

„Disney Dreams!“ – Eine Abendshow im Spannungsfeld von Masse, Gemeinschaft, Emotionen und Religion

Emotionale Selbstaussagen von Disneyland Paris-Besuchern wie „Ich für meinen Teil glaube, sobald ich durch den Eingang geschritten bin, fallen Sorgen und Nöte einfach ab, eine steil auf die 40 zugehende Frau wird zum Mädchen und liebt es, Blödsinn zu machen, die Musik zu pfeifen, auf der Straße mitzusingen, mit den C[ast]M[ember] zu tratschen, einfach die Welt mit den Augen der Kinder zu sehen“¹ haben mich dazu bewogen, mich mehr mit diesem Park auseinanderzusetzen. Es scheint, als habe er etwas Besonderes an sich, was sich zunächst nicht genau fassen lässt.

Durch die Mitarbeit am Buch *Massen und Masken – Kulturwissenschaftliche und theologische Annäherungen an die Phänomene Masse und Karneval* (2017) lernte ich das notwendige Instrumentarium – u.a. Canettis Massen-Theorie und Turners Communitas-Ansatz – kennen, um Disneyland Paris aus einer völlig neuen Perspektive zu erschließen.

Aufgrund der zahlreichen potentiellen Untersuchungsgegenstände im Park entschloss ich mich für die abendliche Show „Disney Dreams!“, die sich aufgrund ihres Inhaltes besonders gut für eine Analyse im Spannungsfeld Masse – Gemeinschaftlichkeit – Emotionen – Religion eignet. Der folgenden Thematik liegt eine analytische, wenn auch nicht inhaltliche Trennung zugrunde: Zunächst wird „Disney Dreams!“ unter Rückgriff auf Canetti, Turner, Durkheim und Joas aus soziologischer, religionswissenschaftlicher sowie theologischer Perspektive untersucht.

Mit diesem Aufsatz möchte ich meine Ansätze zur Untersuchung der Disney-Themenparks aus einer wissenschaftlichen Perspektive, die ich in *Disneyland Paris – Eine Pilgerstätte?* (2017) begonnen habe, fortsetzen, und Sie als LeserInnen dafür sensibilisieren, dass aus fachwissenschaftlicher Sicht in den Parks mehr Potenzial vorhanden sind, als man auf den ersten Blick womöglich vermutet.

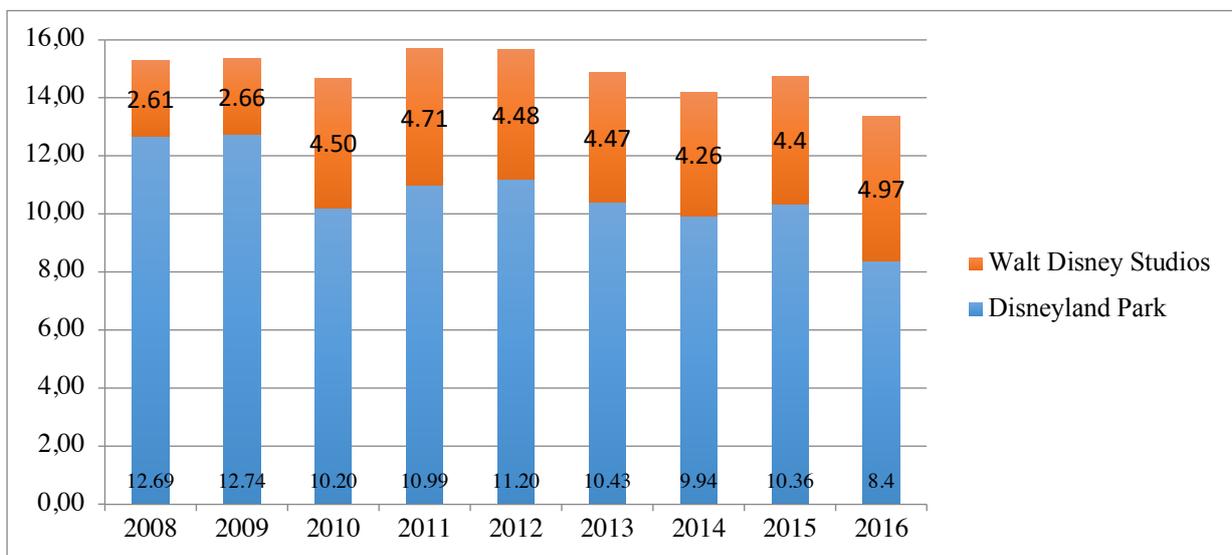
„Disney Dreams!“ – Masse und Event

Betrachtet man Bilder und Videos zu Disneyland Paris sind zwei mögliche erste Assoziationen „Da sind aber viele Menschen“ und „Das sieht sehr künstlich aus, aber die Besucherinnen scheinen dabei Spaß zu haben“ – Masse und Event. Beide Begriffe sind in der populären Kultur allgemein und in Disneyland Paris im Besonderen eng miteinander verbunden, sodass sie zum

¹ Melli: Warum freut Ihr Euch, wenn Ihr ins DLP fahrt? (Seite 3). <http://msemporium.de/board/showthread.php?p=277841>. Abfassungsdatum: 25.05.2013. Letzter Zugriff am 26.08.2016.

besseren Verständnis in diesem Kontext einer terminologischen Klärung bedürfen. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse werden am Ende dieses Abschnittes zusammengefasst und als Grundlage für die mögliche religiöse Dimension von „Disney Dreams!“ im Anschluss herangezogen.

Was für Massen genau gemeint sind, wird bei der Analyse der BesucherInnenanzahl der letzten Jahre deutlich. In der folgenden Grafik sind im unteren Bereich die BesucherInnen im Disneyland Park dargestellt, in dem auch „Disney Dreams!“ stattfindet. Im oberen Bereich ist die Anzahl der BesucherInnen in den Walt Disney Studios, dem zweiten Park in Disneyland Paris, ersichtlich.²



Im Schnitt hatten die Walt Disney Studios seit 2008 jährlich ca. vier Millionen Gäste, der Disneyland Park ca. elf Millionen, also insgesamt ca. 15 Millionen. Demnach besuchen täglich ca. 11.000 Menschen die Walt Disney Studios und 30.000 den Disneyland Park – in der Nebensaison weniger, in der Hauptsaison mehr.

Im Sinne des allgemeinen Verständnisses des Begriffs als „große Anzahl, Menge“ lässt sich hier definitiv von *Masse* sprechen. Aus einer wissenschaftlichen Perspektive heraus, stellt sich dieser Terminus allerdings komplexer dar: *Masse* im Allgemeinen zeichnet sich nach Canetti durch vier Merkmale aus:³

² TEA: Global Attractions and Attendance Reports 2008-2016. Online im Internet: URL: <http://www.aecom.com/theme-index/>. Erstellungsdatum 2009-2017. Letzter Zugriff am 18.12.2017.

Die Angabe der Besucherzahlen schwankt leicht in den verschiedenen Berichten, wenn auf die vorangegangenen Jahre verwiesen wird. Der Besuchereinbruch 2016 ist m.E. auf die umfangreichen Renovierungen hinsichtlich des 25. Jubiläums des Resorts zurückzuführen, wobei mehrere Attraktionen für eine größere Überholung längere Zeit geschlossen waren.

³ Wissenschaftlicher Rat der Duden-Redaktion. *Masse*. Online im Internet: URL: <http://www.duden.de/recht-schreibung/Masse>. Erstellungsdatum unbekannt. Letzter Zugriff am 22.06.2016.

