Communicatio Socialis 30 (1997), Nr. 2: 204–218
Quelle: www.communicatio-socialis.de

Literatur-Rundschau

David Hober, Die Radiopredigt. Ein Beitrag zur Rundfunkhomiletik (Praktische Theologie Heute, Bd. 25), Stuttgart-Berlin-Köln: Kohlhammer-Verlag 1996, 238 S.

Sucht man in Literaturverzeichnissen nach grundlegenden systematischen Entwürfen für die kirchliche Verkündigungspraxis, genauerhin zur Rundfunkhomiletik, so stößt man innerhalb der praktischen Theologie beider Konfessionen auf eine markante Fehlanzeige. Die neuere pastoraltheologische und runfunkhomiletische Diskussion ist vorwiegend mit pragmatischen Fragen beschäftigt. Und dem Praktiker will es scheinen, daß Stimm- und Sprechtrainings oder Mikroerfahrung für eine gelingende Verkündigung im Hörfunk ohnehin mehr leisten als Theorieoptionen oder die Untersuchung der komplexen Rahmenbedingungen kirchlich-medialer Verkündigung. Wer jedoch grundsätzlich seine Praxis reflektieren und verbessern will, tut gut daran, das Zu- und Ineinander praktisch-theologischer Prämissen und (massen-) kommunikativer Faktoren ausführlicher unter die Lupe zu nehmen. David Hobers ‚Radiopredigt' gewährt einen solchen handlungsorientierten, interdisziplinären Einblick in das weitgespannte Praxisfeld radiophoner Verkündigung.

Der erste Teil der Arbeit (15-96) unternimmt eine Bestandsaufnahme in drei Abschnitten: Einem historischen Abriß kirchlicher Verkündigung im Hörfunk folgt seine Einordnung in den Kontext kirchlicher Verlautbarungen; dieser wiederum ein Forschungsbericht zur rundfunkhomiletischen Diskussion von 1945-1994.

Der zweite Teil, der die Überschrift „Von den Bedingungen religiöser Rede in einer mediengeprägten pluralistischen Gesellschaft" trägt (97-165), versteht sich als eine kleine Radiophänomenologie im Blick auf die Chancen und Grenzen religiöser Radiobotschaften. In Anlehnung an Gerhard Schulzes Milieutheorie (Die Erlebnisgesellschaft, Frankfurt/M. 1992) entwickelt der Autor einen soziologisch orientierten Referenzrahmen möglicher Hörer, der sowohl die Interdependenz zwischen Hörer und Programm benennt als auch die scheinbar paradoxe Doppelwirkung der Massenmedien aufdeckt: ihre Individualisierung der Hörerschaften als auch ihre Standardisierung (114ff). Darüber hinaus wird die Frage nach den

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1997-2-204, am 12.10.2024, 09:56:21
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Bedingungen kirchlicher Verkündigung in einer Mediengesellschaft gestellt, in der die sperrige Rede von Gott unter zunehmendem Verlust an Plausibilität und Akzeptanz leidet. Eine weithin privatisierte Religion stehe im Kontext vor allem der privaten Hörfunkanbieter vor der Herausforderung, den „integrierenden, kritisierenden und stimulierenden Effekt der christlichen Botschaft in den Bereich der Unterhaltung einzubringen" (A. Auer, 136). Pastoraltheologischen Befürchtungen, die Massenmedien verwandelten die Verkündigung des Evangeliums in eine schlichte Verkündigung der Massenmedien, begegnet Hober mit dem Hinweis auf eine überfällige Verhältnisbestimmung heutiger medialer Kultur und kirchlicher Verkündigungspraxis, in der die ambivalenten religionsanalogen Funktionen der Massenmedien nicht dämonisiert, sondern allererst thematisiert werden, um sie dann schöpferisch einzubinden und zu nutzen. Hober zeichnet die Koordinaten ‚Rezipient - Kommunikator - Mitteilung' als gleichrangige Variablen in einem massenmedialen Wirkungsprozeß, in dem sich gesuchte Informationen ständig nach allen Seiten qualitativ und quantitativ verändern.

Der dritte Teil des Grundlagenwerkes verknüpft die eher phänomenologisch ausgerichteten Teile 1 und 2 zu einem systematischen Entwurf einer künftigen Rundfunkhomiletik (167-222). Aus einer trinitarisch-kommunikativen Kirchensicht scheinen erste Umrisse einer neuen rundfunkhomiletischen Theoriebildung auf. Im Anschluß an Medard Kehls katholische Ekklesiologie wird Kirche in ihrem Reden und Handeln als „Lebensraum der Ermöglichung des Heiligen Geistes" dargestellt, in dem „das Sensibilisieren für ein neues Hinhören, für ein neues Hinsehen, für ein neues Fühlen inmitten einer als abstandslos empfundenen, alle Sinne zuschüttenden Informationsgesellschaft (...) zur vordringlichen Aufgabe einer medialen Verkündigung" (197) wird. Eine Rede von Gott, der es entgegen privatisierender Abschottungs- und Immunisierungstendenzen zuallererst um die Subjektwerdung von Menschen geht, setzt diese soziale und politische Dimension immer schon auf der Ebene ihres Kommunikationsgeschehens selbst voraus. Hober entdeckt in ihr das Theoriepotential einer medialen Verkündigung mit allgemeingesellschaftlicher Relevanz. Eng verknüpft mit Peukerts Überlegungen zu einer theologischen Handlungstheorie, entwickelt Hober Konturen einer Rundfunkhomiletik, die als ethisch-appellative Sprachhandlung in der Lage ist, „konfliktreiche Kommunikationssituationen zu ver- ändern und darüber hinaus diesen aufgrund einer gemeinsam gefundenen Handlungs-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1997-2-204, am 12.10.2024, 09:56:21
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

orientierung eine umkehrende Perspektive zu geben" (211).

