbeispiele ergeben sich einerseits durch die besonderen Kommunikationseigenschaften der digitalen Medien, andererseits aus den vier Modi der Kommunikation des Evangeliums, wie sie Christian Grethlein, ergänzt durch Bernd Schröder, aufgestellt hat. Beide Voraussetzungen sollen zunächst genauer erläutert werden, bevor die konkrete Anwendung dargestellt wird.

Die Nähe digitaler Medien und religiöser Kommunikation

Die digitalen Medien weisen Kommunikationsbedingungen auf, in denen sich religiöse Kommunikation in besonderer Weise ereignen kann:

(1) Allem voran ist die symmetrische Struktur der Kommunikation zu nennen, die kommunikationshemmende Hierarchien auf ein Minimum begrenzt. Diese symmetrische Struktur ermöglicht einen persönlichen und gegenseitigen Austausch der digital Kommunizierenden. Das Ziel digitaler Netzwerke ist die Begegnung und Beziehung realer Personen. Menschen zeigen sich überwiegend mit echten Namen und mit einem Profil, das mehr oder weniger detailliert über sie als Person Auskunft gibt. Und sie teilen persönlich ausgewählte Inhalte mit ihrem sozialen Umfeld, um andere an ihren Interessen und Erlebnissen – also ihrem Leben! – teilhaben zu lassen und mit ihnen darüber ins Gespräch zu kommen. Diese „persönlichen Öffentlichkeiten“⁸ bieten sich auch für die dem religiösen Gespräch wesentliche Selbstvergewisserung eigener religiöser Lebensdeutungen und die sich in diesem Austausch möglicherweise einstellende geteilte religiöse Wahrnehmung des gemeinsamen Daseins als Menschen an.

(2) Die jeder Person zugängliche Multimedialität der digitalen Medien (Texte, Fotos, Video, Audio), mit der sich gerade auch Transzendenzen leichter ausdrücken lassen als mit nur einem Medium, unterstützt religiöse Kommunikation dabei ebenso wie die mündlich-rednerische Ausdrucksform in den Social Media.

(3) Nicht zuletzt sorgt die Überwindung von räumlichen und zeitlichen Grenzen der Kommunikation durch mobile Geräte (Smartphones, Tablets etc.) dafür, dass eigene Gedanken und Erlebnisse jederzeit auch in einen religiösen Deutungsdiskurs mit anderen Personen gestellt werden können.

Betrachtet man diese der religiösen Kommunikation in vielerlei Hinsicht entsprechenden Kommunikationsbedingungen der Social Media, wird schnell deutlich, weshalb digitale Medien zunehmend zur eigenen Sinnvergewisserung verwendet werden und welches Potential für die Kommunikation des Evangeliums in den digitalen Medien steckt.

Die vier Modi der Kommunikation des Evangeliums

Um die Modi der Kommunikation zu ermitteln, in denen sich Evangelium ereignen kann, sollte ein Blick auf die Kommunikation des Evangeliums, wie Jesu sie betrieben hat, geworfen werden. Hierbei stellt Grethlein im Anschluss an Jürgen Becker⁹ fest, dass Jesus das Evangelium in dreifacher Weise kommuniziert hat:¹⁰

(1) durch Lehr- und Lernprozesse, die im Erzählen von Gleichnissen und Parabeln und das Führen von Streitgesprächen stattfinden. Dabei ist zu beobachten, dass Jesus die Lehr- und Lernprozesse an sein jeweiliges Gegenüber anpasste; so führte er z.B. mit Religionsgelehrten Streitgespräche und griff bei der allgemeinen Bevölkerung Galiläas überwiegend auf Erzählungen zurück.



(2) durch gemeinschaftliches Feiern. Mit seiner regelmäßigen Teilnahme an Feiern und Festmählern und der Aufnahme von „Verlorenen“ in diese Mahlzeiten wies Jesus auf den Anbruch des Gottesreiches hin. Segnungen und Gebete während der Mahlzeiten setzten diese bewusst in die Gemeinschaft mit Gott.

(3) durch Hilfe zum Leben, die sich am deutlichsten in den Wunderheilungen Jesu zeigt. „Jesus verband [...] das soziale bzw. heilende Tun mit der Zusage zur Sündenvergebung“¹¹. Das Helfen dient also der Auflösung aller Einflussfaktoren, die das Leben und dessen Transzendenzbezug hemmen könnten und damit der Herstellung des Gottesverhältnisses.