⁴ Vgl. Canetti, Elias: *Masse und Macht*. Frankfurt am Main 1992, S. 30.

1. Wachstum: Der Wunsch/der Drang nach eigenem Wachstum
2. Gleichheit: Das Verschwinden individueller Unterschiede/der Wunsch nach einem „Communitas-Erlebnis“⁵, also – nach Turner – eines besonderen Erlebens von Gemeinschaftlichkeit, die identitätsstiftend oder -verfestigend wirken kann.
3. Dichte: Keine Existenz eines massenfreien Raumes
4. Richtung: Verfolgen eines gemeinsamen Ziels

Diese Aufzählung muss insofern relativiert werden, als dass bspw. das Merkmal *Wachstum* nur auf offene und nicht geschlossene Massen zutrifft. Offene Massen sind bspw. Mobs oder Shitstorms im Internet. Geschlossene Massen hingegen sind ihrem Wesen nach aus verschiedensten Gründen begrenzt und somit auf Stabilität ausgerichtet, z.B. eine Geburtstagsfeier im privaten Rahmen. In diese Kategorie fällt auch Disneyland Paris und somit „Disney Dreams!“: Zum einen ist die mögliche Anzahl der BesucherInnen durch den Eintrittspreis beschränkt (ökonomisches Kriterium), zum anderen ist die Maximalanzahl an BesucherInnen aus Sicherheitsgründen begrenzt (pragmatisches Kriterium).

Exemplarisch soll der Ansatz Canettis auf das „Nighttime Spectacular“ „Disney Dreams!“ bezogen werden, das zunächst vorgestellt werden soll.

Erstmalig lief diese Abendshow zum 20-jährigen Jubiläum von Disneyland Paris 2012. Es handelt sich hierbei um ein bis dato allabendliches ca. 23-minütiges Ereignis am Ende der Öffnungszeiten des Disneyland Parks, bei dem mit Hilfe von Projektionen auf das Dornröschenschloss und auf Wasser, Wasserfontänen (Hydrotechnik), Feuer und Feuerwerk (Pyrotechnik) verschiedene Erzählungen des Disney-Universums auf 2500qm⁶ dargestellt werden, die in unregelmäßigen Abständen wechseln. Hier wird deutlich, dass „Disney Dreams!“ auf ein ganzheitliches Erleben abzielt.⁷

Im Fokus dieses Events stehen bekannte Lieder aus Disney-Filmen wie *Let it go* (Die Eiskönigin), *Friend like me* (Aladdin) oder *I see the light* (Rapunzel – Neu verhöhnt).

⁵ Im Anschluss an Turner 1982: Gutmann, Hans-Martin/ Eckardt, Simon: „Events“ – Zur Ambivalenz von Massenphänomenen. Masse, Kommerz und Religion. In: In: Janus, Richard/ Fuchs, Florian/ Schroeter-Wittke, Harald (Hg.): Massen und Masken. Kulturwissenschaftliche und theologische Annäherungen an die Phänomene Masse und Karneval (= pop. religion: lebensstil – kultur – theologie, Bd. 2). Wiesbaden 2017, S. 9-24.

⁶ Mayné, François: A look behind the scenes of Disney Dreams! at Disneyland Paris. Online im Internet: URL: <http://www.newsparks.com/en/article/00006037-a-look-behind-the-scenes-of-disney-dreams-at-disney-land-paris>. Verfassungsdatum: 02.06.2013. Letzter Zugriff am 23.06.2016.

⁷ Bei anderen Events im Park, bspw. bei der täglichen Parade, wird das ganzheitliche Erleben durch gezielt eingesetzte Gerüche, die von den Wagen (floats) verströmt werden, noch steigert. Bei Treffen mit den Disney-Figuren ist zudem ein Berühren, stellenweise sogar ein Unterhalten, möglich, was das Event weiter intensiviert.

Dabei werden verschiedene Themen wie der Kampf Gut gegen Böse, Hoffnung, Liebe und Freundschaft aufgegriffen bzw. über die Lieder transportiert. Inhaltlich verbunden werden die Lieder und die mit ihnen erzählten Geschichten zum einen durch ein Musikarrangement, das eigens für die Abendshow komponiert wurde, und zum anderen über eine Rahmenhandlung: Die Figur Peter Pan verliert nach einem kurzen Intro seinen Schatten, der bei seiner Flucht die Magie des „Second Star“, zerstört.⁸ Die aus dem Stern fallende Magie, dargestellt als glitzernder Feenstaub, „initiiert“ die oben genannten Geschichten, durch die Peter Pan nun reist, um seinen Schatten wiederzubekommen, und um dem „Second Star“ die Magie mit Hilfe seiner Fee Tinkerbell zurückzubringen.

Auf seiner Suche ist stets der besagte Stern präsent, der von der Spitze des Schlosses auf die Menschenmassen bis zum Parkeingang mit Hilfe von Laserstrahlen leuchtet.

Ein grundsätzliches Problem, wenn man über ein Event schreibt, ist, dass Sie als LeserInnen, sofern Sie dieses Event nicht selbst erlebt haben, sich über Beschreibungen kein wirkliches Bild machen können. Daher ist es für das Verständnis der folgenden Ausführungen ratsam, dass Sie sich bspw. über YouTube ein eigenes Bild, wenn es auch nur medial ermittelt ist, machen. Dieser Zugang zu „Disney Dreams!“ ermöglicht nicht dieselbe Immersionserfahrung wie eine Präsenz im Disneyland Park, kann aber eine grobe Vorstellung dieses Events vermitteln.⁹ Diese Einschätzung teilen auch Menschen, die diese Show live gesehen haben, z.B.: „It’s amazing. But it don’t reach the feeling to stand in front of this Castle and see the show Live.“¹⁰ Immersion wird nicht nur durch die Show an sich intendiert, sondern letztendlich durch alles innerhalb des Parks: „These distillations – from musical cueing and food to landscaping, lighting, scaling, signage, sounds, surfaces, textures, and smells- play off perception and collective memory to create ‚instant moods‘.“¹¹

⁸ In der Erzählung um Peter Pan ermöglicht „der zweite Stern rechts“ die Reise nach Nimmerland.

⁹ Geeignete Videos, auf denen sowohl das Event selbst als auch die daran partizipierende Masse deutlich werden, finden sich auf YouTube, z.B.: DLP Guide: Disney Dreams! Disneyland Paris World Premiere 2012 full show (20th Anniversary). Online im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=glNjMOXSL7k>. Erstellungsdatum 03.04.2012. Letzter Zugriff am 26.06.2016 und Javi Rod: À bientôt Disneyland Paris!, Disney Dreams Fireworks Finale + Walking out through Main Street. Online im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=F-ZZ-V5M400>. Erstellungsdatum 19.08.2014. Letzter Zugriff am 26.06.2016.

¹⁰ Steinberg, Andre: Kommentar zu „Disney Dreams!“. Online im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NDtosjvTrBc>. Verfassungsdatum 2016. Letzter Zugriff am 26.06.2016.

¹¹ King, Margaret J.: The Disney Effect. Fifty Years After Theme Park Design. In: Jackson, Kathy Merlock/West, Mark I. (Hg.): Disneyland and Culture. Essays on the Parks and Their Influence. Jefferson/North Carolina/London 2011, S. 224.



Abbildung 1 Die wartenden Massen vor "Disney Dreams"!