Es ist das Verdienst des vorliegenden rundfunkhomiletischen Beitrags, die bisher überwiegend nur vermutete Korrelation zwischen jeweiligem Kirchen- und Kommunikationsverständnis an ausgewiesenen Verkündigungsbeispielen im Radio zu belegen und für die gängige Verkündigungspraxis in Rechnung zu stellen. In acht abschließenden Thesen wird die Strukturanalogie zwischen kirchlicher Auffassung von Kommunikation und entsprechendem Medien- und Verkündungsverständnis auf zukünftige Aufgabenbereiche hin ausgerichtet. Jenseits einseitiger Reklamation der Medien für die Inhalte und Anliegen der Kirche werden hörerorientierte und programmspezifische Sprechhandlungen zu entwickeln sein, die langfristig zu einer Verbesserung sozialer, d.h. solidarischer Interaktionen beitragen können.

Ludger Verst

Holger Tremel (Hg.), Öffentlichkeitsarbeit als Leitungsauftrag der Kirchen (GEP-Texte 5), Frankfurt: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik 1996, 129 S.

Kirchenaustritte, schwindende Einnahmen, Sparzwänge und Finanznot - diese Stichworte beherrschen die Diskussion in den großen christlichen Kirchen. Die häufig gestellte Frage: Warum stehen wir so schlecht da? Warum können wir unsere positiven Seiten und unsere wichtigen Aufgaben so schlecht in die Öffentlichkeit vermitteln? Für solche Fragen sind in zunehmendem Maße Experten gefragt, insbesondere Medienexperten, Marketing-Strategen und Werbefachleute. Die Berührungsängste der Kirchen nehmen dabei in dem Maße ab, wie der Handlungsdruck wächst (vielleicht ein Beispiel dafür, daß mancher zu seinem Glück gezwungen werden muß?).

Das vorliegende Buch kann in dieses Themenfeld eingeordnet werden. Es ist die Dokumentation einer Tagung, die das Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP), der Arbeitskreis Evangelischer Unternehmer und die Evangelische Akademie Arnoldshain gemeinsam veranstaltet haben. Eingeladen waren führende Vertreter aus Öffentlichkeitsarbeit, PR und Kirche, die gemeinsam Selbstverständnis und Image der Kirche reflektierten und die Bedeutung von Öffentlichkeitsarbeit und PR für die Kirche diskutierten. Hintergrund war zweifellos nicht nur der Handlungsdruck im allgemeinen, sondern das Erkennen der offensichtlichen Diskrepanz zwischen der Einsicht, daß Öffentlichkeitsarbeit unverzichtbarer Bestandteil des Öffentlichkeitsauftrags der Kirchen ist und der

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1997-2-204, am 12.10.2024, 09:56:21
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Erfahrung, daß übertrieben zurückhaltende und teilweise unprofessionelle Öffentlichkeitsarbeit zu einem schlechten Image der Kirche in der Gesellschaft mindestens beitragen.

Zwei Teile sind in dem Buch erkennbar: ein grundsätzlicher, der die Bedeutung von Öffentlichkeitsarbeit aus verschiedenen Sichtweisen skizziert und ein praktischer, der Erfahrungen aus der kirchlichen Öffentlichkeitsarbeit darstellt.

Der grundsätzliche Teil beginnt mit eher deskriptiven „Anmerkungen zu Ausprägungen des Kirchenimages" des bekannten Marketing-Direktors von Mc Cann-Erikson (Frankfurt), Peter Carlsberg (11-17), der als bekennender evangelischer Christ und als Marketingfachmann von der Thematik doppelt betroffen ist. Daß Imagebildung der Kirche immer theologisch legitimiert sein muß, macht im Anschluß Landesbischof Klaus Engelhardt in seinem Beitrag „Selbstverständnis und Profil der Kirche als Voraussetzung für ihr Erscheinungsbild" (19-28) deutlich. Ganz im Duktus des Marketings formuliert er als *Unternehmensziel der Kirche*, die Verkündigung im Sinne des Taufbefehls Jesu, als *situatives Umfeld* „die Realität des Menschen und die Sünde" und als kirchliches *Angebot* die „Versöhnung mit Gott". Öffentlichkeitsarbeit sei dann sinnvoll, wenn sie auf diese Prämissen eingehe, Innovationen im öffentlichen Meinungsbildungsprozeß auslöse und gleichzeitig die Hör- und Gesprächsfähigkeit der Kirche stärke.

