

# Das wissenschaftlich- religionspädagogische Lexikon im Internet

(WiReLex)

Jahrgang 2016

## Populäre Kultur

Richard Janus

erstellt: Februar 2020

Permanenter Link zum Artikel:

<http://www.bibelwissenschaft.de/stichwort/200213/>



DEUTSCHE  
BIBEL  
GESELLSCHAFT

# Populäre Kultur

Richard Janus

## 1. Theologische Popkulturforschung

Mit der ästhetischen Wende in der Praktischen Theologie wurde seit den 1990er-Jahren auch die populäre Kultur zum Gegenstand theologischer Forschung. Zunächst wurden vor allem Musik (Songs wie Videos; Bubmann/Tischer, 1992; Schwarze, 1997, Fermor, 1999, Everding 2000, u.a.) und Film auf ihre religiösen Gehalte hin befragt (Kirsner, 1996). Von dort aus wurden weitere Bereiche erschlossen: Comics (Kirsner/Seydel, 2011), Politik (Benedict, 2011), Fernsehen (Brinkmann, 2012), Social Media (Nord/Luthe, 2014) usw. Viele Untersuchungen und Tagungen standen im Kontext des 1995 gegründeten *Arbeitskreises Populäre Kultur und Religion* (seit 2015: pop.religion e.V.), in dem sich eine interessierte Forscherinnen-und-Forscher-Community zusammenfand. Parallele Entwicklungen der theologischen Forschung an Phänomenen populärer Kultur lassen sich in Großbritannien und den USA beobachten (Lynch, 2005). Begründet wird die Beschäftigung und Relevanz mit Phänomen der populären Kultur dadurch, dass diese Aufgaben und Funktionen von Religion übernommen haben. So wird gerade ein Traditionsabbruch religiöser Gehalte verneint und von einer Migration religiöser Funktionen (Gutmann, 1998) oder von einer Transformation religiöser Gehalte in populäre Kultur (Gräb, 2002) gesprochen. Religiöses lässt sich dort sowohl in expliziter Form als auch in impliziter Form auffinden (Thomas, 2001). Gerade populäre Kultur erweist sich als ein Seismograph politischer, gesellschaftlicher, sozialer und religiöser Veränderungen, deren Moden, Trends oder Entwicklungen ein Spiegel spätpostmoderner Weltdeutung sind.

## 2. Theorien

Wählt man einen Zugang zu populärer Kultur über den Begriff der Unterhaltung und Volkskultur, dann beginnt ihre Geschichte in der Mitte des 18. Jahrhunderts. Das Aufkommen und die Beliebtheit von Familienzeitschriften im 19. Jahrhundert unterstreichen diese Lesart (Reusch, 2015). Dabei wird Unterhaltung als ein Prozess verstanden, der sich zwischen Produzentin und Produzent, Rezipientin und Rezipient, Produkt und Medium ereignet. Es entsteht eine ästhetische Zweideutigkeit von Ernst und Unterhaltung, der den Rezipientinnen und Rezipienten Teilhabe ermöglicht (Hügel, 2003). Zwar ist populäre Kultur auch

immer auf Alltagskultur bezogen, geht jedoch in dieser nicht auf (Korsch/Charbonnier, 2008). Man kann aber auch den Aspekt von Widerständigkeit stärker betonen. Populäre Kultur ist als kulturelles Produkt in soziale Systeme eingebunden und steht im Konflikt mit Macht- bzw. Herrschaftsstrukturen (Fiske, 2000). Indem sie sich der sozialen Kontrolle entzieht, zeigt sich ein bedrohliches, antihegemoniales Potential. Ein weiterer Ansatz hebt die industrielle Produktion und massenmediale Vermittlung hervor. Von den Rezipientinnen und Rezipienten werden diese Produkte mit Vergnügen genutzt, aber auch weiter verarbeitet (Jacke, 2009).