In der Terminologie Canettis liegt bei „Disney Dreams!“ bzw. dem dabei zuschauenden Publikum eine geschlossene (nicht offene), stockende (nicht rhythmische), rasche auf ein Ziel fokussierte (nicht langsame), sichtbare (nicht unsichtbare) Fest- oder Doppelmasse vor, wobei Letzteres durch eine Abgrenzung von innen und außen gekennzeichnet ist¹²: Geschlossen ist sie aufgrund der Tatsache, dass ein Ticket für den Parkbesuch notwendig ist. Stockend ist sie, da sich die Masse vor

dem Schloss positioniert und dort bis zum Ende von „Disney Dreams!“ verharret. Rasch ist sie, da die Masse ein gemeinsames Ziel, das Erleben der Show, was unmittelbar bevorsteht, verfolgt. Sichtbar ist die Masse, da die Menschen physisch vor dem Schloss anwesend sind. Eine Festmasse ist sie, weil sie in emotional positiver Grundstimmung auf das Ereignis wartet. Und eine Doppelmasse ist sie, weil durch die Tatsache, dass die Masse geschlossen ist, eine klare Trennung zwischen Innen und Außen – im Park und außerhalb des Parks bzw. ZuschauerInnen und Nicht-ZuschauerInnen – zu erkennen ist.

Auch die oben genannten drei Merkmale von Masse – das Wachstum wurde bereits begründet in Bezug auf Disneyland und „Disney Dreams!“ ausgeschlossen – sind als gegeben anzusehen: Die zuschauende Masse ist v.a. in der Hauptsaison sehr dicht. Die Menschen stehen auf der Main Street U.S.A, der Straße vom Parkeingang bis zum Schloss, und auf dem Central Plaza, dem Platz vor dem Schloss, so eng beieinander, dass kein wirkliches Durchkommen mehr möglich ist. Es existiert kein Raum, in dem Masse nicht ist. Auch verfolgt die Masse, wie bereits angeklungen, ein gemeinsames Ziel, das Erleben der Abendshow. Auf das letzte Merkmal von Massen, Gleichheit, wird aufgrund der Komplexität im nächsten Abschnitt „Disney Dreams!“ – *Masse und Event als Ermöglichungsgrund vielfältiger Erfahrungen* eingegangen.

Ergänzt werden muss die bisherige Analyse der Masse um den Zusatz *kommerziell* bzw. *kommerziell organisiert*. Gutmann/Eckardt definieren *kommerziell organisierte Massen* als „[...]

¹² Vgl. Roth, Florian: Elias Canetti – „Masse und Macht“. Vortrag von Dr. Florian Roth. Online im Internet: http://sfb89b7e12c5b103c.jimcontent.com/download/version/1345165620/module/6416526785/name/Canetti_Masse_und_Macht.pdf. Erstellungsdatum: 10.10.2003. Letzter Zugriff am 22.06.2016.

durch einen, nicht inhaltlich Interessierten, Dritten organisiert [,die] erst durch seine Initialisierung entsteht.“¹³ Zweifelsohne handelt es sich bei den Parkbesuchern um eine Masse, die kommerziell organisiert wurde, was an den Verkäufen von Jahrespässen, Tages- bzw. Mehrtagestickets sowie Pauschalen mehr als deutlich wird. Auch ist es unbestreitbar, dass die Masse an Parkbesuchern erst durch Initialisierung (Verkauf von Tickets, Öffnung des Parks) zustande kommt.

Allerdings muss bezweifelt werden, dass die organisierenden Instanzen – je nach Zuständigkeit Euro Disney SCA, Euro Disney Associés SNC oder The Walt Disney Company – kein inhaltliches Interesse an der Masse bzw. am Park haben.

Es ist anzunehmen, dass Gutmann/Eckardt Konzertveranstalter oder Ticketverkäufer – also Dritte, die bspw. mit einem Konzert inhaltlich keine Verbindung haben – bei ihrer Definition gemeint haben. In Bezug auf Disneyland ist aber anzunehmen, dass die organisierenden Instanzen sehr wohl ein inhaltliches Interesse am Park und seinen Besuchern haben: Die Marke Disney selbst, der Ruf der Themenparks, die darin enthaltenen Attraktionen, Shows und Events sind Garanten dafür, dass jedes Jahr viele Millionen konsumierender Menschen den Park besuchen.

Aussagen aus offiziellen Präsentationsvideos unterstützen die These des inhaltlichen Interesses der Veranstalter am Park: „Since the very beginning Disneyland Paris has been all about offering high quality experiences. Packed full of dreams, magic and wonder. [...] We´re aimed to offer you exceptional und unforgettable experiences [...] The place where dreams come true – for all ages.“¹⁴

Nachdem der Begriff *Masse* reflektiert wurde, soll im Folgenden erörtert werden, warum es bei „Disney Dreams!“ nicht nur um Masse handelt, sondern auch um ein populäres Event. Dadurch wird die enge Beziehung dieser beiden Termini, die bestimmte Erlebnisse bzw. Erfahrungen ermöglichen, und die für den Fortgang dieser Arbeit relevant sind, verdeutlicht.

Wie auch bei Masse gibt es charakteristische Merkmale, um ein populäres Event von anderen Veranstaltungen abzugrenzen:

¹³ Gutmann/ Eckardt 2017, S. 19.

¹⁴ Disneyland Paris: 2015 official presentation of Disneyland Paris. Online im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RqC98NbKvyA&index=1&list=PL1zje29bwPej03tWfNNevpcHQcU8AcsIb>. Erstellungsdatum: 27.11.2015. Letzter Zugriff am 23.06.2016.

1. Ein Event verfolgt seitens der veranstaltenden Instanz finanzielle Interessen.¹⁵ Auf diesen Aspekt wurde bereits bei den Ausführungen zu Masse eingegangen und ist als gegeben anzusehen.
2. Ein Event existiert nicht isoliert, sondern im Verbund.¹⁶ „Disney Dreams!“ ist innerhalb des Disneyland Park und der Walt Disney Studios kein isoliertes Event – eher lässt sich Disneyland Paris als durch und durch „eventisiert“ bezeichnen. Viele kleine Events, wie Frozen Sing-along, die Jedi Training Academy oder die Parade, die ebenfalls die o.g. Merkmale erfüllen, tragen zum Eindruck bei, dass dieser Themenpark „eventisiert“ ist.
3. Das Ziel eines Events ist Vergemeinschaftung.¹⁷ Dieser Aspekt wird zusammen mit dem oben aufgeführten Begriff der Gleichheit im Folgeabschnitt als Communitas-Erfahrung analysiert.
4. Auf einem Event ist der Besucher/die Besucherin auf der Suche nach etwas Besonderem, „was sich in der Sehnsucht des Menschen nach Vergnügen, Lust und Unterhaltung“¹⁸ zeigt. Vereinfacht gesagt, erwarten die Menschen beim Besuch eines Events Spaß und sind dort auf der Suche nach „Momente[n] des Glücks“¹⁹. Ermöglicht wird dies auch durch eine gewisse Struktur und geplante Abläufe: „In Disneyland things generally ran smoothly, and everyone smiled and felt safe.“²⁰

Dass die BesucherInnen eines Themenparks auf der Suche nach Unterhaltung und Spaß sind, bedarf m.E. keiner weiteren Erläuterung.²¹ Dieses Bedürfnis wird von den Betreibern Disneylands – und denen aller anderen Themen- und Freizeitparks – für kommerzielle Interessen genutzt.²²

¹⁵ Vgl. Schroeter-Wittke, Harald: Event(uelle) Kirche. In: In: Janus, Richard/ Fuchs, Florian/ Schroeter-Wittke, Harald (Hg.): Massen und Masken. Kulturwissenschaftliche und theologische Annäherungen an die Phänomene Masse und Karneval (= pop. religion: lebensstil – kultur – theologie, Bd. 2). Wiesbaden 2017, S. 72.