Die Tagung geht offenbar davon aus, daß ein wesentlicher Grund für das weitgehende Versagen kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit darin besteht, daß ihre Bedeutung als Leitungsaufgabe unterschätzt wird. Als Gegenbeispiel aus dem Wirtschaftsleben, von dem möglicherweise zu lernen ist, präsentiert Peter A. Philipp, Abteilungsdirektor Öffentlichkeitsarbeit bei Daimler-Benz, deshalb die „Öffentlichkeitsarbeit in der Wirtschaft als strategische Führungsaufgabe" (29-38). Er macht am Beispiel der eigenen Firma deutlich, daß jedes Weltunternehmen davon lebt, daß die Unternehmensführung eine verbindliche *corporate identity* vorgebe. Ähnliches, so Philipp, müsse auch für die Kirche gelten, deren reicher Schatz an Werten, Visionen und an Glauben eine ideale Ausgangsbasis für eine eigene *corporate identity* sei. Sie verbindlich zu formulieren, sei keine sekundäre, sondern eine vordringliche Aufgabe der Kirchenleitung.

Aufbauend auf diesen grundsätzlichen Erwägungen folgen drei Praxisberichte. Peter Steinacker, Kirchenpräsident in Hessen-Nassau, stellt vor, wie die Evangelische Kirche in seiner Region versucht, die Öffentlichkeitsarbeit zu intensivieren (39-47). Dies geschehe einerseits

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1997-2-204, am 12.10.2024, 09:56:21
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

durch die neu ins Leben gerufene Mitgliederzeitschrift „Echt", die vierteljährlich kostenlos jedem Haushalt zugestellt wird, in dem ein Mitglied der Evangelischen Kirche lebt, und durch das vielschichtige Projekt „Evangelisch - aus gutem Grund", das durch verschiedene Aktionen und Angebote die Fähigkeit zur verantworteten und mündigen Kirchenmitgliedschaft stärken will.

Öffentlichkeitsarbeit und *corporate identity* sind für die Diakonischen Werke, die stärker unter wirtschaftlichem Konkurrenzdruck stehen, seit längerer Zeit eine Selbstverständlichkeit. Jürgen Gohde, Präsident des Diakonischen Werks Deutschland, berichtet daher über seine Erfahrungen mit dem „Leitbild der Diakonie" (49-56), dessen Vermittlung nach innen und außen nicht als Vorgabe, sondern als prozessualer Vorgang begriffen wird. Statt 'von oben' definiert zu sein, werde die Corporate-Identity gemeinsam entwickelt, um unter den Mitarbeitern Eigenverantwortung, Kreativität und Experimentierfreude zu stärken.

Schließlich stellt Herbert Henzler, Chairman von McKinsey München, die vorläufigen Ergebnisse des „München-Programms" vor (57-103), mit dem die Evangelisch-Lutherische Kirche in München das Ziel verfolgt, „für das Leben und den Glauben von Menschen in der großstädtischen Gesellschaft attraktiver und bedeutsamer zu werden" (57). Dazu wurde in einer ersten Phase eine Bestandsaufnahme über das kirchliche Leben in München vorgenommen (April bis Dezember 1995), aus der in einer zweiten Phase (Januar bis Juli 1996) konkrete Empfehlungen erwuchsen. Die Umsetzung dieser Empfehlungen soll in drei Phasen geschehen, die ebenfalls kurz skizziert werden.

Die abschließende Diskussion, die ebenfalls in dem Band dokumentiert ist (105-116), macht das Problem der Veranstaltung und des Themas insgesamt deutlich: Die Vielschichtigkeit der Aspekte und der Argumente. So erkannte Bischof Klaus Engelhardt es im Sinne der „Leitbild-Debatte" als wichtige Aufgabe, „Öffentlichkeitsarbeit zu konzentrieren, zu fokussieren". Andere Teilnehmer wiesen dagegen auf die landeskirchliche Struktur der Evangelischen Kirche hin, die diesem „zentralistischen" Wunsch von vorn herein entgegenstünde. In ähnlicher Weise äußern sich Redakteure von Kirchenzeitungen aus einsehbaren Gründen gegen eine „Pressekonzentration", etwa durch die Einführung einer deutschlandweit einheitlichen Kirchenzeitung. Ebenso fürchten Öffentlichkeitsarbeiter um ihre Eigenverantwortung und Kirchenleitungen um ihre Selbständigkeit. Insgesamt also weist der Tagungsbericht „Öffentlichkeitsarbeit als Leitungsaufgabe der

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1997-2-204, am 12.10.2024, 09:56:21
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Kirchen" auf ein zweifellos vorhandenes Defizit hin. Er zeigt aber auch, wie schwierig es ist, Strukturen, die im Wirtschaftsleben selbstverständlich und sinnvoll sind, ins „Unternehmen Kirche" zu übertragen. Inwieweit deshalb Buch und Tagung dazu beitragen, die Öffentlichkeitsarbeit konsequent als Leitungsaufgabe zu begreifen *und* zu bearbeiten, bleibt abzuwarten.

Susanne Kampmann

Jürgen Wilke (Hg.), Ethik der Massenmedien (Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 10), Wien: Braumüller 1996, 238 S.

