

Tà katoptrizómena

Das Magazin für Kunst | Kultur | Theologie | Ästhetik

Heft 152 | [Home](#) | [Archiv](#) | [Impressum und Datenschutz](#) | [Das Magazin unterstützen](#)

Unter Beteiligung

Hinweise auf Bücher, an denen Autor:innen des Magazins mitgewirkt haben

Redaktion

Janus, Richard (Hrsg.) (2024):

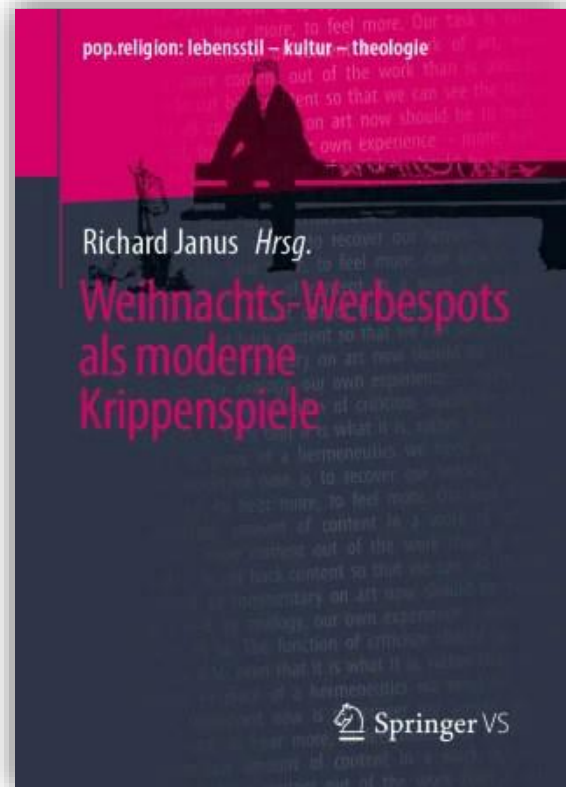
Weihnachts-Werbespots als moderne Krippenspiele in kulturwissenschaftlich-theologischer Perspektive 2024. Wiesbaden. Reihe pop.religion: lebensstil – kultur – theologie

[Klappentext]

Supermarktketten produzieren jedes Jahr zu Weihnachten eigene Werbespots. Diese greifen aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen auf und inszenieren diese sozialkritisch. Von Fragen des Umgangs mit Künstlicher Intelligenz bis hin zu den Folgen von Corona für Jugendliche spannt sich mittlerweile der Bogen. Diese Clips sind zu einem eigenen Genre geworden.

Im Grunde sind es kleine Krippenspiele, die nun nicht mehr in der Kirche aufgeführt werden, sondern über die verschiedenen Medien verbreitet werden. Ein direktes Vorbild für die Clips sind die Werbefilme zum Super Bowl in den USA.

[/Klappentext]



Beteiligte Magazinautor:innen und ihre Aufsätze:

Richard Janus	Werbung, Krippenspiele und Religion. Einleitende Bemerkungen Nur Provokation oder doch politisches Statement? Der Spot „The Journey“ von 84 Lumber aus dem Jahr 2017
Claudia D. Bergmann	Im Todeswasser: Eine Metapher in der Hebräischen Bibel und im Werbespot „Der Weg“
Harald Schroeter-Wittke	Mache dich auf, werde licht! Ein Abriss des weihnachtlichen Ab und Auf anhand des Weihnachtsfilms von Penny 2022 Der Riss/Let’s Talk
Inge Kirsner	Xmas 2117 – Ein Winternachtstraum, künstlich

VORGESCHLAGENE ZITATION:

Redaktion: Unter Beteiligung. Hinweise auf Bücher, an denen Autor:innen des Magazins mitgewirkt haben, tà katopt-rizómena – Magazin für Kunst | Kultur | Theologie | Ästhetik, Ausgabe 152 – Schichten der Präsenz, erschienen 01.12.2024 <https://www.theomag.de/152/pdf/redaktion152.pdf>