¹⁶ Ebd.

¹⁷ Ebd.

¹⁸ Ebd.

¹⁹ Vgl. Herrmann, Peter: Freizeit und Themenparks – Multimediale Zufluchtsorte einer erlebnishungrigen Gesellschaft? In: Quack, Heinz Dieter/Klemm, Kristiane (Hg.): Kulturtourismus zu Beginn des 21. Jahrhunderts. Festschrift für Albrecht Steinecke. München 2013, S.199.

Diese Suche ist nicht nur auf Freizeit- und Themenparks beschränkt: Nach Opaschowski besuchen ca. 27 Millionen Bundesbürger jährlich mindestens einmal eine Massenveranstaltung im Kunst- und Unterhaltungsbereich (vgl. Opaschowski, Horst W.: Freizeitkultur. In: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populäre Kultur. Stuttgart 2003, S. 36).

²⁰ Scibelli, Cathy: Forget the Prozac, Give Me a Dose of Disney. In: Jackson, Kathy Merlock/West, Mark I. (Hg.): Disneyland and Culture. Essays on the Parks and Their Influence. Jefferson/North Carolina/London 2011, S. 218.

²¹ Eine globale Analyse dieser Suche wäre sehr interessant, da die Anzahl an Menschen weltweit, die einen Freizeit- bzw. Themenpark aufsuchen, seit Jahren kontinuierlich steigt. So besuchten weltweit 2015 5,4% mehr Menschen einen Park als noch 2014 (vgl. TEA 2015, S. 6).

²² Vgl. Herrmann 2013, S.199.

5. Events sind nur soweit verpflichtend, wie es der Besucher/die Besucherin möchte.²³ Der Besuch von Disneyland Paris bzw. das Verfolgen von „Disney Dreams!“ ist freiwillig und unterliegt keinen Verpflichtungen, sodass auch dieses Merkmal als gegeben anzusehen ist.
6. Ein Event stellt ein außeralltägliches Ereignis dar.²⁴ „Disney Dreams!“ ist als außeralltägliches Ereignis zu bezeichnen, da einem eine Show dieser Dimension nicht im Alltag begegnet. Menschen besuchen den Park für einen oder mehrere Tage, bspw. für einen Kurzurlaub, um den Alltag zu durchbrechen. Nichtsdestotrotz kann die Abendshow während eines mehrtägigen Aufenthalts in den neu entstehenden Alltag, im Sinne eines Rituals, integriert werden, da sie stets zur selben Zeit stattfindet.
7. Events sind auf einen Teil der Bevölkerung beschränkt bzw. nur für eine bestimmte Zielgruppe konzipiert.²⁵ Auch dieser Aspekt wurde bereits im Kontext des Begriffes *Masse* erläutert.
8. Events sind mediatisiert.²⁶ Auch wenn man es in Deutschland nicht wahrnimmt, sind Disneyland Paris als Ort vieler Events und „Disney Dreams!“ stark mediatisiert. Werbung und Ankündigungen finden sich in den deutschen Medien kaum. Ein möglicher Grund ist, dass statistisch nur wenige Deutsche nach Disneyland Paris fahren. Der Anteil deutscher BesucherInnen lag bspw. 2011 bei 3%²⁷, was in absoluten Zahlen ca. 471.000 Gästen entspricht. Nach offiziellen Angaben blieb dieser Wert auch 2015 konstant²⁸ (ca. 444.000 deutsche Gäste).

Ob nur so wenige Deutsche in diesen Themenpark fahren, weil zu wenig geworben wird, oder ob Disney in Deutschland so wenig wirbt, weil so wenige Personen hinfahren, kann an dieser Stelle nicht beantwortet werden. Ein Blick in das europäische Ausland zeigt, wie stark Disneyland Paris und „Disney Dreams!“ mediatisiert und damit beworben werden.²⁹ Hinzu kommen die Plakate und Hinweise im Park, die auf die Abendshow hinweisen.

²³ Ebd.

²⁴ Hepp, Andreas / Höhn, Marco / Vogelsang, Waldemar: Einleitung. Perspektiven einer Theorie populärer Events. In: Dies. (Hg.): Populäre Events. Medienevents, Spielevents, Spaßevents. 2. Auflage. Wiesbaden 2010, S. 7.

²⁵ Ebd.

²⁶ Vgl. Schroeter-Wittke 2017, S. 74.

²⁷ Vgl. Sheridan, Anthony: Attendance breakdown reveals where 15 million Disneyland Paris visitors come from. Online im Internet: URL: <http://www.dlptoday.com/2011/03/11/attendance-breakdown-reveals-where-15-million-disneyland-paris-visitors-come-from/>. Erstellungsdatum: 11.03.2011. Letzter Zugriff am 23.06.2016.

²⁸ Vgl. Disneyland Paris: [EN] Disneyland Paris 2015 Key Figures. Online im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GkiRCCFu6is&index=17&list=PL1zje29bwPej03tWfNNevpcHQcU8AcsIb>. Erstellungsdatum: 01.03.2016. Letzter Zugriff am 23.06.2016.

²⁹ Vgl. Suchergebnisse https://www.youtube.com/results?search_query=disneyland+paris+commercial und https://www.youtube.com/results?search_query=disney+dreams+paris+commercial

9. Events sind emotionalisiert.³⁰ In seinen Ausführungen zum Begriff *Erlebniswelten*, zu denen Herrmann auch Disneyland Paris zählt,³¹ legt er dar, dass Themenparks als Ganzes hochgradig emotionalisiert sind. Dies trifft auch auf „Disney Dreams!“ als Teil dieser Erlebniswelt zu, da über die gezeigten Szenen und Musikstücke bspw. Erinnerungen an die eigene Kindheit zurückkommen, die positiv besetzt sein können. Selbst ohne Kenntnis der dargestellten Filme und ihrer Musik, ist die Abendshow so aufwendig (technisch) inszeniert, dass Gefühle wie Überwältigung und Ergriffenheit, auf die im Folgeabschnitt näher eingegangen werden, denkbar und m.E. sogar wahrscheinlich sind.

Charakteristisch für Events ist außerdem, dass sie mit Hilfe bestimmter Mittel aufwendig inszeniert werden. Gutmann/Eckardt nennen im Anschluss an Canetti Feuer, Regen und Wasser als Symbole von Masse,³² die bei „Disney Dreams!“ zugleich als Pyro- und Hydroeffekte als Inszenierungsmittel dienen. Die Aufzählung an Symbolen kann noch um den erwähnten „Second Star“ ergänzt werden, der die Masse überstrahlt und als Symbol für Magie die gesamte Show über präsent ist.

Wie in diesem Abschnitt deutlich wurde, sind Masse und Event allgemein und in Bezug auf „Disney Dreams!“ im Besonderen eng miteinander verbunden, sodass es sich bei dieser alltäglichen Abendshow um ein *Massenevent* handelt.

Nach der Analyse des Themas hinsichtlich Masse und Event wird im Folgenden untersucht, welche Erfahrungen – und damit verbunden welche Gefühle – das Massenevent „Disney Dreams!“ ermöglichen kann.

„Disney Dreams!“ – Masse und Event als Ermöglichungsgrund vielfältiger Erfahrungen

Die potentiell religiöse Dimension der Masse wird sichtbar, wenn man sich den Aspekt *Communitas* und sich damit verbundene mögliche Erfahrungen und Gefühle verdeutlicht. Eine *Communitas*-Erfahrung im Sinne Turners ist wie oben bereits erwähnt identitätsstiftend oder -verfestigend. Dies wiederum ist eine anerkannte Funktion, die Religion leisten kann³³ (vgl. Kaufmann 1989, S. 84f.).