### 3. Ausprägungen

Im Folgenden werden sechs Aspekte beschrieben, die für die populäre Kultur derzeit von Relevanz sind und das popkulturelle Feld umschreiben.

#### 3.1. Massenkultur

Aus der Subkultur und dem Protest ist Pop Teil des kulturellen Mainstreams geworden, der sich an ein großes Publikum wendet. Populäre Kultur lässt sich nicht ohne Massen denken (Hecken, 2017). Sie erreicht Millionen von Menschen und die Massenmedien prägen die Menschen in vielfacher Hinsicht. Dabei ist die Produktionsweise industriell, die über Massenmedien verbreitet wird. Die Rezipientinnen und Rezipienten sind aber nicht einfach nur Konsumierende, sondern können selbst neue Angebote generieren (Prosumerinnen und Prosumer). Für politische oder kommerzielle Zwecke wird immer wieder versucht, die Nutzenden zu beeinflussen und zu kontrollieren (Janus, 2017).

#### 3.2. Unterhaltung

Popkultur macht Spaß, sie ist ein Ort zur Erholung und der Kurzweil. Das entspricht einem Verständnis von Unterhaltung als Entertainment. Unterhaltung ist aber mehr (Schroeter-Wittke, 2005). Sie ist auch Kommunikation, indem sich Menschen verbinden und gegenseitig austauschen können. Damit schafft sie auch Gemeinschaft. Zugleich sorgt sie auch für Unterhalt. Nutritiv ist sie, indem sie Menschen Auszeiten ermöglicht und Angebote zur Selbst-, Sinn- und Weltdeutung macht. Es lässt sich beobachten, dass sich die Einsichten der Ritualtheorie (Arnold van Gennep/Victor Turner) auf popkulturelle Phänomene anwenden lassen. So wird in den Schwellenraum, in das Zwischen hineingeführt, das vom Alltag abgegrenzt ist und das Erlebnis besonders macht.

#### 3.3. Körperlichkeit

Die populäre Kultur ist darauf angelegt, alle Sinne des Menschen anzusprechen. Auf Konzerten und Festivals wird Musik nicht nur gehört, sondern geht in → [Tanz](#), Mitsingen, Ekstase (Fermor, 1999) etc. seitens des Publikums über. In den

Körper werden aber auch kulturelle Entwicklungen eingeschrieben. So führt der Gedanke der Selbstoptimierung zur Veränderung der eigenen Körperlichkeit (Gutmann, 2009). Es können „Problemzonen“ entfernt, aber auch mit Silikoneinlagen Körperpartien besonders betont werden. Piercings und Tattoos unterstützen dabei, sich zu inszenieren und unverwechselbar zu machen (Friedrich, 2009).

### 3.4. Narration/Serialität

Um Menschen anzusprechen, ist die populäre Kultur auf Emotionen angewiesen und versucht daher, Geschichten zu erzählen. Dabei können die Erzählmuster, wie im Reality-TV, sehr einfach sein oder als kunstvoll gesponnene Epen, wie im seriellen Erzählen, in Szene gesetzt werden. Dabei entwickeln sich die Muster und die Anlage der Heldinnen und Helden weiter, indem diese gebrochen werden. Fakten und Informationen werden in Form von Erzählungen über konkrete Menschen nah. Dabei können reale und fiktive Momente miteinander verschwimmen. Die Massenmedien und die sozialen Netzwerke ermöglichen Menschen gegenwärtig, ihre je eigene Geschichte einem weltweiten Publikum zu erzählen (Campbell, 2013). Immer stärker wird der Hang zu Formen des Erzählens, die auf Mehrteiligkeit angelegt sind. Nicht nur jede einzelne Episode hat einen Spannungsbogen, sondern auch das Gesamtnarrativ. Serielles Erzählen spielt mit der Erwartung, dass etwas von Wichtigkeit noch aussteht und nicht verpasst werden darf. Die zeitgenössischen TV-Serien werden meist in Staffeln erzählt, die eine eigene Einheit bilden. Ganze Serien oder Staffeln am Stück zu sehen, ist eine neue Praxis im Nutzungsverhalten (*binge watching*).