(4) Einen weiteren Kommunikationsmodus in der jesuanischen Kommunikation des Evangeliums erkennt Schröder: das Zusammenleben, welches für die Jüngerschaft Jesu wesentlich ist. „Gemeinschaft bzw. Beziehung [...] gehört [...] zu den wissenssoziologisch notwendigen Stabilisatoren von Daseins- und Wertorientierungen“¹².

So lässt sich festhalten, dass sich Evangelium durch Lehr- und Lerngespräche, durch gemeinsames Feiern, durch Hilfe zum Leben und im Zusammenleben ereignen kann.

III.?Die vier Modi in der digitalen Evangeliumskommunikation – ein Anwendungsversuch

Auch die heutige digitale Kommunikation des Evangeliums, wie sie von aktiven Christ*innen und natürlich durch die kirchliche Institution selbst betrieben wird, lässt sich in diese – auf Jesus zurückgehenden zuvor beschriebenen – Modi der Evangeliumskommunikation einordnen. Folglich geschieht die Kommunikation des Evangeliums auch in den digitalen Medien im Rahmen dieser vier beschriebenen Modi.

Im Folgenden sollen daher nun mögliche Anwendungsformen für die vier Modi einer digitalen Kommunikation des Evangeliums aufgezeigt werden.¹³ Diese können selbstverständlich nur ein Ausschnitt aus einem deutlich umfangreicheren Pool von Möglichkeiten sein. Zudem hängen mögliche Anwendungsformen immer auch vom technischen Stand der digitalen Medien und den von den Usern vorrangig genutzten Apps ab. Zentrale Bedeutung haben für die christlich-religiöse Kommunikation momentan die sozialen Netzwerke Instagram und Facebook, da diese Anwendungen aktuell die deutlich höchsten Nutzerzahlen aufweisen.¹⁴ Daher lohnt es sich m.E., sich für die Kommunikation des Evangeliums zurzeit überwiegend auf diese Anwendungen zu konzentrieren.

Erster Modus: Zusammenleben

Der Anfang aller digitalen Kommunikation des Evangeliums geschieht im Modus des Zusammenlebens und besteht im Wahrnehmen der Lebensäußerungen der Menschen. Sowohl privaten Personen als auch vor Ort ansässigen Vereinen, Zeitungen, Schulen und anderen öffentlichen Einrichtungen kann per sozialem Netzwerk oder Messenger gefolgt werden. Das regelmäßige Wahrnehmen ihrer Posts macht es möglich, auf Lebensäußerungen mit christlicher Anteilnahme zu reagieren. In einer Kirchengemeinde könnte dieses von einzelnen Mitgliedern eines Social-Media-Teams wie auch von der Pfarrperson vollzogen werden.

Zudem ist es hilfreich für alle, die Kommunikation des Evangeliums in den digitalen Medien betreiben wollen, sich selbst mit eigenen Lebensäußerungen in den Social Media zu Wort zu melden, aus ihrem Leben und Glauben zu berichten und auf diese Weise auch ihre christlichen Lebensdeutungen in den Kommunikationsprozess einzutragen. Hierbei müssen insbesondere Hauptamtliche für sich klären, wo für sie die Grenze zum Privaten liegt, das nicht in eine öffentliche Kommunikation mit eingetragen werden muss und soll, denn selbst die für die Social Media wesentliche persönliche Kommunikation benötigt keine grenzenlose Selbstoffenbarung.



Eine weitere Möglichkeit der digitalen Kommunikation des Evangeliums im Modus des Zusammenlebens besteht darin, Menschen die Partizipation am öffentlichen Leben zu ermöglichen. Dies geschieht sowohl in Kirchengemeinden als auch im landeskirchlichen Kontext durch das Teilen von Berichten aus dem kirchlichen bzw. gemeindlichen Leben, das Hinweisen auf kirchliche Veranstaltungen und über christliche Beiträge zu aktuellen Themen.

Auch das bewusste gemeinsame Durchleben des christlichen Jahres- und Wochenrhythmus mit Beiträgen zum Sonntag und zu den christlichen Festen kann ein Gefühl des gemeinsam gestalteten Lebens ermöglichen. Da die digitalen Medien das Kommentieren und Teilen ermöglichen, können sich die User mit Beiträgen aktiv am bewussten Erleben der Sonn- und Feiertage beteiligen.