Deutlich wird sie bspw. im Christentum beim Besuch von Gottesdiensten, dem Deutschen Evangelischen Kirchentag, bei Abendmahlsfeiern oder bei der Taufe. Während Letztgenanntes die Initiation eines Menschen in die Gemeinschaft Kirche darstellt, was im Laufe eines Lebens

³⁰ Vgl. Herrmann 2013, S.196.

³¹ Vgl. ebd., S. 194.

³² Vgl. Gutmann/Eckardt 2017, S. 14.

³³ Kaufmann, Franz Xaver: Religion und Modernität. Sozialwissenschaftliche Perspektiven. Tübingen 1989, S. 84f.

Teil der eigenen Identität werden kann, stellen die anderen Beispiele Möglichkeiten zur Verfestigung der christlichen Identität in dieser Gemeinschaft dar.

Die Frage ist, ob ein Besuch in Disneyland Paris oder konkreter ein Erleben von „Disney Dreams!“ ebenfalls ein Communitas-Erfahrung darstellen kann. Dass das Erleben dieses Events identitätsverfestigend wirken kann – nicht muss –, ist m.E. unstrittig: Wird der Rezipierende während „Disney Dreams!“ mit Filmszenen, Melodien und Figuren, mit denen er möglicherweise seit der eigenen Kindheit verbunden ist, emotional angerührt, kann dies durchaus identitätsverfestigend sein. Hinzu kommt, dass der Zuschauende in einer Masse an Leuten steht, die womöglich ähnliches empfinden. Dies zeigt sich bspw. an freudigen Ausrufen, dem glücklichen Gesichtsausdruck vieler Menschen, lautem Staunen oder dem Mitsingen von Liedern zu „Disney Dreams!“.³⁴ Gleichgesinnte Menschen werden hier miteinander verbunden, womit der integrative Charakter dieser Show deutlich wird.

Ob das beschriebene Erlebnis auch identitätsstiftend sein kann, kann an dieser Stelle nur vermutet werden. Wenn das Gesehene aber jemanden emotional berührt, sodass es ihn „unbedingt angeht“, ihn tief emotional berührt, ist dies zumindest vorstellbar.

So ist auch das letzte Merkmal Canettis von Masse, die Gleichheit, als bei „Disney Dreams!“ gegeben anzusehen.

Eine Communitas-Erfahrung kann mindestens eine weitere zur Folge haben, eine Fluss-Erfahrung, einen Flow. Auch hier sei wieder auf Turner verwiesen, der einer Flow-Erfahrung folgende Merkmale zuweist,³⁵ wobei diese um das konkrete Beispiel „Disney Dreams!“ ergänzt werden:

1. Ein Flow-Erlebnis ist gekennzeichnet durch die Fokussierung der Aufmerksamkeit auf einen spezifischen Punkt: das Schloss mit den darauf zu sehenden Projektionen
2. Darüber hinaus befindet man sich während eines Flows ausschließlich im Hier und Jetzt, d.h. das derzeitige Erleben steht im Fokus: das Gesamtspektakel
3. Außerdem ist nach Turner der Verlust des eigenen Ichs im Sinne eines Eintauchens in das Erleben, den Fluss, ein charakteristisches Merkmal eines Flows: das ganzheitliche Aufgehen in den Melodien und den Projektionen

³⁴ Deutlich wird das bspw. im Video Javi Rod: Disneyland Paris – Disney Dreams! (Frozen Summer – Full Fireworks Show HD). Online im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5tycqils4iI>. Erstellungsdatum: 16.06.2015. Letzter Zugriff am 26.06.2016. Ab 14:14 – 14:50 min singt die Masse *Let it go*.

³⁵ Vgl. Turner, Victor: Vom Ritual zum Theater. Der ernst des menschlichen Spiels. Frankfurt am Main/New York 1989, S. 88ff.

4. Trotz des Versinkens im bildlichen Fluss, behält der Zuschauende die Kontrolle über das eigene Handeln und die Umwelt
5. Das Erleben des Flusses selbst wird als Befriedigung empfunden, ohne dass eine andere Belohnung notwendig wäre: Erleben von „Disney Dreams!“ mit all seinen beschriebenen Facetten als Befriedigung

Die eben beschriebene Erfahrung stellt eine Beziehung zwischen einem Subjekt, dem Zuschauenden, und einem Objekt, „Disney Dreams!“, her. Diese gestaltet sich allerdings nicht gleichwertig, in dem Sinne, dass beide aktiv sind, sondern der Zuschauende ist im Flow passiv, er ist bildlich in den Fluss eingetaucht. Einem Flow-Erlebnis liegt demnach eine Passivitätsstruktur zugrunde: Am zuschauenden Subjekt wird gehandelt!

Hier liegt ein Anknüpfungspunkt für eine eher soziologische/religionswissenschaftliche sowie eine religiöse Deutung der Rezeption von „Disney Dreams!“.

Im soziologischen und religionswissenschaftlichen Sinne scheinen hier die Begriffe „Selbsttranszendenz“³⁶ und „kollektive Effervescenz“³⁷ anschlussfähig. Sie erlauben eine Deutung des beschriebenen Flow-Erlebnisses – ohne vorschnell in theologische Deutungskategorien zu verfallen.

1. Joas definiert „Selbsttranszendenz“ als: „Erfahrungen, in denen eine Person sich selbst übersteigt, nicht aber, zumindest zunächst nicht, im Sinne einer moralischen Überwindung ihrer selbst, sondern im Sinne eines **Hinausgerissenwerdens über die Grenzen des eigenen Selbst, eines Ergriffenwerdens von etwas, das jenseits meiner selbst liegt, einer Lockerung oder Befreiung von der Fixierung auf mich selbst**. Diese Selbsttranszendenz ist zunächst also nur bestimmt als eine Richtung weg von sich selbst, wie es ja in dem etwas altväterlichen deutschen Wort „Ergriffensein“ schön zum Ausdruck kommt.“³⁸ Das Substantiv *Ergriffensein* ist als treffendes Synonym zu *Passivitätsstruktur* zu sehen, da die Tatsache, dass man von etwas ergriffen wird, eine Passivität des Subjekts impliziert.

Legen die Merkmale des Flows nach Turner ihren Fokus eher auf das (passive) Subjekt, umreißt Joas das Gegenstück dieser Erfahrung, das Objekt, „das jenseits meiner selbst liegt“. Damit sind, um auf „Disney Dreams!“ zurückzukommen, in meiner Interpretation des Terminus *Selbsttranszendenz* zwei Objekte, die am passiven Subjekt handeln,

³⁶ Joas, Hans: Braucht der Mensch Religion? 2.Auflage. Freiburg im Breisgau 2007, S. 17.

³⁷ Durkheim, Émile: Die elementaren Formen des religiösen Lebens. Frankfurt am Main 1994, S. 289.

³⁸ Joas 2007, S. 17; Hervorhebung F.F.

denkbar: Das Event selbst, das außerhalb des Zuschauenden stattfindet, handelt direkt am Zuschauer. Oder aber der Zuschauende wird beim Erleben von „Disney Dreams!“ von etwas anderem ergriffen, etwas, das auch jenseits dieses Events liegt. Wer oder was dieses Etwas ist, bleibt aus soziologischer und religionswissenschaftlicher Perspektive offen.