Die „Studienbücher zur Publizistik und Kommunikationswissenschaft", die vor rund 10 Jahren ins Leben gerufen wurden, richten sich vornehmlich an Studierende der Publizistik bzw. Journalistik. Sie haben es sich zur Aufgabe gemacht, zu bestimmten Themenbereichen „unentbehrliche Mußtexte zu sammeln" (IX). Damit wollen sie die „lesende Erforschung eines Fachgebiets unabhängig machen von der Zufälligkeit des Lehrangebots und den (...) vielerlei Schwierigkeiten eigenständiger Literatursuche" (IX). Bereits bearbeitete Themenfelder sind beispielsweise die Politische Kommunikation (Bd. 2), die Mediengeschichte (Bd. 6) oder die Öffentlichkeitsarbeit (Bd. 7).

Als Band 10 dieser Reihe ist nun das Buch zur „Ethik der Massenkommunikation" erschienen. In den vergangenen Jahren, in denen sich parallel mit der Explosion medialer Angebote auch kritische Stimmen gemehrt haben, die Qualität statt Quantität im Journalismus verlangen und dabei auch ethische Grundkonstanten anmahnen, hat diese Thematik an Bedeutung gewonnen. Dennoch sind berufsethische Lehrangebote weiterhin eine Marginalie in der Journalistenausbildung und auf der theoretischen Ebene herrscht große Unsicherheit. Andererseits hat Jürgen Wilke in seinem einführenden Artikel „Journalistische Berufsethik in der Journalistenausbildung" (1-12) sicher Recht, wenn er feststellt, ihm scheine „der wissenschaftlichen Abstinenz auf der Seite der Journalisten durchaus ein aus schwer faßbaren Quellen gespeistes normatives Bewußtsein gegenüberzustehen" (1) und daraus auf einen Imperativ für die wissenschaftliche Forschung schließt. Die Wahrnehmung bestehender Denkansätze, die das Studienbuch ermöglicht, ist dabei unabdingbare Voraussetzung zum Weiterdenken.

Die Aufsatzsammlung gliedert sich in vier große Blöcke: in *Theoretische Ansätze* (27-114), *Journalistische Anwendungsbereiche* (115-157), *Empirische Befunde* (158-179) und *Beiträge aus der*

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1997-2-204, am 12.10.2024, 09:56:21
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Praxis (180-216). Hinzu kommen ein vorangestellter *Grundsatzartikel*, in dem Otfried Höffe die Frage stellt, inwieweit die Aufstellung moralischer Prinzipien in gesellschaftlichen Diskursen überhaupt möglich ist (Ersterscheinung: 1981), ein *Anhang*, in dem Regelungen journalistischer Selbstkontrolle dokumentiert sind (Pressekodices aus Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie die Prüfungsgrundsätze der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen) sowie ausführliche *weiterführende Literaturhinweise*.

Abgesehen von einem Artikel Emil Dovifats, der die „normative Publizistik" repräsentiert und im Jahr 1963 erschien, und einem Praxisartikel von Gerd Bacher aus dem Jahr 1975 stammen alle Beiträge aus den 80er bzw. 90er Jahren. Die früheren ethischen Erwägungen, die vor allem im Zusammenhang mit der Einführung von Film und Fernsehen erschienen und häufig von pessimistischen Einschätzungen geprägt sind, sind damit nicht erfaßt. Diese Einschränkung hat insoweit Berechtigung, als manche dieser Texte zwar wissenschaftshistorische, aber kaum mehr inhaltliche Relevanz haben; zudem greifen die neueren Artikel teilweise referierend auf ältere Erscheinungen zurück.

Berücksichtigt wurden nicht nur publizistikwissenschaftliche Veröffentlichungen. So ist mit dem Artikel von Alfons Auer „Verantwortete Vermittlung. Bausteine einer medialen Ethik" (41-52; Ersterscheinung: 1980) auch ein moraltheologischer Ansatz vertreten. Er besitzt allerdings wenig Originalität, insofern er sich stark auf den systemtheoretischen Ansatz Manfred Rühls (der selbst mit einem Artikel vertreten ist) und auf die Pastoralinstruktion „Communio et Progressio" bezieht. Die „Theoretische Ansätze" stammen ansonsten aus der Moralphilosophie (Hermann Boventer und Hermann Lübbe) und - ausführlicher - aus der Systemtheorie (72-114 mit Aufsätzen von Ulrich Saxer, Manfred Rühl und Stephan Ruß-Mohl).

Im folgenden konkretisieren sich die moraltheoretischen Erwägungen in speziellen journalistischen Anwendungsbereichen. So beschäftigt sich Lutz Erbing mit den Berufsnormen im Nachrichtengeschäft (115-135) und vergleicht dabei die deutsche und die us-amerikanische Praxis. Eher essayistisch orientiert und deshalb etwas aus dem Rahmen dieser wissenschaftlichen Sammlung fallend sind die zwölf „Tips" von Hertha Sturm zum ethisch angemessenen Umgang mit Interviewpartnern (136-140) und die Anmerkungen von Helmut F. Spinner zum Wissenschaftsjournalismus (141-143). Diese Auswahl erscheint etwas zufällig und läßt systematisch reflektierendere Beiträge vermissen. Dies hängt möglicherweise mit der schwa-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1997-2-204, am 12.10.2024, 09:56:21
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

chen Quellenlage zusammen und ist als Hinweis auf die faktischen Schwierigkeit bei der Entwicklung einer praktisch orientierten Medienethik zu werten.

