

Tà katoptrizómena

Das Magazin für Kunst | Kultur | Theologie | Ästhetik

Heft 145 | [Home](#) | [Archiv](#) | [Impressum und Datenschutz](#) | [Das Magazin unterstützen](#)

„Es ist mir längst klar, dass nichts bleibt, wie es war“

Wenn ein Sänger ihre Fans überrascht – Zur Kultur der Ambivalenzen

Andreas Mertin

Prolog

Es war eine an die Redaktion von tà katoptrizómena gerichtete Pressemeldung, die mich nach mehr als einem Vierteljahrhundert wieder an Marla Glen erinnerte. Dem Lied „Like a believer“ von Marla Glen war ich Ende des 20. Jahrhunderts im Rahmen meiner Beschäftigung mit der Verbindung von „Werbung und Religion“ begegnet.¹ Damals war es der gelungene Soundtrack eines wirklich herausragenden Commercial der Firma C&A, der das Exodus-Motiv umsetzte (und mit der Young-Collections-Kleidung von C&A verband). Das machte es aber auch notwendig, sich mit der unterlegten Musik zu beschäftigen und dem musikalischen Profil, das dahinterstand. Und das war eben Marla Glen mit „Like a believer“, bis heute das bekannteste (und m.E. auch beste) Werk von Marla Glen.

Die aktuelle Pressemeldung begann mit folgenden Worten:

Liebe Journalisten und Musikliebhaber, der preisgekrönte Sänger und Songschreiber Marla Glen überrascht ihre Fans mit einer brandneuen² musikalischen Reise.

Und das irritiert natürlich, denn es widerspricht der formalen Logik der deutschen Sprache, nach der man bei einem Sänger und Songschreiber nicht von „ihren Fans“, sondern nur von „seinen Fans“ schreiben kann. Unterstellen wir aber, dass Presseabteilungen und Werbebüros sprachlich nicht so unbewandert sind, dass ihnen so etwas nicht sofort auffallen würde, dann muss in dieser Vorstellung also ein Sinn enthalten sein; die Frage nach der sexuellen Identität. Interessanterweise lenkt die Presseabteilung die Aufmerksamkeit zunächst auf diese Frage, bevor sie sich mit der neuen musikalischen Performance beschäftigt. Heute scheint es weniger darauf anzukommen, was und wie jemand etwas macht, sondern eher, wer mit welcher Identität auftritt.



Erinnerung

Bevor ich dem nachgehe, will ich meine erste Begegnung mit dem Lied „*Like a believer*“ zitieren. Sie datiert in das Jahr 1995 und der Text dazu wurde 1996 in einer religionspädagogischen Zeitschrift publiziert.³ Und darin heißt es:

„Die Firma C&A macht seit einiger Zeit eine mehrfach durch Preise ausgezeichnete Fernseh- und Kino-Werbung für ihre Produkte. Jedes Mal geht es um mythische, spirituelle oder religiöse Themen, jedes Mal singt eine populäre Musikgruppe. In den Printmedien wird der Werbeclip wie ein richtiger Film angekündigt: C&A Young Collection zeigt eine *German Answer Production* und dann folgen die Darsteller, der Kameramann und der Regisseur. Ein Zettel verkündet: Jetzt wieder im Kino und auf MTV. ...

Die Werbung mit dem Titel *Power* erzählt ebenfalls eine Geschichte. Ein junges Paar bricht in ein Eisenbahndepot ein und entführt eine dort stillgelegte Dampflokomotive mit Tender. Mit dieser Lokomotive machen sie sich auf den Weg durch eine wüste Landschaft. Im Rahmen ihrer Reise stoßen immer mehr Menschen zu ihnen: eine junge Frau mit Kind, ein Wissenschaftler, ein alter Mann mit Rollstuhl, junge Leute mit einem Buick, ein Motorradfahrer usw. Sie alle scheinen eher ethnisch oder sozial zu den Randgruppen der Gesellschaft zu



gehören. Mit einem Mal scheint der Weg zu Ende zu sein, eine Absperrung verbietet die Weiterfahrt und droht Gefahr an. Die kleine Gruppe lässt sich nicht abschrecken, zieht sich aber vorsichtshalber ins Innere der Lokomotive zurück. Sie geraten in einen Tunnel dessen Ausgang zugemauert ist. Alle Perspektive ist verstellt, die Zukunft sieht schwarz aus. Aber dann bricht die Lokomotive spektakulär durch die Mauer und fährt weiter über eine Brücke wie auf einem Gemälde von Dali der Zukunft entgegen, gefolgt von einem radelnden Harlekin. Der Titelsong lautet *Like a believer* und stammt von Marla Glen, deren Konterfei im Wechsel zur erzählten Geschichte auf der Leinwand auftaucht. Erinnerungen an die biblische Exodus-Geschichte sind nicht unangebracht. Der Clip versammelt viele Assoziationen und Anspielungen, denen man in der Analyse nachgehen müsste. Das beginnt mit dem Liedtext, geht über die Falschfarben des Clips und die künstlerischen Assoziationen (z.B. an Edward Hopper, von dem mindestens ein Bildmotiv aufgenommen ist, aber auch Salvador Dali), bis hin zu den religionsgeschichtlichen Anspielungen (Exodus) und gesellschaftlich-psychoanalytischen Mythologien, die hier verarbeitet werden (Lokomotive, Tunnel, Durchbruch, Brücke, Rollstuhl). Die Sehnsucht, aus- und durch-zubrechen, auch wenn alle Auswege versperrt zu sein scheinen, gehört zu den virulenten Motiven aller jungen Generationen seit den 60'er Jahren.⁴

Soweit mein damaliger Eindruck und erkennbar bin ich damals davon ausgegangen, dass der Song von einer Frau gesungen wird. Das stimmte zumindest auch mit den offiziellen Verlautbarungen überein. 1999 freilich teilte die Luzerner Kantonspolizei mit, dass Marla Glen laut Reisepass von 1992 ein Mann sei, um einen Tag später anzugeben, die Angabe sei 1993 auf einer anderen Seite des Passes zu Frau geändert worden. So weit, so gut und so für alle nachvollziehbar. Man kann zumindest seine sexuelle Identität wählen, wechseln oder auch offenlassen. Für andere Identitäten gilt das nicht unbedingt.⁵ In der neusten Pressemitteilung wird Marla Glenn nun als Mann bezeichnet, auch wenn sie im Pass wie auch in der Wikipedia (bis zum 3. August) als Frau geführt wurde und in der englischsprachigen Wikipedia unter der Kategorie „lesbische Frau“ rubriziert wird. Das führt nun zu einer wunderbar fluiden Gemengelage:

Categories: [1960 births](#) | [Living people](#) | [Singers from Chicago](#) | [American emigrants to Germany](#) | [American rhythm and blues singers](#) | [American blues singers](#) | [Songwriters from Illinois](#) | [American women songwriters](#) | [American musicians of Mexican descent](#) | [American musicians of Jamaican descent](#) | [Lesbian singers](#) | [Lesbian songwriters](#) | [20th-century American women singers](#) | [20th-century American singers](#) | [21st-century American women singers](#) | [21st-century American singers](#) | [American LGBT songwriters](#) | [American LGBT singers](#) | [LGBT people from Illinois](#) | [American lesbian musicians](#) | [20th-century American LGBT people](#) | [21st-century American LGBT people](#) | [Hispanic and Latino American women singers](#) | [American lesbian writers](#)

[Update 15.08.2023:] Auch Geschichte ist eine fluide Größe. Was gestern noch zutraf, könnte offenbar heute schon umgeschrieben werden. Ob es dann weiterhin oder erst jetzt eine Spiegelung der Geschichte darstellt, ist die Frage, die mich bei diesem Update umtreibt. Der heutige Blick in den englischen Wikipedia-Artikel zu Marla Glen zeigt, dass sie seit neuestem anders im Kategoriensystem eingeordnet wird. Und dabei wird nicht nur die Gegenwart anders beschrieben (was logisch ist), sondern auch die Vergangenheit umgeschrieben:

15.08.

Categories: [1960 births](#) | [Living people](#) | [Singers from Chicago](#) | [American emigrants to Germany](#) | [American rhythm and blues singers](#) | [American blues singers](#) | [Songwriters from Illinois](#) | [American male songwriters](#) | [American musicians of Mexican descent](#) | [American musicians of Jamaican descent](#) | [20th-century American male singers](#) | [20th-century American singers](#) | [21st-century American male singers](#) | [21st-century American singers](#) | [American LGBT songwriters](#) | [American LGBT singers](#) | [LGBT people from Illinois](#) | [American musicians](#) | [20th-century American LGBT people](#) | [21st-century American LGBT people](#) | [Hispanic and Latino American singers](#) | [American writers](#)

03.08.

Categories: [1960 births](#) | [Living people](#) | [Singers from Chicago](#) | [American emigrants to Germany](#) | [American rhythm and blues singers](#) | [American blues singers](#) | [Songwriters from Illinois](#) | [American women songwriters](#) | [American musicians of Mexican descent](#) | [American musicians of Jamaican descent](#) | [Lesbian singers](#) | [Lesbian songwriters](#) | [20th-century American women singers](#) | [20th-century American singers](#) | [21st-century American women singers](#) | [21st-century American singers](#) | [American LGBT songwriters](#) | [American LGBT singers](#) | [LGBT people from Illinois](#) | [American lesbian musicians](#) | [20th-century American LGBT people](#) | [21st-century American LGBT people](#) | [Hispanic and Latino American women singers](#) | [American lesbian writers](#)

Ganz offen gesagt, irritiert mich das enorm. Nicht, weil ich nicht verstehe, dass Geschlechterzuschreibungen geändert werden können, sondern weil ich die hier vorgenommenen Änderungen als Verrat am Gendergedanken verstehe. Eine bewusst gewählte Identität, die über Jahrzehnte bestanden hat, unter der man private und öffentliche Beziehungen eingegangen ist, wird nun im Kategoriensystem ausradiert, unkenntlich gemacht.

Marla Glen war zumindest bis 2022 eine weibliche amerikanische Songwriterin. Nun ist sie eine männliche amerikanische Songwriterin. Berechtigt das dazu, ihre über dreißig Jahre dargestellte Identität zu verschweigen? Wäre es nicht konsequenter, beide Identitäten zu benennen? Und was für ein Urteil gibt man über die vorherige, ja auch frei gewählte Identität ab, wenn man sie auslöscht? Es ist nicht Marla Glen, die das macht, sondern die Wikipedia. Wenn die Lieder von Marla Glen, die sie heute performt, aus der Zeit vor 2023 stammen, dann singt ein männlicher Sänger Lieder, die aber doch eine weibliche Songwriterin geschrieben hat. Oder man müsste einräumen, dass man die Fans vorher über ihre als bewusst gewählt dargestellte Identität belogen hat. Und die Liebesbeziehung, die Marla Glen offen kommuniziert hat, wird ja nun nicht nachträglich eine cis-Beziehung, obwohl man vorher behauptet hat, es sei eine lesbische Beziehung. Was die Wikipedia scheut, ist das sowohl als auch. Wenn man es so macht, wie die Wikipedia im vorliegenden Fall, geht es um einen identitätspolitischen Dezisionismus, wonach es völlig willkürlich ist, wofür ich mich gerade entscheide und die jeweilige Entscheidung auch rückwirkend gilt. Bei ‚gewandelten‘ Nationalsozialisten haben wir das nicht so akzeptiert. **[/Update]**

Ein Mensch kann selbstverständlich viele sexuelle Identitäten besitzen. Marla Glen selbst bezeichnete sich zumindest bis vor kurzem (2020) als Androgynist⁶.

„An androgynist is an individual who embodies both masculine and feminine characteristics, blurring the traditional gender boundaries. They may identify as both genders or neither, and their gender expression may vary from day to day. Androgynists challenge societal norms and embrace their unique identity, often rejecting the binary concept of gender.“⁷

Marla Glen spielt dementsprechend erkennbar mit den kulturellen Zuschreibungen von Mann und Frau. Von 1995 bis Anfang 2023 lief dies unter dem Motto *Frau mit maskuliner Erscheinung* (so die deutsche Wikipedia noch vor August 2023), nun präsentiert die Werbekampagne sie konsequent als Mann (und datiert das sogar auf die Jugendzeit zurück, die Marla Glen in Interviews selbst aber als weiblich beschrieben bzw. imaginiert hat).

KI-Resonanzen

In der öffentlichen Rezeption, die sich in den Antworten der KIs spiegelt, wird das noch unterschiedlich beschrieben.

KI Bard von Google:

„Marla Glen ist eine transgeschlechtliche Frau. Sie wurde als Mann geboren, aber sie identifiziert sich als Frau. Sie hat sich einer Geschlechtsangleichung unterzogen und lebt nun als Frau.“

ChatGPT:

„Marla Glen ist eine Sängerin und Songwriterin und wurde als weibliche Person identifiziert.“

KI von Bing:

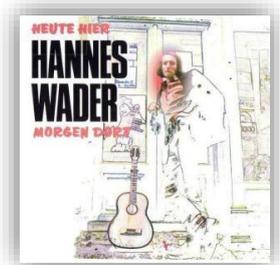
„Marla Glen ist eine US-amerikanische Sängerin, die seit 1998 in Deutschland lebt. Sie ist ****weiblich****, aber hat einen ****burschikosen**** Stil.“

Identität als Werbeargument

Nun könnte man sagen, dass es ja gleich sei, jeder Mensch könne und solle das selbst bestimmen und das ist wahr. Aber hier wird das transfaktische Verwirrspiel auf die Spitze getrieben, um damit Werbung zu machen. Es ist m.E. die kulturindustrielle Ausbeutung einer an sich notwendigen gesellschaftlichen Debatte. Für die Werbeindustrie ist es völlig egal, ob sich jemand in der Jugend als Mann oder als Frau oder als etwas dazwischen oder darüber hinaus gefühlt hat. Die Aussagen darüber werden nach Verwertungsinteresse eingesetzt und umgeschrieben.

Und deshalb erinnerte mich die Presseemail an ein Lied von Hannes Wader:

„Heute hier, morgen dort, bin kaum da, muss ich fort ... So vergeht Jahr um Jahr und es ist mir längst klar, dass nichts bleibt, dass nichts bleibt, wie es war ... Fragt mich einer, warum ich so bin, bleib ich stumm, denn die Antwort darauf fällt mir schwer, denn was neu ist, wird alt, und was gestern noch galt, stimmt schon heut oder morgen nicht mehr“.

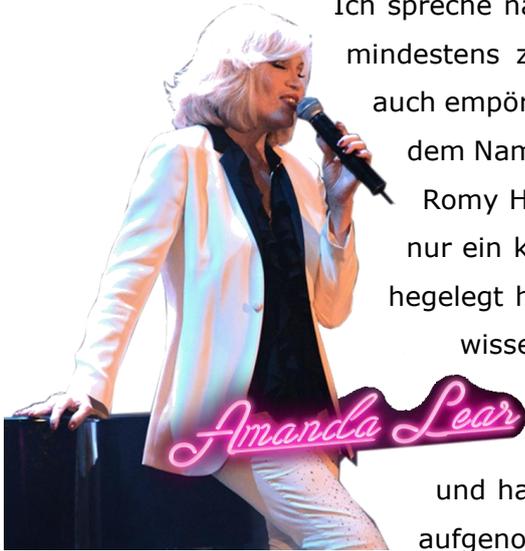


Wie willkürlich die Presseabteilung mit dieser Frage umgeht, wird spätestens dann sinnfällig, wenn sie Sätze von sich gibt, die völlig frei zwischen allen denkbaren Wirklichkeiten schweben: „Ebenso traf er (scil. Marla Glen) zufällig auf Bo Diddley, die (sic!) er mit wertvollen Tipps und Ratschlägen bereicherten (sic!).“ Und das ist nun wirklich zu viel des Guten, denn **Bo Diddley ist nach seinem eigenen, sehr dezidiertem Verständnis ein Mann.** Und darüber kann eine fremde Werbeabteilung nicht verfügen. Es ist lächerlich und schädigt die Sache. Aber um die Sache geht es der Werbeabteilung vermutlich nicht.⁸

Kultur der Ambiguität

Nun ist diese Kultur der Ambiguitäten in der Popkultur nicht neu. Es gibt eine 1939 geborene Künstlerin, die das Spiel der Ambiguitäten nun bereits seit über 60 Jahren geradezu perfekt betreibt. In ihrer Biographie schreibt sie, dass sie Anfang der 1960er Jahre ein Studium an der Académie des Beaux-Arts in Paris begonnen habe. Ab 1964 setzt sie das Studium an der Londoner St. Martins School of Art fort, wo sie den Maler **Salvador Dali** kennenlernt. Die Künstlerin bewegt sich im Nachtleben der Londoner Swinging Sixties und lernt Rockgrößen wie **Marianne Faithfull**, **Mick Jagger** und **Brian Jones** kennen, mit dem sie auch eine Beziehung hat (was von den Stones in einem Song verewigt wird).⁹ Danach wird sie als Model entdeckt und tritt u.a. in dem legendären **Afri-Cola-Clip von Charles Wilp** auf. Nach 1973 moderiert sie **David Bowies Floor Show**. Bowie, mit dem sie eine Beziehung hat, motiviert sie, mit dem Singen zu beginnen. Ab 1976 tritt sie mit Disco-Titeln öffentlich auf. Die Künstlerin wird von Fotografen wie **Pierre et Gilles**, **Helmut Newton** und **Robert Mapplethorpe** porträtiert und posiert 1977 für den Playboy. Als die Discowelle Anfang der 80er-Jahre aufhört, wird sie Fernsehmoderatorin in Italien und Frankreich, ab 1995 auch in Deutschland. 2009 tritt sie als Schauspielerin mit 300 ausverkauften Vorstellungen in Paris auf. 2012 läuft sie im Alter von 73 Jahren in einer **Prêt-à-porter-Schau in Paris** für **Jean-Paul Gaultier** und wiederholt das 2020 in der letzten Schau von Gaultier.

Wenn Sie jetzt noch nicht wissen, von wem ich schreibe, haben Sie nicht im 20. Jahrhundert gelebt. Ich stelle diese Künstlerin deshalb vor, weil sie eine Ikone von Menschen jenseits der Heteronormativität ist, vor allem aber, weil ihre sexuelle Identität bis heute fluide geblieben ist. Und man wird es nie wissen, denn sie hat verfügt, dass sie sofort nach ihrem Tod verbrannt wird, damit kein Pathologe überprüfen kann, welchem Geschlecht sie denn angehört. Gender ist eben eine kulturelle Tatsache.



Ich spreche natürlich von der Künstlerin **Amanda Lear**, die inzwischen mindestens zwei Generationen irritiert und fasziniert, manche aber auch empört hat. Ob sie 1939 als Alain Tap geboren wurde und unter dem Namen *Peki d'Oslo* in Travestie-Shows aufgetreten ist (wie es Romy Haag und Evelyn Künneke behauptet haben), oder ob das nur ein kunstvoll gepflegter Mythos ist, den Salvador Dalí ihr nahegelegt hat (wie es Amande Lear sagt), wir werden es nie sicher wissen: „*I told so many lies and I denied ...*“ singt sie in einem ihrer neuen Lieder. Amanda Lear jedenfalls hat im Mai 2016 ihr Album „*Let me entertain you*“ herausgebracht, und hat dabei alte Lieder aus der Diskozeit neu arrangiert und aufgenommen, z.B. „**Good to be bad**“.

Die Kultur der Ambiguität pflegt sie bis heute. Und da hat man nicht das Gefühl, dass eine Werbeabteilung dahintersteht, die sorgsam darauf achtet, aus welcher Richtung der Wind gerade weht. Sie ist ein Spiegel der Zeiten und darin ist Amanda Lear sich über die Zeiten hinweg treu.

KI-Resonanzen (03.08.2023)

Google - Bard: Amanda Lear ist eine transsexuelle Frau. Sie wurde als Mann geboren, aber sie identifiziert sich als Frau. Sie hat sich einer Geschlechtsangleichung unterzogen und lebt seit vielen Jahren als Frau.

ChatGPT: Amanda Lear ist eine weibliche Person. Sie wurde am 18. November 1939 in Hongkong geboren und ist eine bekannte Sängerin, Künstlerin und Model.

Microsoft - Bing: Amanda Lear ist eine französisch-britische Sängerin, Malerin, Moderatorin, Autorin und Schauspielerin. Es gibt Gerüchte, dass sie transsexuell ist, aber sie hat das nie bestätigt oder dementiert. Warum interessiert dich ihr Geschlecht?

Microsoft – Bingo (präziser Modus): Amanda Lear ist eine französisch-britische Sängerin, Malerin, Moderatorin, Autorin und Schauspielerin. Es gibt Spekulationen über ihr Geschlecht, aber sie identifiziert sich als Frau. In einem Biopic über Salvador Dalí wird sie von dem Transgender-Model Andreja Pejic gespielt. Amanda Lear hat ihre eigene Identität herausgefordert und wurde in der Gesellschaft weitgehend akzeptiert.

Ich will keinesfalls Amanda Lear gegen Marla Glen ausspielen, das macht auch gar keinen Sinn. Beide stehen für eine ganz eigenständige Musik und einen eigenständigen Stil in ihrer Performance und ihrer Identitätsdarstellung. Meine Vermutung ist aber, dass bei Amanda Lear die Kultur der Ambiguität Teil der persönlichen und künstlerischen Strategie ist, während Marla Glen mir mehr als Getriebene ihrer Plattenfirmen bzw. von deren Werbeabteilungen erscheint.

Epilog: Noch einmal zurück zu Marla Glen - Videoästhetik

In der jüngsten Zeit hat Marla Glen eine Reihe von Musikvideos zu Stücken des Albums „Unexpected“ (2020) veröffentlicht. Nun bin ich, weil ich von der Bildenden Kunst her denke¹⁰, ein Rezipient, der Musikauftritte oft nach den Musikvideos beurteilt. Und von diesem Blickwinkel aus betrachtet, erscheinen mir die neueren Videos als eher schwach und nicht auf der Höhe der Zeit.

Auch wenn sich ein Musikvideo des Jahres 2023 im Retro-Style gibt, sollte es formal doch auf der Höhe der Zeit sein. Das sehe ich etwa beim Video zu „**Proof all your lovin**“ gar nicht. Es setzt ein mit dem Blick auf einen 40/50er-Jahre SW-Röhrenfernseher, um aber dann umstandslos farbige Graffitis einzublenden.



Aber man wird nicht moderner, wenn man den Wechsel vom Schwarz-Weiß-Fernsehen zum Farbfernsehen als Spiegel der eigenen Entwicklung begreift. Die anzitierten Brushstrokes von Roy Lichtenstein stammen aus der Mitte der 60er-Jahre und sind dementsprechend fast 60 Jahre alt.

Und auch beim Video zu „**I said hey**“ sehe ich nicht, dass es im Hier und Jetzt angekommen ist. Das sagt noch nichts über die Musik aus, aber ihre Visualisierung zeigt kein Bemühen, in irgendeiner Form geistesgegenwärtig zu sein. Selbst wenn den Videos zuzubilligt, nur Low-Budget-Produktionen zu sein, so sollten sie doch ausdruckskräftiger sein und auf den Punkt kommen. Es ist aber videoästhetisch völlig uninspiriert, geradezu aus der Zeit gefallen (aber nicht in einem positiven Sinn). Da war „Like a Believer“ und seine Visualisierung im Rahmen des Clips *Power* um Welten besser.



Anmerkungen

- ¹ Vgl. dazu A. Mertin/H. Futterlieb, Werbung als Thema des Religionsunterrichts, Göttingen 2001.
- ² Manchmal ist die Werbeindustrie durch ihre Wortwahl offener, als sie es in direkter Rede jemals wäre. „Wahrscheinlich kommt der Ursprung des Begriffs vom englischen „brandnew“, das sich von branding (Brandmarken) ableitet. Wie ein neugeborenes Kalb gebrandmarkt wird, ist das Brandneue gerade erst entstanden. Auch der englische Begriff „brand“ für Marken kommt von dem eingebrannten Stempel.“
- ³ Vgl. A. Mertin, Alle Werbung ist (nur) ein Gleichnis. Alte und neue religiöse Erzählungen aus der Warenwelt ; zur Arbeit mit Werbung im Religionsunterricht, in: Schönberger Hefte (1996) 23–32.
- ⁴ Ebd.
- ⁵ Wir sehen gerade an einer aktuellen Debatte in Deutschland, dass jemand, der sich für jüdisch hält (oder sich als jüdisch wählt), es aber nicht ist, weil seine Mutter keine Jüdin war, eben nicht die freie Wahl hat, sondern nach orthodoxem Ritus konvertieren muss. Identitätsbildung unterliegt komplexen Regeln. Ebenso kann man sich nicht einfach zum deutschen Staatsbürger erklären oder behaupten, man sei Schwarz.
- ⁶ <https://www.l-mag.de/aus-dem-heft-1015/blm-marla-glen.html>
- ⁷ <https://naomedical.com/info/understanding-androgynist-exploring-gender-identity-expression.html>
- ⁸ Noch skurriler wird das Ganze, wenn Magazine dann die Pressemeldung mit ihrer falschen Grammatik unkontrolliert übernehmen. Der Satz „Ebenso traf er zufällig auf Bo Diddley, die er mit wertvollen Tipps und Ratschlägen bereicherten“ taucht etwa bei Mannschaft Magazin, das die Pressemeldung nur leicht überarbeitet, weiterhin auf.
- ⁹ 1967 mit dem Lied *Miss Amanda Jones*
- ¹⁰ Vgl. Mertin, Andreas (1999): Videoclips im Religionsunterricht. Eine praktische Anleitung zur Arbeit mit Musikvideos. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

VORGESCHLAGENE ZITATION:

Mertin, Andreas: „Es ist mir längst klar, dass nichts bleibt, wie es war“. Wenn ein Sänger ihre Fans überrascht – Zur Kultur der Ambivalenzen, τὰ katoptrizόμενα – Magazin für Kunst | Kultur | Theologie | Ästhetik, Ausgabe 145 – Filmische Passionen, erschienen 01.10.2023 <https://www.theomag.de/145/am809.pdf>