In der Terminologie Rudolf Ottos könnte diese Erfahrung eine Begegnung mit „dem Heiligen“³⁹ darstellen. Nach Otto kann sich bei dieser Begegnung ein Kreaturgefühl⁴⁰ einstellen, das er im Fortgang als „mysterium tremendum et fascinans“ beschreibt – eine Überwältigung, ein Ergriffensein, das sinn-verwirrend aber zugleich entzückend sein kann.⁴¹ Selbstaussagen von „Disney Dreams!“ - Zuschauenden, weisen in diese Richtung: „I can't even DESCRIBE how AMAZING that was. I was freaking out and tearing up and screaming the whole time I just. Oh my goodness. I applaud you Disneyland Paris. I can't imagine seeing that in person too“⁴², „This is the show I watched in January/2015 !! I was so moved, I couldn't stop crying like a child !!“⁴³ oder „I cried. My brother cried. We all cried, it's so beautiful :“(.⁴⁴ Diese emotionale Der emotionale Aspekt, genauer eine emotionale Ambivalenz, ist typisch für Themenparks.⁴⁵

2. Ein weiterer Begriff, der das obige Flow-Erlebnis begrifflich fassen kann, ist Durkheims „kollektive Efferveszenz“⁴⁶: „Erfahrungen des Selbstverlustes, die zugleich die Erfahrung einer Kraft sind – einer außerordentlichen Macht die das Individuum mitreißt und in eine andere Welt versetzt. Für Durkheim selbst stellt diese Kraft nichts anderes dar als den Effekt der Vereinigung der Individuen selbst.“⁴⁷ Die Gemeinsamkeit zwischen *Selbsttranszendenz* und *kollektiver Efferveszenz* liegt in der Erfahrung, der Begegnung mit einer Macht, die imstande ist, das passive Individuum aus seiner Umgebung herauszureißen. In diesem Aspekt sind die beiden Termini als synonym anzusehen. Allerdings

³⁹ Vgl. Otto, Rudolf: Das Heilige. In: Härle, Wilfried (Hg.): Grundtexte der neueren evangelischen Theologie. Leipzig 2007, S. 91-96.

⁴⁰ Vgl. ebd., S. 91.

⁴¹ Vgl. ebd., S. 95f.

⁴² Angela: Kommentar zu „Disney Dreams!“. Online im Internet: URL: https://www.youtube.com/watch?v=D8jNiv1n8_s. Erstellungsdatum 2014. Letzter Zugriff am 26.06.2016.

⁴³ Carvalho, Patrick: Kommentar zu „Disney Dreams!“. Online im Internet: URL: https://www.youtube.com/watch?v=D8jNiv1n8_s. Erstellungsdatum 2015. Letzter Zugriff am 26.06.2016.

⁴⁴ Lizziloufizzlestix. Kommentar zu „Disney Dreams!“. Online im Internet: URL: https://www.youtube.com/watch?v=D8jNiv1n8_s. Erstellungsdatum 2014. Letzter Zugriff am 26.06.2016.

⁴⁵ Vgl. Herrmann 2013, S.197.

⁴⁶ Durkheim 1994, S. 75.

⁴⁷ Joas 2007, S. 69.

wird in der Deutung von Durkheim nach Joas diese Macht nicht offen gelassen, sondern als „Effekt der Vereinigung der Individuen selbst“ konkretisiert.

Zum einen wird im Aspekt der Vergemeinschaftung die Nähe zu dessen funktionaler Religionsdefinition deutlich: „Eine Religion ist ein solidarisches System von Überzeugungen und Praktiken, die sich auf heilige, d. h. abgesonderte und verbotene Dinge, Überzeugungen und Praktiken beziehen, die in einer und derselben moralischen Gemeinschaft, die man Kirche nennt, alle vereinen, die ihr angehören.“ (Durkheim 1994, S. 75). Durkheim legt den Fokus seiner Definition von *Religion* auf den Aspekt der Gemeinschaft der Vergemeinschaftung.

Zum anderen kann die von Durkheim beschriebene Kraft m.E. mit Turners *Communitas*-Erfahrung in Verbindung gebracht werden, die identitätsstiftende bzw. -verfestigende Gemeinschaftlichkeit darstellt: Beim Betrachten von „Disney Dreams!“ vereinigen sich die Zuschauenden zu einer Gemeinschaft, die, wie oben bereits erwähnt, mehr sein kann, als eine lose Gruppe. Außerdem findet sich der Moment des Verlusts des eigenen Selbst, den man m.E. auch als Aufgehen in einer Masse bezeichnen kann, sowohl bei Turner (Ich-Verlust) als auch bei Durkheim (Selbstverlust) wieder.⁴⁸

Das Erleben von „Disney Dreams!“ ist nicht nur aus religionswissenschaftlicher und soziologischer Perspektive deutbar, sondern auch aus theologischer. Den entscheidenden Anknüpfungspunkt sehe ich bei Joas' weiteren Ausführungen zu seinem Begriff der Selbsttranszendenz: „Ich schlage also vor, auf eine Art von Erfahrungen zu reflektieren, die nicht selber schon Gotteserfahrungen darstellen, ohne die wir aber nicht verstehen können, was Glaube, was Religion eigentlich ist.“⁴⁹ Den Begriff *Gotteserfahrungen* sehe ich in Rezeption seiner Monographie *Braucht der Mensch Religion?* als Synonym für religiöse Erfahrungen, die er von denen der Selbsttranszendenz zwar analytisch trennt, zugleich aber wiederum auf sie Bezug nimmt: „ohne die wir aber nicht verstehen können, was Glaube, was Religion eigentlich ist“. Hier sehe

⁴⁸ Hier sei auf das oben aufgeführte Video verwiesen, bei dem die Menschen kollektiv *Let it go* singen. Auch das kollektive Staunen und Ergriffensein lässt sich m.E. als Beispiele für die „kollektive Efferveszenz“ anführen, die in *Attractions Magazine: Full Disney Dreams nighttime show at Disneyland Paris*. Online im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fBP-SKePrEc>. Erstellungsdatum 27.06.2015. Letzter Zugriff am 26.06.2016. ab 12:20min deutlich wird.

⁴⁹ Joas 2007, S. 17.

ich eine gewisse Ähnlichkeit zu Luckmanns Begriff der großen Transzendenzen – hier in Deutung Knoblauchs: „Erfahrungen großer Transzendenzen bilden die Grundlage für das, was wir religiös nennen, sind jedoch nicht per se schon Religion.“⁵⁰

Demnach sieht Joas eine Verbindung zwischen beiden Termini, die ich unter Rückgriff auf die obigen soziologischen und religionswissenschaftlichen Ausführungen wie folgt beschreibe: Bei einer Erfahrung der Selbsttranszendenz begegnet dem (passiven) Subjekt ein etwas, das Joas begrifflich nicht weiter fasst.