### 3.5. Eventisierung

Es ist der Wunsch nach der Intensivierung des Lebens, der dazu führt, aus einem Stadteinfest, einem Fallschirmsprung oder einer Shopping-Tour einen Event zu machen. Wer an einem Event teilnimmt, kann seinen Erlebnissen eine größere Bedeutung verleihen und sich selbst erfahren (Schulze, 2000). Die populäre Kultur war seit jeher ein Ort für die Eventisierung, indem das Jetzt bis hin zur Ekstase gefeiert und das Eintauchen in das Kollektiv ermöglicht wird. Aus der Konzertkultur hat sich mittlerweile eine ausgreifende Festivalkultur entwickelt, die zu modernen Wallfahrten geworden sind (Aha, 2017).

### 3.6. Ikonisierung

Die populäre Kultur ist eine zutiefst visuelle Kultur, indem sie eine Fülle von Bildern, Inszenierungen und Performances liefert. Benutzte man früher das Wort *Idol*, um die Ausstrahlungskraft eines Popstars zu beschreiben, hat sich nun das Wort *Ikone* durchgesetzt. Betonte das Idol vor allem den Vorbildcharakter, so nimmt Ikone den Aspekt der Stilisierung und (Selbst-) Inszenierung auf (Schwarze, 2005). Eine ikonische Qualität, im Sinne von Ikonisierung, kann nicht nur Person,

sondern auch Dingen zu geschrieben werden (Janus, 2012). Das ist in der Photographie zu beobachten, aber auch an den vielen Logos. Es steht der Aspekt der Wiedererkennbarkeit im Vordergrund, der gerade von der Werbung genutzt wird. Entsprechend setzen sich Stars selbst in Szene, arbeiten an ihrem Image und stilisieren sich.

## 4. Medien

Die Medien im Bereich der populären Kultur sind → [Massenmedien](#), die auf Aufmerksamkeit und Unterhaltung angelegt sind. Je nach Alter, Sozialisierung etc. unterscheiden sich die Medien und ihre Nutzung deutlich, dennoch ist gerade der Aufbau von Medienkompetenz bei den Nutzerinnen und Nutzern unerlässlich (Büsch, 2017).

### 4.1. Film

Der → [Film](#) gehört nach wie vor zu den wichtigsten popkulturellen Medienformaten. Der Kinosaal ist dabei nicht mehr sein ausschließlicher Aufführungsort. Das Fernsehen, DVD oder Streaming-Dienste machen die Nutzung an jedem anderen Ort möglich. Dennoch wird das Kino-Erlebnis weiterhin von vielen geschätzt, welches meist in Multiplex-Kinos mit vielen Sälen stattfindet (Kirsner, 1996). Seine Steigerung findet dieses Erlebnis im Feiern bestimmter Filme, die so zu „Kultfilmen“ werden. Mit seinen Erzählungen bietet das Kino Angebote zur Sinnsuche und Weltdeutung an (Herrmann, 2002; Reuter, 2008).

### 4.2. Musik

Nach wie vor ist → [Musik](#) die wichtigste Ausdrucksform in der populären Kultur. In ihren Moden und subkulturellen Ausdifferenzierungen spiegelt sie die Lebenswelt der meisten Menschen wider (Bubmann, 2005). Mittlerweile hat die populäre Musik zumeist ihren subversiven Charakter eingebüßt und dient primär Unterhaltungszwecken. Ihre Attraktivität besteht darin, Hörende ganzheitlich anzusprechen: sie schafft Klangräume, führt durch Rhythmus zu *flow*-Erfahrungen, schafft (Fan-)Gemeinschaften um einen Star und wird körperlich erfahren. Gerade in der Unterbrechung des Alltags und durch die *flow*-Erfahrung bietet sie Tore für religiöse Erfahrungswelten.

### 4.3. Social Media

Die sozialen Netzwerke sind mittlerweile als Kommunikationsplattformen nicht mehr wegzudenken (Nord/Luthe, 2014; Cheong, 2012). Sie verbinden Menschen, indem direkte Kommunikation möglich ist. Man kann sich auch „befreunden“ und Bilder, Links usw., die in Beziehung zu sich selbst oder anderen stehen, liken, kommentieren und weiterverbreiten. Gerade das Kommentieren und

Weiterverbreiten zeigt die Ambivalenz, wenn „alternative Fakten“ unterstützt werden oder über jemanden ein *Shitstorm* hereinbricht. Sie schaffen aber auch neue Formen von Stars: You-Tuberinnen und You-Tuber sowie Influencerinnen und Influencer.

#### 4.4. Smartphone

Das Smartphone stellt innerhalb der Entwicklung der Digitalisierung aller Lebensbereiche eine Revolution dar. In einem Gerät können die vielfältigsten Anwendungen gebündelt werden. Die ursprüngliche Funktion des Geräts als Telefon hat es zwar nicht verloren, aber es kann auch zum Fotografieren genutzt werden und dient vor allem als Schnittstelle zur digitalen Welt. Die Heizung in der Wohnung kann reguliert, Filme oder Musik können gestreamt oder in den sozialen Netzwerken jederzeit mit anderen kommuniziert werden. Streaming-Dienste sorgen dafür, dass Medien wie DVD oder CD ihre Bedeutung verlieren, indem sie überall verfügbar sind (Scherer, 2009).

#### 4.5. Spiele

Menschen haben immer schon gespielt. Doch ist → [Spielen](#) derzeit äußerst populär (→ [digitale Spiele](#)). Spiele können dem Zeitvertreib dienen, aber auch agonalen Charakter besitzen (Schroeter-Wittke, 2009a). Zugleich bewegt man sich im Spiel auf der Ebene des Als-Ob, es hat Probecharakter. Gerade Rollenspiele bieten die Möglichkeit, einen bestimmten Charakter einzunehmen und zu performen. Auch das Karten- oder Brettspiel hat seine Fans, die sich zu Spielermessen und -conventions treffen. Zu einem eigenen Bereich haben sich die Videospiele entwickelt, die weit über die Möglichkeiten eines Brettspieles hinausgehen (Piasecki, 2017). Auch das Fernsehen gibt dem Spielen einen großen Raum im Programm. In Spielshows können Menschen gegeneinander antreten und ihre Fähigkeiten demonstrieren.

#### 4.6. Stars

Zentrales Medium ist jedoch der Star. Die Stilisierung und Inszenierung macht aus Prominenten Stars, die eine große Anziehungskraft auf viele ausüben (Schwarze, 1997; 2005). Dabei ist nicht entscheidend, ob sie aus dem sportlichen, musikalischen oder filmischen Bereich kommen. Sie sind zu modernen Heiligen- bzw. Erlöserfiguren geworden und geben dadurch den Fans Orientierung und Sinn im Leben. Starqualität kann in massenmedialen Zeiten auch traditionellen Institutionen zuwachsen (z.B. dem Papst).

## 5. Genres

Die populäre Kultur unterliegt Moden und Entwicklungen und ebenso die Genres, die in ihr vorkommen. So haben die hier genannten Genres exemplarischen

Charakter.

### 5.1. Casting-Shows

Casting-Shows strukturieren das Fernsehjahr. TV-Formate wie *Germanys Next Top Model* oder *The Voice of Germany* beinhalten für die Teilnehmenden die Aussicht, wenn das eigene Talent sich mit entsprechender Anstrengung paart, dass dann das Ziel, die Show zu gewinnen, greifbar ist (Groth, 2012). Ein Ziel dabei ist, sich aus der eigenen Bedeutungslosigkeit durch „Werkgerechtigkeit“ zu erlösen. Jede/r kann es schaffen, wenn sie/er es nur will. Zugleich werden Idealvorstellungen vermittelt, die auch kritisch gesehen werden.