Ergänzt werden diese Texte durch „Empirische Befunde". Eine frühe (1979!) Studie von Hans Mathias Kepplinger und Inge Vohl zum Verantwortungsbewußtsein von Fernsehredakteuren ist relativ breit geschildert (158-176). Die Aussagekraft der Daten wird allerdings dadurch schwer einschätzbar, daß sie nicht mit neueren Daten konfrontiert werden. Ganz kurz gefaßt ist eine Untersuchung zur Bereitschaft von Journalisten, sich „ungewöhnlicher Recherchemethoden zu bedienen" (177-179).

Den Abschluß bilden kurze Aufsätze zu speziellen ethischen (Konflikt-) Themen, beispielsweise der Beitrag von Gerd Bacher über ethischen Zwänge, die Journalisten im Umgang mit der Politik erleben, der Aufsatz von Dieter Stolte zu „Grundregeln für die Berichterstattung über Gewalt und Katastrophen", der aktuell auf das „Gladbecker Geiseldrama" reagierte, und ein Zeitungsartikel von Sigrid Löffler, die die These vertritt, daß die „Quotenjagd" zunehmend zum letztgültigen Kriterium für erfolgreichen Journalismus wird.

Medienethische Experten werden bei der Auswahl der Texte vieles vermissen. Dennoch muß bei der Bewertung bedacht werden, daß es Ziel dieses Studienbuches ist, Studierenden einen überblickhaften und interessanten Einstieg in die Debatte zu ermöglichen. Dafür ist die Auswahl durchaus gelungen. Dies gilt auch für den Wechsel zwischen längeren, wissenschaftlichen Texten und eher journalisch gehaltenen „Denkanstößen". Insofern ist der Anspruch der Herausgeber, „unentbehrliche Mußtexte zu sammeln", erfüllt. Hilfreich wäre dagegen ein speziell für dieses Buch verfaßter Einführungsartikel gewesen, der kurz auf die inhaltliche und historische Bedeutung der „Mußtexte" hinweisen und dadurch Studierenden eine wissenschaftliche Einordnung erleichtern würde.

Susanne Kampmann

Kurzbesprechungen

A. Frhr. v. Campenhausen, Staatskirchenrecht. 3., überarbeitete und ergänzte Auflage, München (C. H. Beck) 1996, 484 S.

Auf das deutsche Staatskirchenrecht, dessen zentrale Bestimmungen zum größten Teil aus der Weimarer Reichsverfassung übernommen wurden und das den Prozeß der Wiedervereinigung noch unverändert überstanden hat, dürften spätestens im Hin-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1997-2-204, am 12.10.2024, 09:56:21
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

blick auf den europäischen Integrationsprozeß ganz neue Fragen und Herausforderungen zukommen. Aber auch umstrittene 'innerdeutsche' Fragestellungen wie etwa die Einführung von ‚Lebenskunde - Ethik - Religion' (LER) als ordentliches Schulfach im Land Brandenburg weisen darauf hin, daß staatskirchenrechtliche Grundsatzfragen heute keineswegs inaktuell sind.

Diesem Problemniveau stellt sich das jetzt neu aufgelegte Standardwerk des bekannten Göttinger Staatskirchenrechtlers, das jetzt um wichtige Kapitel zu den Themen Dienst- und Arbeitsrecht, Medienrecht, Rechnungsprüfung, Staat und Kirche in der Europäischen Union u.a. ergänzt wurde. Nach einem chronologisch geordneten Überblick über „die geschichtlichen Grundlagen" des modernen Staatskirchenrechts (1-48) folgt als 2. Teil eine systematische Darstellung der „verfassungs- und vertragsrechtlichen Grundlagen des Staatskirchenrechts" (49-161), die zuverlässige Informationen über nicht unproblematische Fragestellungen wie den Status der 'Körperschaften des öffentlichen Rechts' für einzelne Religionsgemeinschaften im Unterschied zur rein privatrechtlichen Rechtsstellung anderer Religionsgruppen, zum Selbstbestimmungsrecht religiöser Gemeinschaften und ihren Grenzen, zum Problem positiver und negativer Religionsfreiheit, aber auch zur Religionsfreiheit des Islams (88-93) enthält, der mittlerweile in manchen Großstädten (etwa in Berlin) bereits die zweitstärkste ‚Konfession' bildet, aber z.B. nach wie vor keinen eigenen Religionsunterricht an öffentlichen Schulen anbieten kann. Im 3. Teil behandelt Campenhausen die - seit langem im wesentlichen unveränderte - allgemeine „Rechtsstellung der Kirchen und Religionsgemeinschaften" (162-309), bevor im 4. Teil dann ausgewählte „staatskirchenrechtliche Einzelfragen" (310-384) zur Sprache kommen. Hier geht es u.a. um die - einer breiten Öffentlichkeit oft wenig bekannten -sogenannten 'Staatsleistungen' an die Kirchen, die auch heute noch unmittelbar aus dem Reichsdeputationshauptschluß von 1803 und der damaligen Entfeudalisierung der Kirchen hergeleitet werden, aber auch um die durchaus kontrovers beurteilte Stellung von Kirchen und Religionsgemeinschaften im deutschen Medienrecht. Aufschlußreich und für den Prozeß der europäischen Einigung besonders wichtig ist schließlich auch der 5. Teil (385-426), in dem Campenhausen verschiedene Modelle staatskirchenrechtlicher Ordnung, etwa die Trennungskonzeptionen in Frankreich und den Vereinigten Staaten, vorstellt und konkrete Einzelfragen im Hinblick auf das (weitgehend noch zu erarbeitende) Vertrags-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1997-2-204, am 12.10.2024, 09:56:21
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

werk der Europäischen Union kontrovers diskutiert.