Zweiter Modus: Lehr- und Lernprozesse

Eine mögliche Form für die Kommunikation des Evangeliums als Lehr- und Lernprozess stellt ein Webblog dar, z.B. der Pfarrperson einer Gemeinde oder von mehreren Pfarrer*innen, etwa eines Kirchenkreises oder einer Landeskirche. Hier können Nutzer*innen anlass- oder themenbezogen auf theologisch begründete Lebensdeutungen zugreifen, die ihnen bei ihrer eigenen religiösen Lebensdeutung helfen können. Neu erscheinende Beiträge des Blogs können zur weiteren Verbreitung auch per Netzwerk oder Messenger geteilt werden.

Denkbar ist auch, dass kirchliche Akteure z.B. durch Posts im sozialen Netzwerk oder durch Stories auf Instagram einen kurzen geistlichen Austausch anregen, der sich auch auf ein aktuelles Thema beziehen kann. Auf diese Weise ließen sich niederschwellige digitale Glaubenskurse durchführen.

Auch als Video- und Audioformat kann christliche Lebensdeutung angeboten werden, die z.B. auf gesellschaftliche Ereignisse oder Glaubenthemen Bezug nimmt oder in Form einer mehrteiligen Reihe ein Thema länger entfaltet.

Dritter Modus: Gemeinsames Feiern

Es erstaunt nicht, dass die Kommunikation des Evangeliums im Modus des gemeinsamen Feierns ihre Stärken vor allen in analogen Formaten entfaltet. Denn hierüber lassen sich einerseits die Sinne noch umfassender ansprechen und auch die Präsenz von Menschen ist direkt spürbar. Dennoch zeigt schon die Beliebtheit der Fernsehgottesdienste, dass Menschen das Verfolgen einer Feier am Bildschirm nicht als abständig wahrnehmen, wenn diese Übertragung dem Medium angepasst vollzogen wird. Die Gottesdienste im Fernsehen ermöglichen nämlich, dass Menschen an anderen Orten und zu anderer Zeit mitfeiern können. Auch wenn Menschen nicht direkt analog beieinander sind, können sie sich im Feiern des Sonn- oder Feiertags mit anderen verbunden fühlen.

Anstelle einer komplett und ausschließlich in der leeren Kirche aufgezeichneten Videoandacht mögen sich alternative szenische Settings anbieten, etwa Aufnahmen aus der vertrauten Umgebung einer Stadt bzw. eines Ortes, oder aus Räumen, mit denen sich Menschen ebenfalls identifizieren können, etwa einem Wohnzimmer, einer Küche oder einem Café. Damit erscheint das Evangelium an Orten, die die Lebenswelt der Menschen abbilden, an denen sie z.B. selbst Fotos machen und diese ggf. mit einigen Gedanken in den Social Media teilen.

Gemeinsames Feiern kann sich demnach auch im digitalen Raum in ganz verschiedener Weise ereignen und ist nicht auf eine feste Andachtsform beschränkt. Mal mag es am ehesten einem geistlichen Impuls entsprechen, mal einem gemeinsamen Singen, mal einer Meditation. Auch durch das Teilen von Glückwünschen, Bildern von Ritualen wie das Entzünden der Osterkerze oder Audiofiles des feierlichen Glockengeläutes in den Sozialen Netzwerken lässt sich in gewisser Weise gemeinsames Feiern realisieren. Zudem kann durch Kommentar- und Chatfunktionen eine direkte Beteiligung an solchen „Feierformen“ ermöglicht werden; so schon lange erprobt in der gemeinsamen digitalen Gebetszeit Twomplet¹⁵, bei der Menschen in Form eines Chats Gebetsworte teilen und



miteinander ins Beten kommen.

Vierter Modus: Helfen

Zuletzt ereignet sich Kommunikation des Evangeliums im Modus des Helfens. Drei Dimensionen scheinen mir hierfür besondere Bedeutung zu haben: So besteht die Grundvoraussetzung für diesen Modus der Evangeliumskommunikation in der Ansprechbarkeit insbesondere von Seelsorger*innen und Berater*innen auf den stark frequentierten Netzwerken. Diese lässt sich erstens durch ein klar erkennbares Profil herstellen, zweitens durch das Reagieren auf Mitteilungen anderer und das zumindest gelegentliche Teilen von eigenem Content. Bahnt sich dann tatsächlich – etwa auf WhatsApp – ein seelsorgerliches Gespräch an, ist es allerdings ratsam, auf ein datenschutzrechtlich unbedenklicheres Medium auszuweichen.

Hilfe zum Leben ereignet sich auch im regelmäßigen Spenden von Trost und in der Stärkung von Menschen. Dieses lässt sich in den Social Media z.B. durch regelmäßige Posts mit Segensworten und Gebetsanregungen verwirklichen. Hierfür lassen sich gerade aus der Krisenzeit des Lockdowns gute Beispiele finden.

Die dritte Dimension besteht im Teilen von Berichten über diakonische Projekte und dem Hinweis auf eine mögliche ehrenamtliche Beteiligung oder Spendenmöglichkeit für diese Projekte. Zudem ereignet sich Evangelium im Modus des Helfens durch die Organisation von Hilfen in Notzeiten (z.B. Nachbarschaftsunterstützung während des Lockdowns).

Da sein, wo die Menschen sind!

Auch wenn es sich bei den hier aufgeführten Anwendungsformen für die vier Modi der digitalen Kommunikation des Evangeliums nur um einen Ausschnitt handeln kann, zeigt sich dennoch schon anhand dieser Auflistung, auf welcher vielseitigen Weise sich Evangeliumskommunikation in den digitalen Medien ereignen kann – und zwar nicht nur dann, wenn es auf unseren Straßen und Plätzen plötzlich still wird. Die Corona-Pandemie 2020 wird zu nachhaltigen Veränderungen führen. Was die Digitalisierung betrifft, war und ist dieses schon jetzt deutlich spürbar. Digitale Medien werden nun noch selbstverständlicher als Kommunikationsmittel verwendet als zuvor. Viele Menschen, die während des Lockdowns begannen, Social Media als Kommunikationsmittel zu nutzen, haben den digitalen Medien auch nach der allmählichen Öffnung des öffentlichen Lebens nicht den Rücken gekehrt, sondern nutzen neben analogen nun auch digitale Medien – auch für ihre persönliche Sinnvergewisserung. Das Leben regt sich in den digitalen Medien. Der Boden für eine christlich-religiöse Kommunikation unserer Kirche in den digitalen Medien ist mehr bereitet denn je. Sind wir bereit, ihn zu betreten?

Anmerkungen

1?Vgl. <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Social-Media-Nutzung-steigt-durch-Corona-stark-an>, abgerufen am 05.08.2020.

2?Kirchenamt der EKD (Hg.): Kommunikation des Evangeliums in der digitalen Gesellschaft. Lesebuch zur Tagung der EKD-Synode vom 9.-12.11.14 in Dresden, Frankfurt/M. 2015, 150.

3?Vgl.: http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2019/Ergebnispraesentation_ARD_ZDF_Onlinestudie_PUBLIKATION_extern.pdf, abgerufen am 05.08.2020.

4?Gräb, W.: Sinnfragen. Transformation des Religiösen in der modernen Kultur, Gütersloh 2006, 28.



5?Vgl. Grethlein, Chr.: Praktische Theologie, Berlin/Boston 2012, 187.

6?Wie z.B. die auf dem Content-Netzwerk www.yeet.evangelisch.de versammelten „Sinnfluencer*-innen“.

7?So legt sich nahe, dass z.B. Pfarrpersonen oder andere Engagierte Gedanken, Texte, Videos etc. für „ihre“ Gemeinde vor Ort posten und sie somit sowohl analog als auch im digitalen Raum begleiten. Dies kann die Wirkung der Evangeliumskommunikation vor Ort noch verstärken.

8?Schmidt, J.-H.: Social Media, Wiesbaden ²2018, 27.

9?Vgl. Becker, J.: Jesus von Nazareth, Berlin/New York 1996.

10?Vgl. zum Folgenden: Grethlein: Praktische Theologie, 163-167.

11?Grethlein: Praktische Theologie, 300.

12?Schröder, B.: Das Priestertum aller Getauften und die Assistenz der Kirche, in: Domsgen, M./Schröder, B. (Hg.): Kommunikation des Evangeliums. Leitbegriff der Praktischen Theologie, Leipzig 2014, 141-160, hier: 158.

13?Hieran wird auch deutlich werden, dass es bei der digitalen Kommunikation des Evangeliums nicht nur um Online-Gottesdienste geht, sondern deutlich mehr Formen und Formate möglich sind, um das Evangelium im Internet ins Gespräch zu bringen!

14?Vgl.: http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2019/Ergebnispraesentation_ARD_ZDF_Onlinestudie_PUBLIKATION_extern.pdf, abgerufen am 05.08.2020.

15?https://twitter.com/twomplet?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor, abgerufen am 05.08.2020.

Deutsches Pfarrerblatt, ISSN 0939 - 9771

Herausgeber:

Geschäftsstelle des Verbandes der ev. Pfarrerinnen und Pfarrer in Deutschland e.V

Heinrich-Wimmer-Straße 4

34131 Kassel