### 5.2. Comedy

Im Gegensatz zum Kabarett fehlt der Comedy der Hang zur Belehrung. Nicht die Hintergründigkeit spielt eine Rolle, sondern das Lachen auf der Oberfläche in Form von Ablachen. Es geht um Albernheit, Blödelei, Nonsense, Schrillheit und Spaß, paradigmatisch zusammengeführt in der Kunstfigur Helge Schneider (Kemper, 2018). Comedy ist ein Fernsehformat. Von der Versteckten Kamera über Late-Night-Formate spannt sich der Bogen zu parodierenden Sendungen, die etwa als Nachrichtenformate daherkommen, in denen der Gag den Witz beerbt. Ein Hauch von Trash schwingt stets mit.

### 5.3. Fantasy

Der Boom des Genres Fantasy setzt mit der Harry-Potter-Heptalogie an und ist bis heute ungebrochen. Die Verfilmung von *Herr der Ringe*, aber auch die *Tribute von Panem* oder *Games of Thrones* faszinieren viele Menschen. In der Spannung zwischen Realität und Fiktion schafft Fantasy einen „dritten Raum“, in dem eine zweite Schöpfung stattfinden kann (Frasch, 2018). Dabei werden ganz unterschiedliche Themen verhandelt. Ist Harry Potter eine Coming-of-age-Geschichte, so zeigen die *Tribute von Panem* einen dystopischen Entwurf einer nachapokalyptischen Gesellschaftsordnung. Man kann davon sprechen, dass Fantasy so etwas wie eine postmoderne Mythologie darstellt, in der Elemente, Personen und Dinge aus traditionellen Legenden- und Mythenwelten miteinander neu kombiniert werden können (May, 2016).

### 5.4. Reality-TV

Es ist vollständig klar, dass Fernsehformate wie Reality-TV nicht die Wirklichkeit abbilden, sondern geskriptet sind, das heißt ihnen liegt ein Drehbuch zugrunde. Beliebt in diesem Genre ist der vermeintliche Blick in die Wohnzimmer von Menschen mit schwierigen Umständen, der Rollentausch, die Partnersuche, Kochen oder Shopping. Je nach Format sind an den Sendungen Prominente beteiligt oder nicht (Brinkmann, 2012). Zugleich schaffen diese Formate auch selbst Prominente. Reality-TV erweckt den Eindruck des Dokumentarischen,

dabei ist die dort verstellte Wirklichkeit nicht nur vorgegeben, sondern inszeniert (Bleicher, 2018).

## 5.5. Sport

Zu den großen die Menschen verbindenden Phänomenen gehört der Sport (→ Sportgruppen); er bringt ganz unterschiedliche Milieus zusammen (Brinkmann, 2005). Er kann selbst ausgeübt werden oder im Stadion bzw. medial vermittelt miterlebt werden. Auch ist Sport ein Feld, in dem sich viel Geld verdienen lässt. Über Weltmeisterschaften oder Olympiaden wird in den unterschiedlichen Medien berichtet und Kommentatorinnen und Kommentatoren ordnen das Geschehen ein. Die im Bereich des Sports ausgeprägte Fankultur macht den Stadionbesuch, aber auch das Public Viewing zu einem Erlebnis. Mannschaften oder einzelne Sportlerinnen oder Sportler ziehen mit ihren Leistungen, die auf intensivem Training beruhen, in ihren Bann (Soosten, 2009). Der Wunsch, Siegerin oder Sieger zu sein, führt aber zu Betrug (z.B. in Form von Doping) und stellt den Leistungs- und Fairnessgedanken des Sports in Frage.