Mit seinem umfangreichen Literaturverzeichnis (431-466) und seinem detaillierten Sachregister (467-484) bildet Campenhausens neues 'Staatskirchenrecht' eine unverzichtbare Informationsquelle zu allen einschlägigen Fragen der rechtlichen Ordnung des Verhältnisses von Staat und Kirche.

HJGK

Joseph Healey/Donald Sybertz, Towards an African Narrative Theology, Nairobi: Paulines 1996, 397 Seiten

Dieses Buch ist die Frucht einer langjährigen Liebe und Anwesenheit in Afrika. Schon als Kommunikationssekretär der Ostafrikanischen Bischofskonferenzen in den frühen 70er Jahren war Joseph Healey an den traditionellen Kommunikationsformen, vor allem an der oralen Kommunikation afrikanischer Kulturen, brennend interessiert. Über viele Jahre hat er Sprichwörter, Rätsel, Mythen und Erzählungen aus den verschiedensten Stämmen gesammelt, sie mit Texten der Hl. Schrift verglichen und sie dem pastoralen Leben der Kirche zugeordnet, das er selbst vor allem in den Basisgemeinden in Tansania erlebte. Zusammen mit Donald Sybertz, seinem Mitbruder von Maryknoll, legt er jetzt eine Zusammenschau seiner langjährigen Arbeit in sechs verschiedenen thematischen Gruppierungen vor.

Jedes Kapitel dieses Werkes beginnt mit zwei Sprichwörtern oder Rätseln, mit Erzählungen und Beispielen, die mit biblischen Texten verglichen werden. Es folgen jeweils daraus sich ergebende theologische Einsichten und Überlegungen zu deren Bedeutung für die Evangelisierung und pastorale Praxis der Kirche. Die Kapitel gruppieren sich, nach einem Einführungskapitel zu einer „afrikanischen narrativen Theologie der Inkulturation" um folgende Themen: 1. Jesus, göttlicher Heiler und ältester Bruder-Fürsprecher; 2. Kirche als Großfamilie Gottes; 3. Ein Gast ist ein Segen; 4. Jesus, Sieger über den Tod; 5. Beziehung heißt: zusammen essen; 6. Menschen sorgen, Gott heilt; 7. vom Ruf zur Sendung. Jedes Kapitel bringt eine solche Fülle von Beispielen und Einzelheiten, daß man sich oft eine noch integriertere Zusammenschau wünschte.

Das Buch, das inzwischen wegen der großen Nachfrage bereits nachgedruckt werden mußte, wendet sich vor allem an solche, die an Fragen afrikanischer Theologie interessiert sind, aber vor allem auch an jene, die in der afrikanischen Wirklichkeit leben und sich um eine größere Integration christlichen Lebens in die orale afrikanische Kultur bemühen. Für den Kommunikations-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1997-2-204, am 12.10.2024, 09:56:21
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

wissenschaftler ist das Buch ein weiterer Beweis für die Bedeutung traditioneller, hier: oraler Kommunikation im Leben afrikanischer Gemeinschaften. Für viele andere Teile der Welt könnte man wahrscheinlich ähnliche Feststellungen treffen.

Franz-Josef Eilers

Gerhard Maletzke, Interkulturelle Kommunikation. Zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen, Opladen: Westdeutscher Verlag 1996, 226 Seiten

Einer der wenigen deutschen Autoren, dessen Textbücher und Studien zur interkulturellen Kommunikation im englischsprachigen Raum auch heute noch genannt werden, ist Gerhard Maletzke. Seine schon 1976 in einem Sammelband (mit H. D. Fischer und John Merill) veröffentlichte Definition interkultureller Kommunikation als Prozeß des Austausches von Gedanken und Meinungen zwischen Menschen verschiedener Kulturen wird auch heute noch benutzt. Jetzt hat er endlich eines der ersten deutschsprachigen Bücher zur interkulturellen Kommunikation veröffentlicht, das wohl auch seine eigenen Erfahrungen im Einsatz in anderen Ländern und Kulturen widerspiegelt.

Das Buch „zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen" beginnt mit Grundlagen bzw. Grundfragen menschlicher Kultur, wie etwa dem Kulturbegriff, Ethnozentrismus, Fremdsein, Kulturdistanz und der Umschreibung interkultureller Kommunikation. Strukturmerkmale von Kulturen umschließen Wahrnehmung, Zeiterleben, Denken, Sprache, Verhalten, Sozialstrukturen, Vorstellungen und Einstellungen im kulturellen Umfeld und ihre Bedeutung für das konkrete Verhalten in einer Kultur.

Das Buch ist keine rein akademische Abhandlung, sondern wendet sich an die „große, weiter wachsende Gruppe von Praktikern, die in der Fremde leben oder beabsichtigen, in die Fremde zu gehen und die nach einem besseren Verständnis einer fremden Kultur und eines Aufenthaltes in der Fremde suchen" (Vorwort).

