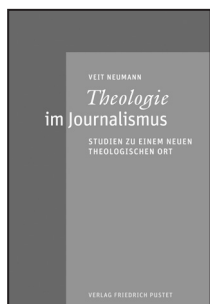


ein christliches Lachverständnis“ (S. 218). Rahner fordert dazu auf, zu lachen und sich beim Lachen der eigenen Menschlichkeit bewusst zu sein. „Das Lachen des Menschen, das unverständlich-kindliche Lachen, das sich des Anspruches vollständiger Gottes- und Welterkenntnis entsagt, wird damit zu einem Bekenntnis vor Gott. Im Lachen nimmt sich der Mensch als das an, was er ist – ein endliches Geschöpf, nicht der Herr der Geschichten“ (S. 216).

Dieses Sachbuch entwirft eine scharfsinnige Theologie des Lachens, bei der das Thema in seiner philosophisch-theologischen Komplexität zur Sprache kommt. Es ermöglicht für die Medien- und Kommunikationsethik zahlreiche Anknüpfungspunkte, da satirische Beiträge zur Religion in Zukunft sicherlich zunehmen werden. In diesem Sinne bietet das Buch einerseits reichhaltiges Hintergrundwissen, um öffentliche Diskurse besser zu verstehen. Andererseits regt das Buch zum Nachdenken über die eigene moralische Positionierung im Hinblick auf die Grenzen des Humors in einer Mediengesellschaft an. Weiß hat ein insgesamt sprachlich gewandtes, kluges und inspirierendes Buch geschrieben, das sowohl für theologische Laien als auch für fachspezifische Leser:innen ein intellektuelles Vergnügen ist.

Thomas Bohrmann, München



Veit Neumann: Theologie im Journalismus. Studien zu einem neuen theologischen Ort. Regensburg: Verlag Friedrich Pustet 2021, 415 Seiten, 49,95 Euro.



Veit Neumann: Öffentliche theologische Rede. Studien zu Theologie, Journalismus und Sprache. Würzburg: Echter Verlag 2022, 303 Seiten, 34,00 Euro.

Ohne Kommunikation geht es nicht, das gilt für den Journalismus ebenso wie für die Theologie. Der Publizist, Journalist und Professor für Pastoraltheologie in St. Pölten, Heiligenkreuz und Graz, Veit Neumann, hat zu diesem Themenfeld zwei fundierte wissenschaftliche Publikationen vorgelegt.

Mittels einer pastoraltheologischen, empirischen Studie möchte der Autor ein genaues Bild von jenen Journalist:innen gewinnen, die über theologische Themen berichten. So geht er in seinem Buch „Theologie im Journalismus“ den Fragen nach: Wer sind die Journalist:innen, die theologische Themen in die

Öffentlichkeit tragen? Wie und warum wird berichtet? und vor allem: Sind Journalist:innen, weil sie über theologische Themen berichten, Theolog:innen? Befragt hat Neumann in leitfadengestützten und offen geführten Expert:innen-Interviews zehn Journalist:innen, die unter anderem für „Neue Zürcher Zeitung“, „Die Zeit“, „Mittelbayerische Zeitung“ oder FAZ tätig sind.

Der Autor konstatiert: „Es macht die Konstellation des untersuchten Personenkreises aus, dass sie als Journalistinnen und Journalisten *arbeiten* und gleichzeitig als Theologinnen und Theologen *wirken*“ (2021, S. 310). Damit übernimmt der Journalismus mehr Aufgaben als lediglich die Weitergabe von Informationen. Vielmehr sind die journalistischen Produkte als „theologische Rede in der Öffentlichkeit“ zu verstehen.

Journalistisch gesehen mag diesem Ansatz ganz klar die journalistische Objektivität im Weg stehen. Schließlich solle man sich ganz nach der Devise Hanns Joachim Friedrichs als Journalist:in nicht mit einer Sache gemein machen.

Aus dem pastoraltheologischen Kontext heraus betrachtet, ergibt sich jedoch ein anderes Bild: Als „Andere Theologie“ und „Andere Theologen“ bezeichnet Neumann jene Journalist:innen, die über theologische Themen berichten (ebd. ff.). Neumanns Ansatz lässt sich daher als konstruktiver Impuls betrachten, um zu hinterfragen: Wann ist jemand Theolog:in? Wann ist jemand Journalist:in? Beide Berufe eint, dass sowohl Journalist:in als auch Theolog:in rein rechtlich nicht zu den geschützten Berufen zählen. Vor dem Hintergrund von Neumanns Ausführungen erscheint es relevant zu fragen, ob die Bezeichnung aufgrund eines bestimmten Ausbildungsweges erfolgt oder ob sie auf eine bestimmte Handlung zurückgeführt wird.

Unabhängig davon ist festzuhalten, dass Journalist:innen mit ihren Produkten, in denen theologische Reflexionen enthalten sind, sich an eine heterogene Leserschaft wenden. Manche sind der Kirche eng verbunden, andere fühlen sich ihr nicht mehr zugehörig, sind aber durchaus für religiöse Inhalte zugänglich.

Neumann kommentiert zudem, dass Theologie sich letztlich im Journalismus kommunikativ verwirklichen könne (2021, S. 270). Der Autor verdeutlicht dies am Beispiel einer „Sehnsucht nach Spiritualität“: „Hier, in der Qualitätszeitung, kann man diese Spiritualität befriedigen und sich durch ihre Lektüre eigenverantwortlich ein Bild von den religiösen Zeitsignaturen machen. Die dort vorgefundene Theologie ist von der religiösen Institution Kirche getrennt“ (ebd., S. 269).

*Neumanns Ansatz lässt sich als
Impuls betrachten, um zu hinterfragen:
Wann ist jemand Theolog:in?
Wann ist jemand Journalist:in?*

Die Redaktionen werden in der Folge zu einem „Locus theologicus“ (2022, S. 31). Auch das Internet sei als ein solcher zu verstehen. Diesem Resümee widmet Neumann sich in seiner weiteren, neuen Publikation: „Öffentliche theologische Rede. Studien zu Theologie, Journalismus und Sprache“ (2022). Hier erörtert er zudem, wie Theologie durch Journalismus, Öffentlichkeitsarbeit, aber auch Medien oder Literatur in die Öffentlichkeit gebracht wird. Ausgangspunkt sind für Neumann vor allem jene Personen, die in diesen Arbeitsfeldern wirken. Um Anhaltspunkte dazu zu gewinnen, bedient er sich der qualitativen Interviewforschung, eigenen Beobachtungen, praktischer Erfahrung, die er durch seine eigene journalistische Tätigkeit gewonnen hat. Ebenso analysiert er Sprache und Literatur. Der Autor versteht seine sechs Kapitel umfassende Publikation, die in Teilen einem wissenschaftlichen Handbuch zur christlich-religiösen Publizistik gleicht, nicht als Patentrezept, sondern vielmehr als „praktische Hypothese“ (ebd., S. 30). Es ist jedoch eine Hypothese, die durchaus im medienwissenschaftlichen und medienethischen Diskurs berücksichtigt werden sollte. Schließlich haben Theologie und Journalismus einen gemeinsamen Nenner: Sie bedürfen der Kommunikation.

Heinrike Paulus, Nürnberg