## 6. Religionspädagogischer Ausblick

Die Bedeutung von Produkten populärer Kultur für die Religionspädagogik liegt auf der Hand (Gutmann, 2000): so werden religiöse Motive und Traditionsbestände aufgegriffen. Dabei stehen sie selbst in einem geschichtlichen Kontext. So werden populäre Mythen und Legenden von ihnen für einen massenkompatiblen Geschmack verarbeitet. Zugleich können in der populären Kultur selbst religiöse Praktiken geschaffen und durchgeführt werden (Knoblauch, 2009). Es werden Symbole angeboten und Antworten auf Sinnfragen gegeben. Aber auch Produkte und Vollzüge, die sich nicht explizit als religiös zu verstehen geben, können religiös gelesen werden (Luckmann, 1991). Im Bereich kreativer und performativer Unterrichtsprozesse werden die Lernenden Formate, die sie kennen, nutzen. Die Performativität ist eine der Stärken der populären Kultur, die aber eine Eigendynamik besitzt, welche nicht zu unterschätzen ist. Mit Hilfe des Smartphones werden technische Fragen vereinfacht, indem einfach Fotos oder Videos erstellt werden können. Neben dem Betrachten und Analysieren werden an den Lernorten Schule wie Gemeinde auch das Selbst-Produzieren und Erleben eine zentrale Rolle einnehmen.

[Angaben zu Autor / Autorin finden Sie hier](#)



# Empfohlene Zitierweise

Janus, Richard, Art. Populäre Kultur, in: Wissenschaftlich Religionspädagogisches Lexikon im Internet ([www.wirelex.de](http://www.wirelex.de)), 2020

## Literaturverzeichnis

- Aha, Laura, „Fusion ist wie Weihnachten“. Eine interdisziplinäre Betrachtung des Fusion Festivals als Ritual einer „Unsichtbaren Religion“, in: Janus, Richard (Hg. u.a.), Massen und Masken. Kulturwissenschaftliche und theologische Annäherungen, Wiesbaden 2017, 125-148.
- Benedict, Hans-Jürgen (Hg.), „Hey, Mr. President ...“. Politik und populäre Kultur - sozialwissenschaftliche und theologische Perspektiven, Jena 2011.
- Bleicher, Joan K., Reality-TV in Deutschland. Geschichte – Themen – Formate, Hamburg 2018.
- Boeldert, Artur R./Eder, Helmut/Kreutzer, Ansgar (Hg.), Zwischen Beautyfarm und Fußballplatz. Theologische Orte in der Populärkultur, Würzburg 2005.
- Böhm, Nadine C., Sakrales Sehen. Strategien der Sakralisierung im Kino der Jahrtausendwende, Bielefeld 2009.
- **Brinkmann, Frank T. (Hg.), Pop goes my heart. Religions- und popkulturelle Gespräche im 21. Jahrhundert, Wiesbaden 2016.**
- Brinkmann, Frank T. (Hg.), Scripts, Fiktionen, Konstruktionen. Theologische, kirchliche und popkulturelle Anmerkungen zu Reality-TV und gefühllosem Leben, Jena 2012.
- Brinkmann, Frank T., Sport, in: Fechtner, Kristian (Hg. u.a.), Handbuch Religion und Populäre Kultur, Stuttgart 2005, 268-278.
- Bubmann, Peter, Musik, in: Fechtner, Kristian (Hg. u.a.), Handbuch Religion und Populäre Kultur, Stuttgart 2005, 206-215.
- Bubmann, Peter/Tischer Rolf (Hg.), Pop & Religion. Auf dem Weg zu einer neuen Volksfrömmigkeit?, Stuttgart 1992.
- Büsch, Andreas, Medienbildung im Zeitalter der Digitalisierung, in: Bergold, Ralph/Sautermeister, Jochen/Schröder, André (Hg.), Dem Wandel eine menschliche Gestalt geben. Sozialethische Perspektiven für die Gesellschaft von morgen, Freiburg i. Br. 2017, 193-207.
- Campbell, Heidi A. (Hg.), Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds, Abingdon 2013.
- Campbell, Heidi A., When Religion Meets New Media, Abingdon 2010.
- Cheong, Pauline Hope (Hg. u.a.), Digital Religion, Social Media and Culture. Perspectives, Practices and Futures, New York 2012.
- Everding, Matthias, Land!? Populäre Musik und Religionsunterricht, Münster 2000.
- **Fechtner, Kristian (Hg. u.a.), Handbuch Religion und Populäre Kultur, Stuttgart 2005.**
- Fermor, Gotthard, Ekstasis. Das religiöse Erbe in der Popmusik als Herausforderung an die Kirche, Stuttgart 1999.
- Fiske, John, Lesarten des Populären, Wien 2000.
- Frasch, Peter, Fantasy als Weg zur Wirklichkeit? Kulturhermeneutische Analyse