Als einem gediegenen Wissenschaftler mit eigener mehrjähriger Auslandserfahrung ist es Gerhard Maletzke in diesem Band gelungen, in einer gut lesbaren Sprache Wissenschaft und Praxis miteinander zu verbinden. Man möchte hoffen, daß mit diesem Werk dem Studium und der Erforschung interkultureller Kommunikation auch in deutschsprachigen Ländern endlich die Türen geöffnet werden. Schließlich finden sich Wirtschafts- und Kulturunternehmen des deutschsprachigen Raumes in vielen Teilen der Welt. Dieses Buch könnte Landsleuten

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1997-2-204, am 12.10.2024, 09:56:21
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

und Besuchern in Übersee etwas mehr Verständnis für andere Kulturen vermitteln, welches nach der Erfahrung von Ausländern mit uns oft zu fehlen scheint.

Franz-Josef Eilers

Melissa Müller, Die kleinen Könige der Warenwelt. Kinder im Visier der Werbung, Frankfurt: Campus 1997, 240 S.

Während der Text zur „Ethik der Werbung", den der Päpstliche Rat für die Sozialen Kommunikationsmittel jüngst herausgegeben hat (vgl. die Dokumentation in diesem Heft), dem Themenfeld 'Kinder und Werbung' nur eine kurze Zwischenbemerkung widmet (Nr. 16), ist es in der säkularen Literatur längst zum Kernproblem avanciert. Denn die Werbung hat Kinder aller Altersstufen seit langem als wichtige Zielgruppe erkannt. Kinder sind selbst Käufer und, was noch wesentlicher ist, sie bestimmen den Einkauf ihrer Eltern - auch bei Produkten des täglichen Verbrauchs - maßgeblich mit. Aus dieser Erkenntnis heraus hat die Journalistin Melissa Müller ihr Buch verfaßt. Es ist ein populärwissenschaftliches, gut lesbares Buch, das vor allem für Eltern und Großeltern, für Lehrer und Erzieher manch interessante Information bergen dürfte.

Melissa Müller bietet einen Einblick in unterschiedlichste Facetten des Themas. Sie skizziert einschlägige Ergebnisse der Wirkungsforschung und der Kinderpsychologie, wirft einen Blick hinter die Kulissen der Werbeindustrie und der Familiensoziologie und spickt alle Daten und Fakten mit „wahren Geschichten, die das Leben schrieb" (oder die zumindest so klingen). Einfache Schuldzuweisungen gibt es nicht. Weder sind es die bösen Medien, die die armen Kinder verführen, noch die geldgierigen Wirtschaftsunternehmen noch die unfähigen Eltern. Der Ansatz ist eher konstruktiv: Wahrnehmung der Wirklichkeit und Chancen zum positiven Handeln. Dazu soll auch der Abdruck der Werberichtlinien für das Kinderfernsehen beitragen sowie verschiedene Tips für Eltern und Erzieher, beispielsweise die us-amerikanischen CARU-Tips (Childrens Advertising Review Unit) und Melissa Müllers eigene Vorschläge. Bei den letztgenannten praktischen Teilen bleibt allerdings der Eindruck zurück, daß Kinder, deren Eltern diese (zeitintensiven) Tips befolgen, sowieso eher unempfänglich sind für Manipulation durch Werbung. Dennoch ist das Buch eine hochinteressante Lektüre, die schon mit dem Klappentext Nachdenklichkeit auslöst. Dort ist nämlich die bekannte Kinderbuchautorin Christine Nöstlinger mit dem Ausspruch zitiert: „Gott braucht man als Kind, man nimmt ihn also auch

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1997-2-204, am 12.10.2024, 09:56:21
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

an, wenn er ‚Diesel' oder ‚Nike' heißt. Daß man mit ihm nicht glücklich wird, zeigt sich daran, daß er jedes Jahr den Namen wechselt".

SuK

Gerhard Schmied/Wolfgang Wunden, Gotteslästerung? Vom Umgang mit Blasphemien heute (Mainzer Perspektiven, Orientierungen 3), Mainz: Bischöfliches Ordinariat 1996, 110 S. (zu beziehen beim: Bischöflichen Ordinariat, Abt. Öffentlichkeitsarbeit, Bischofsplatz 2, 55005 Mainz).

Wir leben in einer respektlosen Zeit. Weder Gott noch Religion, weder Glauben noch Kirche sind heute sicher vor Verulkung, vor Umdeutung und mißbräuchlicher Indienstnahme. Davon fühlen sich viele religiöse Menschen betroffen. Zugleich aber werden solche Vorkommnisse nicht zum öffentlichen Thema, das publizistisch, theologisch und rechtlich nachhaltig diskutiert wird. Zur Aufarbeitung dieses Defizits möchte der vorliegende Band beitragen.

