

Tanja Maier analysiert erstmals die Sichtbarkeit von christlichen Religionen in deutschsprachigen Zeitschriften von 1949 bis heute. Sie zeigt anhand zahlreicher Beispiele aus *Bunte*, *Stern* und *Spiegel*, wie in visuellen Medien christliche Bildmotive sowohl sozio-kulturell als auch im historischen Verlauf tradiert und transformiert werden. Der Wandel des christlichen Bilderrepertoires wird dabei aus zwei Perspektiven untersucht: Die erste Perspektive zeigt, wie Zeitschriften in ihren expliziten Religionsdiskursen christliche Bilder einsetzen, adaptieren und umgestalten. Die zweite Perspektive erforscht, wie dieselben Zeitschriften auch – und gerade – in nicht religionsbezogenen Kontexten durch solche religiösen Bildmotive geprägt werden. Die Studie integriert bei der Analyse sowohl kommunikations- und sozialwissenschaftliche Theorien und Methoden als auch kultur- und medienwissenschaftliche Ansätze.

Tanja Maier, Dr. phil., vertritt derzeit die Professur für Kommunikations- und Medienwissenschaft mit dem Schwerpunkt vergleichende Kulturanalyse an der Universität Bremen. Mit der vorliegenden Arbeit hat sie sich an der Freien Universität Berlin im Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaft habilitiert.