christlicher Traditionsbestände im modernen Fantasy-Film vor dem Hintergrund religiöser Bildungsprozesse, Berlin 2018.

- Friedrich, Marcus A., Gezeichnete Körper. Tattoo und Piercing und ihre Leibeigenschaften, in: Schroeter-Wittke, Harald (Hg.), Popkultur und Religion. Best of... Jena 2009, 359-371.
- Goer, Charis (Hg. u.a.), Texte zur Theorie des Pop, Stuttgart 2013.
- Gräb, Wilhelm, Sinn fürs Unendliche. Religion in der Mediengesellschaft, Gütersloh 2002.
- Groth, Denise, Auf der Suche nach Wirklichkeit in Castingshows – Es kann nur eine(n) geben?!, in: Brinkmann, Frank T. (Hg.), Scripts, Fiktionen, Konstruktionen. Theologische, kirchliche und popkulturelle Anmerkungen zu Reality-TV und gefühlsechtem Leben, Jena 2012, 37-46.
- Gutmann, Hans-Martin, Abschied vom Körper – Wiederkehr der Sinne? Körper in Religion und populärer Kultur, in: Schroeter-Wittke, Harald (Hg.), Popkultur und Religion. Best of..., Jena 2009, 341-357.
- Gutmann, Hans-Martin, Populäre Kultur im Religionsunterricht, in: Biehl, Peter/Wegenast, Klaus (Hg.), Religionspädagogik und Kultur. Beiträge zu einer religionspädagogischen Theorie kulturell vermittelter Praxis in Kirche und Gesellschaft, Neukirchen-Vluyn 2000, 179-200.
- Gutmann, Hans-Martin, Der Herr der Heerscharen, die Prinzessin der Herzen und der König der Löwen. Religion lehren zwischen Kirche, Schule und populärer Kultur, Gütersloh 1998.
- **Hecken, Thomas/Kleiner, Marcus S. (Hg.), Handbuch Popkultur, Stuttgart 2017.**
- Herrmann, Jörg, Sinnmaschine Kino. Sinndeutung und Religion im populären Film, Gütersloh 2. Aufl. 2002.
- Hügel, Hans-Otto (Hg.), Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen, Stuttgart 2003.
- Jacke, Christoph, Einführung in Populäre Musik und Medien, Berlin 2009.
- Janus, Richard (Hg. u.a.), Massen und Masken. Kulturwissenschaftliche und theologische Annäherungen, Wiesbaden 2017.
- Janus, Richard, Der Kuss, ein Päckchen und der Spiegel. Zur Rhetorik der Authentizität – oder wer sieht wen eigentlich wie an?, in: Brinkmann, Frank T. (Hg.), Scripts, Fiktionen, Konstruktionen. Theologische, kirchliche und popkulturelle Anmerkungen zu Reality-TV und gefühlsechtem Leben, Jena 2012, 91-102.
- Kemper, Peter, Helge Schneider, Stuttgart 2018.
- Kirsner, Inge, Erlösung im Film. Praktisch-theologische Analysen und Interpretationen, Stuttgart 1996.
- Kirsner, Inge/Seydel, Olaf (Hg.), Überzeichnet – Religion in Comics, Jena 2011.
- Knoblauch, Hubert: Populäre Religion. Auf dem Weg in eine spirituelle Gesellschaft, Frankfurt/ M./New York 2009.
- Korsch, Dietrich/Charbonnier, Lars (Hg.), Der verborgene Sinn. Religiöse Dimensionen des Alltags, Göttingen 2008.
- Luckmann, Thomas, Die unsichtbare Religion, Frankfurt/ M. 1991.
- **Lyden, John C./Mazur, Eric M. (Hg.), The Routledge Companion to Religion and Popular Culture, London 2015.**
- Lynch, Gordon, Understanding Theology and Popular Culture, Malden 2005.
- May, Markus (Hg. u.a.), Die Welt von „Game of Thrones“. Kulturwissenschaftliche Perspektiven auf George R. R. Martins „A Song of Ice and Fire“, Bielefeld 2016.