Gerhard Schmied, Soziologe an der Universität Mainz, bietet einen Grundsatzartikel unter dem Titel: „‚Du sollst den Namen Gottes nicht verunehren'. Blasphemie und anderer Mißbrauch der Religion in der modernen Gesellschaft" (11-82). In den einleitenden Bemerkungen wird der persönliche Zugang des Autors zum Thema deutlich: Betroffenheit über Medienveröffentlichungen, in denen Katholiken auf üble Weise verunglimpft werden. Die Perspektive, mit der Schmied auf dieses wachsende Phänomen blickt, ist eine soziologische. Von daher ist auch zu verstehen, daß der Autor sein Thema (zu?) schnell ausweitet von der Verunehrung Gottes im engen Sinne zur Verunglimpfung von Gläubigen und Kirche; Gotteslästerung und Kirchenlästerung erscheinen so fast identisch, eine Grundentscheidung, die soziologisch möglicherweise angemessen, theologisch aber zumindest anzufragen ist. Inhaltlich bietet Schmied eine kulturgeschichtliche Einordnung des Begriffs Blasphemie, die von archaischen Gesellschaften bis zum bundesrepublikanischen Strafrecht reicht. Im Anschluß skizziert er verschiedene Ebenen von Blasphemien und Religionsmißbrauch und versucht dabei zu begründen, warum der Text so wenig zwischen der Lästerung Gottes, dem Mißbrauch religiöser Symbole und Glaubenslehren und der Beschimpfung und Verleumdung gläubiger Menschen differenziert. Die folgenden Kapitel kreisen um Ausformungen der Blasphemie in der modernen Gesellschaft, die mit zahlreichen Beispielen aus Kunst, Literatur, Satire und Werbung illustriert sind, um die rechtliche Situation und um den Versuch, Gründe für den wachsenden Respektverlust

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1997-2-204, am 12.10.2024, 09:56:21
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

vor Gott und der Religion zu finden. Sie findet Schmied nicht nur in der säkularen Gesellschaft. Auch die Kirche müsse sich fragen lassen, wie sie mit ihren heiligen Zeichen und Symbolen umgehe. So erinnere ihn die liturgische Verwendung des englischen Wortes „cup" für Kelch eher an Sportveranstaltungen als an Religion und er fordert: „Autoren und Übersetzer liturgischer Texte sollten sich ihre Produkte einmal unter dem Gesichtspunkt der Blasphemie betrachten" (66).

Im zweiten Teil des Buches beschäftigt sich Wolfgang Wunden, Leiter des Referats „Planung und Koordination Hörfunk" beim Süddeutschen Rundfunk und Verfasser zahlreicher medienethischer Bücher, mit dem Thema „Blasphemie: Ärgernisse als Herausforderung der Christen" (84-105). Ziel seines Beitrags ist es, „zu einer differenzierten ethischen Betrachtung der Blasphemie in ihren modernen Äußerungsformen zu kommen" (86) und gleichzeitig „eine angemessene, christliche Reaktion auf Blasphemie zu entwickeln" (85). Wunden kommt dabei zu einem recht ausgewogenen Urteil. So müsse man im Einzelfall prüfen, was einen Provokateur zur Blasphemie treibe. Die Reaktion müsse anders ausfallen, wenn es sich um „Lustgewinn" oder Kirchenhaß handle, um eine Marketing-Strategie, um ernsthafte Kritik am bestehenden Gottesbild oder um einen provokativen Denkanstoß. Zudem mache manch empörter Protest das „Produkt" erst richtig bekannt. Andererseits gehöre es zum Christsein, sich über Konflikte (auch öffentlich) streiten zu können. Insofern rufe „Blasphemie als 'Provokation' die Christen heraus aus der Wohligkeit der in sich ruhenden 'Kommunität', zum Streit an den Rändern, zur Auseinandersetzung mit Kritikern" (103).

Das Buch von Gerhard Schmied und Wolfgang Wunden greift ein aktuelles Problem auf, das in unserer zunehmend säkularen Mediengesellschaft noch an Bedeutung gewinnen wird. Durch die zahlreichen Beispiele und die eindeutigen Positionen wird es in vielen Punkten Zustimmung finden, aber gleichwohl in manch theologischer Bewertung Widerspruch hervorrufen. Als Diskussionsgrundlage ist es in jedem Fall zu empfehlen.

SuK

Schulfernsehen in Europa. Eine Auswahlbibliographie. München: IZI 1996, 264 S. (Das Buch kann kostenlos bestellt werden: Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen. Rundfunkplatz 1, 80335 München).

Die Auswahlbibliographie hat es sich zum Ziel gesetzt, die wichtig-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1997-2-204, am 12.10.2024, 09:56:21
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

sten thematischen Fachpublikationen der Jahre 1975-1995 zusammenzustellen. Berücksichtigt wurde dabei ausschließlich veröffentlichte und öffentlich zugängliche Literatur (keine Examensarbeiten); ausgeschlossen wurden Begleitmaterialien zu Schulfernsehprogrammen sowie außereuropäische Literatur. Das Material ist nach vierzehn Sachgruppen und Themenbereichen gegliedert (Beispiele: Schulfernsehen im Unterricht; Bildungspolitische Aspekte; Einfluß neuer Technologien u.a.) und verfügt außerdem über ein Stichwortverzeichnis. Der Inhalt dieser Bibliographie soll demnächst zusammen mit einem „erweiterten Datenbestand Medienpädagogik" auch auf CD-Rom erhältlich sein.

SuK

https://doi.org/10.5771/0010-3497-1997-2-204, am 12.10.2024, 09:56:21
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb