

I. EINLEITUNG	15
1. Öffentliche Theologie	18
2. Kirche im Rahmen Öffentlicher Theologie	21
3. Medien im Rahmen Öffentlicher Theologie	23
4. Unberücksichtigte Kommunikation	31
5. Personalisierung	34
6. Gegenstand und Aufbau der Arbeit	40
II. THEOLOGISCHE ORIENTIERUNG: KIRCHE ALS GESTALT CHRISTLICHER HOFFNUNG	43
1. Vorbemerkungen	43
2. Horizont	48
2.1 Jürgen Moltmanns Entwurf des Erwartungshorizontes	48
2.1.1 Verheißung und Hoffnung für diese Welt	49
2.1.2 Christologische Bestimmung des Erwartungshorizontes	54
2.1.3 Christenheit im Erwartungshorizont des Reiches Gottes	59
2.1.4 Auf dem Weg zu einer öffentlichen Dogmatik der Kirche	66
2.2 Dynamisches Verständnis von Kirche, Welt und Mensch	68
2.3 Relationales Verständnis von Christenheit in der Geschichte	72
2.3.1 Relationales Verständnis des Menschen	73
2.3.2 Relationale Ekklesiologie	74
2.3.3 Konsequenzen	76
2.4 Funktionales Verständnis von Christenheit in der Geschichte	77
3. Kriterium	81
3.1 Christenheit und gekreuzigter Gott bei Jürgen Moltmann	84

3.2	Die Bedeutung der Kreuzestheologie für die Ekklesiologie	92
3.2.1	Gekreuzigter Gott	92
3.2.2	Kirche in der Kraft des Geistes.....	94
3.2.3	Konsequenzen.....	97
3.3	Die Bedeutung der Kreuzestheologie für die Anthropologie	101
4.	Dynamik	103
4.1	Grundzüge der Ekklesiologie in KKG	104
4.2	Charisma und Charismata.....	108
4.2.1	Charisma und Auftrag	110
4.2.2	Aufträge	114
5.	Ertrag: Theologische Grundorientierungen	118

III.	SOZIALPHILOSOPHISCHE ORIENTIERUNG: DISKURS UND MYTHOS	121
1.	Personalisierung zwischen Raisonement und Konsum	125
1.1	Repräsentative Öffentlichkeit und Personalisierung	126
1.2	Literarische bürgerliche Öffentlichkeit.....	127
1.3	Politisch fungierende bürgerliche Öffentlichkeit.....	130
1.4	Der Zerfall der Öffentlichkeit.....	136
2.	Personalisierung zwischen Lebenswelt und System	142
2.1	Personalisierung zwischen Erfolgs- und Verständigungs- orientierung	144
2.2	Personalisierung zwischen System und Lebenswelt.....	148
2.3	Personalisierung und Kolonialisierung.....	159
3.	Personalisierung zwischen Peripherie und Zentrum	164
4.	Ergänzung: Personalisierung zwischen Mythos und Logos	170
4.1	Mythische Personifizierung und massenmediale Personalisierung ...	173
4.2	Gesellschaft: Funktion des Mythischen	176
4.3	Kultur: Alltagswissen und Mythos.....	180
4.4	Mythisches Denken.....	186
4.5	Typische Handlungseinheiten und archetypische Personen	190

5.	Ertrag im Horizont theologischer Orientierung	193
5.1	Zum diskurstheoretischen Ertrag.....	193
5.2	Zum mythen-theoretischen Ertrag	198

IV. INTERDISZIPLINÄRE WAHRNEHMUNG UND ORIENTIERUNG: RELATIONEN.....205

1.	Wirkbeziehungen.....	205
1.1	Der dynamisch-transaktionale Ansatz.....	206
1.2	Skizze medialer Kommunikationsprozesse	220
1.3	Ertrag im Horizont theologischer Orientierungen	226
1.3.1	Deskriptiver Ertrag: Personerzählungen im Netz dynamischer Transaktionsbeziehungen.....	226
1.3.2	Theologischer Ertrag: Deutung dynamischer Transaktionen.....	227
1.3.3	Ethischer Ertrag: Konsequenzen für die Adressatenfrage.....	231
2.	Mediale Darstellungen.....	232
2.1	Nachrichtenwertforschung.....	234
2.1.1	Theoretische Grundüberlegung	236
2.1.2	Nachrichtenfaktoren und Nachrichtenwerte	239
2.1.3	Geltungsbereiche und Relevanzebenen.....	244
2.1.4	Personalisierung als Nachrichtenfaktor	247
2.1.5	Nachrichtenauswahl historisch	254
2.1.6	Nachrichtenproduktion im Kommunikationsfeld: Personalisierung als Wirkung.....	257
2.2	Personalisierte Medienrealität und personalisierende Medienproduktion der Kirche.....	261
2.2.1	Personorientierung.....	261
2.2.2	Privatorientierung	263
2.2.3	Prominenzorientierung.....	263
2.2.4	Einordnung der Ergebnisse.....	267
2.3	Ertrag im Horizont theologischer Orientierungen	269
2.3.1	Voraussetzungen einer praxisrelevanten Orientierung der Medienproduktion.....	269

2.3.2	Praxisorientierungen für Personalisierung in der Medienproduktion	271
3.	Selbstdarstellung gesellschaftlicher Akteure	275
3.1	Beobachtete Parteien	275
3.1.1	Personalisierte Selbstdarstellung	275
3.1.2	Personalisierende Strukturen: Präsidentialisierung	284
3.1.3	Personalisierende Strukturen: Professionalisierung	288
3.2	Beobachtete Kirche	294
3.2.1	Personalisierte Selbstdarstellung	294
3.2.2	Personalisierende Strukturen: Kirchenrechtlicher Rahmen	296
3.2.3	Personalisierende Strukturen: Professionalisierung – Kirchenbindung – Personalisierung	300
3.3	Ertrag im Horizont theologischer Orientierungen	304
3.3.1	Selbstdarstellung	305
3.3.2	Mehr Exemplarorientierung?	305
3.3.3	Mehr Nichtordinierte Christen in kirchlicher Selbstdarstellung?	307
3.3.4	Professionalisierung und Episkopalisierung	309
4.	Publikale Wahrnehmungen	312
4.1	Ereignisse und Personen in der Medienrezeption	315
4.1.1	Personalisiertes Wahrnehmen und Erinnern	315
4.1.2	Sich auf Personen beziehen	325
4.2	Kirche in der Medienrezeption	340
4.2.1	Kirche wahrnehmen und erinnern	341
4.2.2	Sich auf die Repräsentantinnen und Repräsentanten der Kirche beziehen	344
4.3	Ertrag im Horizont theologischer Orientierungen	346
4.3.1	»Wahrnehmen und Erinnern« im Horizont der Hoffnung	348
4.3.2	»Sich-Beziehen« im Horizont der Hoffnung	349

V. INTERDISZIPLINÄRE WAHRNEHMUNG UND ORIENTIERUNG: DYNAMIKEN355

1.	Typ 1: »Star« und »Anti-Star« als Personalisierungsdynamiken	356
----	--------------------------------------------------------------	-----

1.1	Allgemeine Beschreibung des Dynamiktyps	356
1.2	Die mediale Konstruktion von Margot Käßmann.....	363
1.3	Theologische Orientierung: Kirche in der Personalisierungs- dynamik Star.....	366
2.	Typ 2: »Öffentlicher Intellektueller« als Personalisierungs- dynamik	372
2.1	Allgemeine Beschreibung des Dynamiktyps	372
2.2	Die mediale Konstruktion von Wolfgang Huber.....	376
2.3	Theologische Orientierung: Kirche in der »Intellektuellen-Dynamik«	379
3.	Typ 3: »Exemplar« als Personalisierungsdynamik.....	382
3.1	Allgemeine Beschreibung des Dynamiktyps	382
3.2	Theologische Orientierung: Kirche in dieser Personalisierungs- dynamik	383

VI. SCHLUSS: PERSONALISIERUNGSDYNAMIKEN ALS CHANCE UND GEFAHR.....	387
-------------------------------------------------------------------------------	------------

LITERATURVERZEICHNIS	395
-----------------------------------	------------

SACHREGISTER.....	417
--------------------------	------------