

# Inhalt

1	Beziehungen und Verbindungen	7
2	Die Kirchen als Testobjekt	10
3	Missionare und Mönche	15
3.1	Revolutionäre Momente	16
3.2	Die streitenden Kirchen	19
3.3	Von der Koexistenz zur Kooperation	22
4	Hierarchie und Kirchenorganisation	25
4.1	Bändigung der Massen	27
4.2	Das Modell von Max Weber	31
4.3	Grade der Beteiligung	34
4.4	Die Wirksamkeit kirchlicher Kommunikationen	37
5	Die Technik des Überredens	40
5.1	Das silberne Latein	41
5.2	Eigentümlichkeiten der Prediktkultur	44
6	Jargon der Frömmigkeit	49
6.1	Atavismen	52
6.2	Kitsch	54
6.3	Aggressivität und Dogmatismus	57
6.4	Theologen-Deutsch	59
7	Die Kirchenpresse	62
7.1	Der Markt der Kirchenpresse	63
7.2	Redaktionelle Politik	68
7.3	Religion in der Massenpresse	71
8	Der Kirchenfunk	74
8.1	Mediengerechte Darbietung	77
8.2	Moralisten am Werk	79

8.3 Zielgruppen und Meinungsführer	81
8.4 Humor und Satire	86
9 Der Markt des Vergnügens	88
9.1 Fetisch Auto	89
9.2 Süchte und Räusche	91
9.3 Geschäft mit der Schönheit	93
9.4 Der Starkult	95
9.5 Tourismus in Massen	98
9.6 Sport und Spiel	99
9.7 Protest von links	101
10 Mythen im modernen Gewand	104
10.1 Der Heilbringer in der Massenkultur	105
10.2 Propositionen und Sprachspiele	108
11 Zeremonien und Bräuche	113
11.1 Riten im Kirchenraum	116
11.2 Bauten und Bilder	118
12 Der Verkehr mit der Umwelt	123
12.1 Erneuerung und Ultrastabilität	125
12.2 Das Verzögerungsmoment	127
12.3 Die theologische Avantgarde	130
12.4 Verwirrung der Gläubigen	133
12.5 Beobachtung und Erfolgskontrolle	135
13 Das entscheidende Dilemma	143
13.1 Konfliktstoffe zwischen Kirche und Gesellschaft	147
13.2 Grenzen der Macht	152
14 Die Tröstungen der Religion	154
15 Literaturverzeichnis	158