Eben diese Offenheit eröffnet einen Deutungsspielraum für die Frage *Was ist dieses etwas?*. Hier sehe ich die Stärke des Begriffes „Selbsttranszendenz“ gegenüber der „kollektiven Efferveszenz“, denn Durkheim engt dieses etwas – in der Rezeption durch Joas – ganz im Sinne seines funktionalen Verständnisses von Religion ein: „Für Durkheim selbst stellt diese Kraft nichts anderes dar als den Effekt der Vereinigung der Individuen selbst.“⁵¹ Joas' Selbsttranszendenz hingegen ist offen und lässt daher nicht nur funktionale Füllungen dieses etwas zu, sondern auch substanzielle, d.h. es ist durchaus möglich, das etwas, das einem bei einer Erfahrung der Selbsttranszendenz widerfährt, als Gott zu deuten. Die von Joas selbst implizierte Verbindung zwischen Selbsttranszendenz und Gotteserfahrung/religiöser Erfahrung wird durch eine Modifikation seiner ursprünglichen Definition deutlich: Erfahrungen, in denen eine Person sich selbst übersteigt [...] im Sinne eines **Hinausgerissenwerdens über die Grenzen des eigenen Selbst, eines Ergriffenwerdens von Gott**, einer Lockerung oder Befreiung von der Fixierung auf mich selbst. Diese religiöse Erfahrung ist [...] bestimmt als eine Richtung weg von sich selbst, wie es ja in dem etwas altväterlichen deutschen Wort „Ergriffensein“ schön zum Ausdruck kommt.

Abschließend möchte ich im Sinne der theologischen Deutung auf die Begriffe *Ergriffensein*, *Passivitätsstruktur* und damit verbunden *handeln an...* eingehen. In der theologischen Tradition sind beide Termini eng mit dem der Offenbarung verbunden, die nach Härle drei Aspekte aufweist: den Urheber der Offenbarung (nach christlicher Deutung Gott), einen Empfänger der Offenbarung (Zuschauende) sowie einen Inhalt der Offenbarung („Disney Dreams!“ mit seinen Themen wie Liebe und Freundschaft).⁵² Weiterhin charakteristisch ist für eine Offenbarung, dass sich dem passiven Subjekt eine neue Wirklichkeit erschließt, die ein „Fundament [des

⁵⁰ Knoblauch, Hubert: Transzendenzerfahrung, Kommunikation und populäre Religion. In: Dalferth, Ingo/ Stoellger, Philipp (Hg.): Hermeneutik der Religion (= Religion in Philosophy and Theology, Bd. 27). Tübingen 2007, S. 156.

⁵¹ Joas 2007, S. 69.

⁵² Härle, Wilfried: Dogmatik. 4. Auflage. Berlin/ Boston 2012, S. 81.

eigenen] Lebens“⁵³ darstellen kann – nicht muss. Außerdem verweist eine Offenbarung stets über sich hinaus, d.h. sie bleibt nicht beim offenbarten Inhalt stehen, sondern bezieht sich auf die nach christlichem Verständnis alles bestimmende Wirklichkeit, Gott.⁵⁴

Im Anschluss an die bisherigen Ausführungen ist es möglich, dass Zuschauende während „Disney Dreams!“ eine Offenbarung erleben, wenn...

1. ... ihnen die Deutungskategorien einer Offenbarung bewusst sind. Ein Erlebnis kann in anschließender Reflexion für eine Person zu einer religiösen Erfahrung oder gar Offenbarung werden, wenn sie weiß, was (nach christlichem Verständnis) eine Offenbarung ist. Natürlich ist es auch denkbar, dass einer Person Gott im Sinne einer Offenbarung widerfährt, sie aber nicht in diesem Sinne gedeutet wird.
2. ... die Person eine gewisse Offenheit für religiöse Erfahrungen bzw. Deutungen besitzt.
3. ... die Inhalte der Botschaft – Hoffnung, Liebe, Freundschaft, Sieg des Guten über das Böse, Hoffnung – verinnerlicht werden und womöglich ein Fundament für das weitere Leben darstellt, z.B. „Das Leben ist nicht so negativ, wie ich es immer wahrnehme“ oder „Ich glaube stets an das Gute“.

Diese Deutung kann allerdings alleine das erlebende Subjekt im Nachgang des Erlebnisses vollziehen, d.h. die Deutung von „Disney Dreams!“ als Offenbarung ist individuell und nicht für alle Zuschauenden anzusehen.⁵⁵ Knoblauch betont in seinen Ausführungen zur populären Religion daher zu Recht, dass dort insbesondere „persönliche religiöse Erfahrungen“ eine zentrale Rolle einnehmen,⁵⁶ was er weiterführend „Erfahrungsreligiosität“⁵⁷, „Erfahrungsorientierung“⁵⁸ und „Subjektivierung der Religion“⁵⁹ nennt. Aufgrund der vorangegangenen Analyse von „Disney Dreams!“ ist diese Abendshow unter diesen Termini definitiv subsummierbar. „Disney Dreams!“ befindet sich daher in einem Spannungsfeld zwischen Masse, Event, populärer Religion sowie möglicher Communitas- und Selbsttranszendenz Erfahrungen, die auch als religiöse Erfahrungen gedeutet werden können.

⁵³ Ebd., S. 89.

⁵⁴ Vgl. ebd., S. 87.

⁵⁵ Vgl. hierzu Korsch, Dietrich: Zum Umgang mit religiöser Vielfalt aus theologischer Sicht. In: Gräb, Wilhelm/Charbonnier, Lars (Hg.): Individualisierung - Spiritualität - Religion. Transformationsprozesse auf dem religiösen Feld der Bildung (= Studien zu Religion und Kultur, Bd. 1). Berlin 2008, S. 307.

⁵⁶ Vgl. Knoblauch 2007, S. 170.

⁵⁷ Ebd., S. 171.

⁵⁸ Ebd.

⁵⁹ Ebd., S. 172.

Abschließende Betrachtung

Zusammenfassend ist zu sagen, dass sich das Massenevent „Disney Dreams!“ bzw. die dabei zuschauende Masse aus insgesamt sieben Perspektiven deuten lassen:

1. Eine „normale“ Menschenmasse, die sich ein Spektakel ansieht.
2. Eine „normale“ Menschenmasse, die sich ein Spektakel ansieht, die aber hinsichtlich ihrer Struktur bspw. mit den Merkmalen von Masse nach Canetti untersucht werden kann.
3. Eine Menschenmasse, die während „Disney Dreams!“ im Sinne einer Communitas-Erfahrung miteinander verbunden ist.
4. Eine Menschenmasse, von denen einzelne – vermutlich nicht alle – Zuschauenden eine Flow-Erfahrung machen.
5. Eine Menschenmasse, von denen einzelne während „Disney Dreams!“ eine Erfahrung der Selbsttranszendenz oder der kollektiven Effervescenz machen.
6. Eine Menschenmasse, von denen einzelne eine religiöse Erfahrung machen.
7. Eine Menschenmasse, von denen einzelne eine Offenbarung erleben.

„Disney Dreams!“ ist ein Phänomen der populären Kultur, das sich nicht monoperspektivisch als Unterhaltungsangebot eines Konzerns deuten lässt. Die Abendshow – und mit ihm der gesamte Park – eröffnen den BesucherInnen vielfältige Deutungsangebote, die sich in das eigene Leben integrieren lassen und dabei helfen können, Phänomene der populären Kultur als vielschichtig und deutungsoffen wahrzunehmen.

