



**Anna-Katharina Höpflinger:**  
*Religiöse Codes in der Populärkultur. Kleidung der Black Metal-Szene.* Baden-Baden 2020: Nomos. 437 Seiten, 89,00 Euro



**Benjamin Krämer/Christina Holtz-Bacha (Hrsg.):**  
*Perspectives on Populism and the Media. Avenues for Research.* Baden-Baden 2020: Nomos. 371 Seiten, 79,00 Euro



**Thomas Birkner/Patrick Merziger/Christian Schwarzenegger (Hrsg.):**  
*Historische Medienwirkungsforschung. Ansätze, Methoden und Quellen.* Köln 2020: Herbert von Halem. 324 Seiten, 34,00 Euro

## Religiöse Codes in der Populärkultur

Die Religionswissenschaftlerin Anna-Katharina Höpflinger möchte mit ihrer Untersuchung einen Mangel der Forschung beheben, denn die „Rezeption religiöser Codes in der Populärkultur wird in der bisherigen Forschungsgeschichte vielfach deshalb nicht als religiös reflektiert, weil sie nicht im Zentrum dessen stehen, was [...] unter Religion verstanden wird“ (S. 407). Daher befasst sich die Autorin mit religiösen Codes, die mit Kleidung kommuniziert werden. Als Fallbeispiel nimmt sie die Black-Metal-Szene in Deutschland und der Schweiz. Theoretisch geht sie von einem angepassten Modell des „circuit of culture“ aus, in dem die vielfältigen Beziehungen zwischen den Elementen der Kultur (Repräsentation, Verwendung, Identität, Emotion, Regulierung und Produktion) modelliert werden (vgl. S. 147). Um der Bedeutung religiöser Codes in der Szene näher zu kommen, verbindet sie eine Analyse von Kleidung, eine teilnehmende Beobachtung und qualitative Interviews mit Akteur\*innen der Szene (vgl. S. 161 ff.). Neben einer ausführlichen Behandlung verschiedener Codes zeigt die Autorin, wie deren Verwendung sowohl Zugehörigkeit und Identifikation als auch Abgrenzung ausdrücken kann. Dabei spielt im Black Metal okkulte und antichristliche Symbolik eine wichtige Rolle, die auch als subversive Lesart christlicher Symbolik verstanden werden kann. Die Studie bietet einen tiefen Einblick in die Black-Metal-Szene und ihren Umgang mit religiösen Codes.

Prof. Dr. Lothar Mikos

## Perspektiven auf Populismus und die Medien

Der Band versammelt Beiträge von Kommunikationswissenschaftlern und Politologen zur Rolle von Medien und Kommunikation bei der Entstehung und Verbreitung von Populismus, womit rechter Populismus gemeint ist. Der Herausgeber Benjamin Krämer stellt in seiner Einleitung fest, dass die meisten Studien zu Populismus daran krankten, dass sie den Gegenstand nicht genau definieren oder etwas anderes darunter verstehen. Er klassifiziert die Definitionen in vier Kategorien: 1) Populismus als Ideologie, 2) Populismus als Diskurs, 3) Populismus als Stil (sowohl der Kommunikation als auch des Auftretens) und 4) Populismus als Strategie (vgl. S. 11 ff.). In den folgenden Beiträgen geht es dann um Themen wie populistische rechte Medienkritik, die Dynamiken der Populismus-Debatte, Fake News und Emotionen, Pressefreiheit sowie die Effekte populistischer Kommunikation auf die Bürger. Ein weiterer Beitrag widmet sich am Beispiel von Klimaforschung und Gender Studies der Wissenschaftsfeindlichkeit von Populisten. Der norwegische Forscher Torgeir Uberg Nærland plädiert dafür, den Zusammenhang von Populismus und Populärkultur aus einer Identitätsperspektive zu sehen. Lesenswert sind auch die Beiträge, die sich mit Humor und Populismus befassen. Insgesamt bietet der Band einen guten Überblick über die aktuelle Populismusforschung.

Prof. Dr. Lothar Mikos

## Historische Medienwirkungsforschung

Die vorliegende Publikation beruht auf einer Tagung an der Universität Leipzig. Geschichts-, Kultur- und Kommunikationswissenschaftler stellen ihre je eigene Sichtweise auf die historischen Wirkungen der Medien dar. Ziel des Bandes ist es, „Medienwirkung in der Geschichte dezidiert zum Thema zu machen und in der Kommunikationswissenschaft zu längerfristigen Perspektiven auf die Wirkung von Medien [zu] motivieren“ (S. 11). Die ersten fünf Beiträge, die als Plädoyers gekennzeichnet sind, befassen sich mit der Rezeptionsforschung als Kulturgeschichte, der Kommunikation als Wirkung von Kommunikation, den Möglichkeiten einer Rezeptionsforschung in historischer und in soziologischer Perspektive sowie der Untersuchung historischer Medienpraxis, in diesem Fall am Beispiel des „Schundkampfs“ um 1900 (vgl. S. 126 ff.). Die übrigen Beiträge sind als Fallstudien zu Ansätzen und Quellen der historischen Wirkungsforschung gelabelt. Hier geht es um Routinen der Mediennutzung, um eine Re-Analyse der DDR-Forschung zu Medienwirkungen, um Filmrezeption in der DDR, Hörerbeteiligung bei Sendungen am Beispiel der WDR-Sendung *Hallo Ü-Wagen* mit Carmen Thomas oder um Anschlusskommunikation an Fernsehsendungen als Quelle und Ressource der Forschung. Der Band bietet einen hervorragenden Überblick über die Probleme und Perspektiven einer historischen Medienwirkungsforschung.

Prof. Dr. Lothar Mikos