

Inhalt

1. Einleitung: »Reborn to be wild!« | 9

- 1.1 Forschungsfragen und Thesen | 11
- 1.2 Aufbau | 13
- 1.3 Begriffsdefinitionen | 14
- 1.4 Theoretische Überlegungen | 22
- 1.5 Methodische Vorgehensweise | 33
- 1.6 Forschungsstand | 36

2. »Das Schillern zwischen heilig und profan«. Eine historische Verortung des Resonanzraums für *Christian Pop* | 41

- 2.1 Musikalische Impulse religiöser Erweckungsbewegungen | 44
 - 2.1.1 Great Awakenings | 45
 - 2.1.2 *Urban Revivalism* | 49
 - 2.1.3 Anfänge einer Musikindustrie:
Billy Sunday & Homer Rodeheaver | 51
 - 2.1.4 Die Pfingstbewegung und der *Marketplace of Culture* | 52
 - 2.1.5 Die Kommerzialisierung von *Southern Gospel* | 54
 - 2.1.6 Billy Graham, George Beverly Shea
und die Anfänge von *Televangelism* | 55
- 2.2 Musikalische Impulse der Black Church: *Spirituals* & *Black Gospel* | 58
- 2.3 Das religiöse Erbe in US-amerikanischer Popmusik | 62
- 2.4 Fazit | 72

3. »Why should the devil have all the good music?« Die Entstehung von *Jesus Rock* (1969 – 1972) | 75

- 3.1 »The Poet Laureate of Christian Rock« – Larry Norman | 76
- 3.2 »A Counterculture Within a Counterculture« –
Das *Jesus People Movement* | 89
 - 3.2.1 »Lifestyle Christians« –
Jesus Freaks und ihre Weltanschauung | 91
 - 3.2.2 »Underground & Co-optation« –
Die konservative Vereinnahmung | 98

- 3.3 »New Lyrics for the Devil's Music« –
Jesus Rock als Music Ministry | 103
 - 3.3.1 »Folk Mass & Youth Musicals« – Vorläufer von *Jesus Rock* | 104
 - 3.3.2 »Jesus Music as a Tool« –
 Rocktexte als Mittel zur Bekehrung | 106
 - 3.3.3 »Religious Woodstock« – *Explo '72* als Wendepunkt | 111
- 3.4 »The Legacy« – Das Vermächtnis der *Jesus People* | 113

4. »Selling Jesus«.

Die neue Kultur im christlichen Ghetto (1972-1990) | 117

- 4.1 »Christian Pop's First Superstar« – Amy Grant | 120
- 4.2 »The Rise of Evangelicalism« –
Religious Right, Culture Wars & Televangelism | 133
- 4.3 »A Parallel Universe« –
 Etablierung der christlichen Musikindustrie | 143
- 4.4 »Christianizing Musical Styles« –
 Musik als Kommunikationsmittel | 155
- 4.5 »Easy Listening & Spiritual Warfare« –
 Christian Pop Texte von 1972 bis 1990 | 162
- 4.6 »Business vs. Ministry« –
 Die Identitätskrise der christlichen Musikkultur | 172

5. »Christian by faith, not by genre«.

Christian Pop im Mainstream (1991-2010) | 183

- 5.1 »A New Sound Going Around« – P.O.D. | 186
- 5.2 Evangelikaler Strategiewandel | 199
 - 5.2.1 »Culture Wars Reloaded« | 199
 - 5.2.2 »Seeker Sensitivity & Emergent Church« | 203
 - 5.2.3 »A New Kind of Witness« –
 Evangelikale als Kulturschaffende | 209
- 5.3 »Brokenness, Introspection, Doubts« –
 Neue *Christian Pop* Rhetorik | 213
- 5.4 »Making Christianity Cool« –
Christian Pop, Big Business und Jugendkultur | 225
- 5.5 »Seed-Planting & Subtle Messages« – Verführungsstrategien | 237

6. Resümee: »Cooptation vs. Subversion« | 247

7. Auswahlbibliographie | 259

8. Dank | 271