Literaturverzeichnis

- Angela: Kommentar zu „Disney Dreams!“. Online im Internet: URL: https://www.youtube.com/watch?v=D8jNiv1n8_s. Erstellungsdatum 2014. Letzter Zugriff am 26.06.2016.
- Canetti, Elias: Masse und Macht. Frankfurt am Main 1992.
- Carvalho, Patrick: Kommentar zu „Disney Dreams!“. Online im Internet: URL: https://www.youtube.com/watch?v=D8jNiv1n8_s. Erstellungsdatum 2015. Letzter Zugriff am 26.06.2016.
- Durkheim, Émile: Die elementaren Formen des religiösen Lebens. Frankfurt am Main 1994.
- Fuchs, Florian: Disneyland als Pilgerstätte? In: Janus, Richard/ Fuchs, Florian/ Schroeter-Wittke, Harald (Hg.): Massen und Masken. Kulturwissenschaftliche und theologische Annäherungen an die Phänomene Masse und Karneval (= pop. religion: lebensstil – kultur – theologie, Bd. 2). Wiesbaden 2017, S. 107-123.
- Gutmann, Hans-Martin/ Eckardt, Simon: „Events“ – Zur Ambivalenz von Massenphänomenen. Masse, Kommerz und Religion. In: Janus, Richard/ Fuchs, Florian/ Schroeter-Wittke, Harald (Hg.): Massen und Masken. Kulturwissenschaftliche und theologische Annäherungen an die Phänomene Masse und Karneval (= pop. religion: lebensstil – kultur – theologie, Bd. 2). Wiesbaden 2017, S. 9-24.
- Härle, Wilfried: Dogmatik. 4. Auflage. Berlin/ Boston 2012.
- Hepp, Andreas / Höhn, Marco / Vogelsang, Waldemar: Einleitung. Perspektiven einer Theorie populärer Events. In: Dies. (Hg.): Populäre Events. Medienevents, Spielevents, Spa-Bevents. 2. Auflage. Wiesbaden 2010, S. 7-33.
- Herrmann, Peter: Freizeit und Themenparks – Multimediale Zufluchtsorte einer erlebnishungrigen Gesellschaft? In: Quack, Heinz Dieter/Klemm, Kristiane (Hg.): Kulturtourismus zu Beginn des 21. Jahrhunderts. Festschrift für Albrecht Steinecke. München 2013, S.193-200.
- Joas, Hans: Braucht der Mensch Religion? 2.Auflage. Freiburg im Breisgau 2007.
- Kaufmann, Franz Xaver: Religion und Modernität. Sozialwissenschaftliche Perspektiven. Tübingen 1989.
- King, Margaret J.: The Disney Effect. Fifty Years After Theme Park Design. In: Jackson, Kathy Merlock/West, Mark I. (Hg.): Disneyland and Culture. Essays on the Parks and Their Influence. Jefferson/North Carolina/London 2011, S. 223-226.

- Knoblauch, Hubert: Transzendenzerfahrung, Kommunikation und populäre Religion. In: Dalferth, Ingo/ Stoellger, Philipp (Hg.): Hermeneutik der Religion (= Religion in Philosophy and Theology, Bd. 27). Tübingen 2007, S. 151-172.
- Korsch, Dietrich: Zum Umgang mit religiöser Vielfalt aus theologischer Sicht. In: Gräß, Wilhelm/ Charbonnier, Lars (Hg.): Individualisierung - Spiritualität - Religion. Transformationsprozesse auf dem religiösen Feld der Bildung (= Studien zu Religion und Kultur, Bd. 1). Berlin 2008, S. 299-309.
- Lizziloufizzlestix. Kommentar zu „Disney Dreams!“. Online im Internet: URL: https://www.youtube.com/watch?v=D8jNIv1n8_s. Erstellungsdatum 2014. Letzter Zugriff am 26.06.2016.
- Melli: Warum freut Ihr Euch, wenn Ihr ins DLP fahrt? (Seite 3). <http://memporium.de/board/showthread.php?p=277841>. Abfassungsdatum: 25.05.2013. Letzter Zugriff am 26.08.2016.
- Opaschowski, Horst W.: Freizeitkultur. In: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populäre Kultur. Stuttgart 2003, S. 36-40 .
- Otto, Rudolf: Das Heilige. In: Härle, Wilfried (Hg.): Grundtexte der neueren evangelischen Theologie. Leipzig 2007, S. 91-96.
- Roth, Florian: Elias Canetti – „Masse und Macht“. Vortrag von Dr. Florian Roth. Online im Internet: URL: http://sfb89b7e12c5b103c.jimcontent.com/download/version/1345165620/module/6416526785/name/Canetti_Masse_und_Macht.pdf. Erstellungsdatum: 10.10.2003. Letzter Zugriff am 22.06.2016.
- Schroeter-Wittke, Harald: Event(uelle) Kirche. In: Janus, Richard/ Fuchs, Florian/ Schroeter-Wittke, Harald (Hg.): Massen und Masken. Kulturwissenschaftliche und theologische Annäherungen an die Phänomene Masse und Karneval (= pop. religion: lebensstil – kultur – theologie, Bd. 2). Wiesbaden 2017, S. 71-78.
- Scibelli, Cathy: Forget the Prozac, Give Me a Dose of Disney. In: Jackson, Kathy Merlock/West, Mark I. (Hg.): Disneyland and Culture. Essays on the Parks and Their Influence. Jefferson/North Carolina/London 2011, S. 215-222.
- Sheridan, Anthony: Attendance breakdown reveals where 15 million Disneyland Paris visitors come from. Online im Internet: URL: <http://www.dlptoday.com/2011/03/11/attendance-breakdown-reveals-where-15-million-disneyland-paris-visitors-come-from/>. Erstellungsdatum: 11.03.2011. Letzter Zugriff am 23.06.2016.

- Steinberg, Andre: Kommentar zu „Disney Dreams!“. Online im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NDtosjvTrBc>. Verfassungsdatum 2016. Letzter Zugriff am 26.06.2016.
- TEA: Global Attractions and Attendance Reports 2008-2016. Online im Internet: URL: <http://www.aecom.com/theme-index/>. Erstellungsdatum 2009-2017. Letzter Zugriff am 18.12.2017.
- Turner, Victor: Vom Ritual zum Theater. Der Ernst des menschlichen Spiels. Frankfurt am Main/New York 1989.
- Wissenschaftlicher Rat der Duden-Redaktion. Masse. Online im Internet: URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Masse>. Erstellungsdatum unbekannt. Letzter Zugriff am 22.06.2016.

Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1: Fuchs, Florian: Die wartenden Massen vor „Disney Dreams!“. Aufgenommen am 15.09.2012 (20:49 Uhr).

Videoverzeichnis

- Attractions Magazine: Full Disney Dreams nighttime show at Disneyland Paris. Online im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fBP-SKePrEc>. Erstellungsdatum 27.06.2015. Letzter Zugriff am 26.06.2016.
- Disneyland Paris: [EN] Disneyland Paris 2015 Key Figures. Online im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GkiRCCFu6is&index=17&list=PL1zje29bwPej03tWfNNevpcHQcU8AcsIb>. Erstellungsdatum: 01.03.2016. Letzter Zugriff am 23.06.2016.
- Disneyland Paris: 2015 official presentation of Disneyland Paris. Online im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RqC98NbKvyA&index=1&list=PL1zje29bwPej03tWfNNevpcHQcU8AcsIb>. Erstellungsdatum: 27.11.2015. Letzter Zugriff am 23.06.2016.
- DLP Guide: Disney Dreams! Disneyland Paris World Premiere 2012 full show (20th Anniversary). Online im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=glNjMOXSL7k>. Erstellungsdatum 03.04.2012. Letzter Zugriff am 26.06.2016
- Javi Rod: À bientôt Disneyland Paris!, Disney Dreams Fireworks Finale + Walking out through Main Street. Online im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=F-ZZ-V5M400>. Erstellungsdatum 19.08.2014. Letzter Zugriff am 26.06.2016.

- Javi Rod: Disneyland Paris – Disney Dreams! (Frozen Summer – Full Fireworks Show HD). Online im Internet: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5tycqils4iI>. Erstellungsdatum: 16.06.2015. Letzter Zugriff am 26.06.2016.