- Nord, Ilona/Luthe, Swantje (Hg.), Social Media, christliche Religiosität und Kirche. Studien zur Praktischen Theologie mit religionspädagogischem Schwerpunkt, Jena 2014.
- Piasecki, Stefan, Credere et ludere. Computer- und Videospiele aus religionspädagogischer Perspektive, Baden-Baden 2017.
- Reusch, Nina, Populäre Geschichte im Kaiserreich. Familienzeitschriften als Akteure der deutschen Geschichtskultur 1890-1913, Bielefeld 2015.
- Reuter, Ingo, Der christliche Glaube im Spiegel der Popkultur, Leipzig 2012.
- Reuter, Ingo, Religionspädagogik und populäre Bildwelten. Grundlagen, Analysen, Konkretionen, Jena 2008.
- Scherer, Anna, „Es klingt, also bin ich“. Vom Handy als Fetisch, in: Schroeter-Wittke, Harald (Hg.), Popkultur und Religion. Best of..., Jena 2009, 313-321.
- Schroeter-Wittke, Harald, Big Boss oder: Im Spiel üben wir Verlieren-Können, in: Wermke, Michael (Hg.), Erwachsen werden – Erwachsen sein, Jena 2009, 85-88.
- **Schroeter-Wittke, Harald (Hg.), Popkultur und Religion. Best of..., Jena 2009.**
- Schroeter-Wittke, Harald, Unterhaltung, in: Fechner, Kristian (Hg. u.a.), Handbuch Religion und Populäre Kultur, Stuttgart 2005, 314-325.
- Schulze, Gerhard, Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt/M. 8. Aufl. 2000.
- Schwarze, Bernd, Star, in: Fechner, Kristian (Hg. u.a.), Handbuch Religion und Populäre Kultur, Stuttgart 2005, 288-296.
- Schwarze, Bernd, Die Religion der Rock- und Popmusik. Analysen und Interpretationen, Stuttgart 1997.
- Soosten, Joachim von, Die Tränen des Andreas Möller. Sportwelten, Leibesübungen und religiöse Köpersymbolik, in: Schroeter-Wittke, Harald (Hg.), Popkultur und Religion. Best of..., Jena 2009, 373-387.
- Thomas, Günter, Implizite Religion. Theoriegeschichtliche und theoretische Untersuchungen zum Problem ihrer Identifikation, Würzburg 2001.
- Trembl, Hubert, Spiritualität und Rockmusik, Ostfildern 1997.

## Impressum

Hauptherausgeberinnen:

Prof. Dr. Mirjam Zimmermann (Universität Siegen)

Prof. Dr. Heike Lindner (Universität Köln)

„WiReLex“ ist ein Projekt der Deutschen Bibelgesellschaft

Deutsche Bibelgesellschaft

Balinger Straße 31 A

70567 Stuttgart

Deutschland

[www.bibelwissenschaft.de](http://www.bibelwissenschaft.de)