

Hubert Knoblauch

„Jeder sich selbst sein Gott in der Welt“ -

Subjektivierung, Spiritualität und der Markt der Religion

1. Persönliche Identität und die Privatisierung der Religion

1.1. Der Begriff der persönlichen Identität

Persönliche Identität ist lange Zeit in einem Sinne gebraucht worden, der wesentlich vom abendländischen Begriff des Subjekts und dem bürgerlichen Verständnis des autonomen Individuums geprägt war. Es ist zurecht beanstandet worden, daß diese ethnozentrischen Vorstellungen keineswegs für alle Kulturen gelten. Dennoch wäre es unangemessen, persönliche Identität nur noch sozusagen *ex negativo* als Folge von Zuschreibungen von Identität durch anderes erfassen zu wollen (Luhmann 1997:1016ff). Der Begriff der Identität gründet vielmehr anthropologisch im enorm hohen Grad der Individuierung der einzelnen Wesen innerhalb der Gattung Mensch. (Wie die Primaten-Forschung zeigt, ist dieser hohe Grad an Individuierung keineswegs auf Menschen beschränkt, sondern läßt sich auch bei Schimpansen finden.) Der Begriff der Individuierung meint, daß einzelne Wesen der Gattung als einzelne erkannt, wiedererkannt und entsprechend behandelt werden. Da persönliche Identität Individuierung voraussetzt, umfaßt sie also zum einen tatsächlich Prozesse der Zuschreibung von Handlungen auf einzelne Wesen - und vor allem von Verantwortung für Handlungen. Daneben aber bezieht sich dieser Begriff auch auf die - in dieser Zuschreibung vorausgesetzte - Fähigkeit des Organismus zur langfristigen Selbststeuerung seines Verhaltens als eines Handelns (Luckmann 1979). Diese Selbststeuerung erfordert eine Art reflektiven Bewußtseins, die Plessner mit dem Begriff der exzentrischen Positionalität umschrieben hat. Erst auf dieser Grundlage ist Handlungsplanung, Erinnerung, gezielte Kooperation und auf Zeichen beruhende Kommunikation mit anderen möglich. Persönliche Identität besteht also aus einem zweiseitigen Prozeß: der Selbststeuerung von Verhalten und der Zuschreibung von Handlungen. Aufgrund dieser Zweiseitigkeit ist vermutet worden, daß persönliche Identität aus einem gleichsam dialektischen Wechselspiel zwischen sozialen Zuschreibungen und individuierter Verhaltenssteuerung besteht (Berger/Luckmann 1970, 191). Tatsächlich hat diese dialektische Vorstellung der persönlichen Identität den Vorteil, daß sie besondere Holzwege früherer Identitätstheorien umgeht. Zum einen kann sie die von Locke begründete substantialistische Vorstellung der Identität umgehen, die eine lange und erfolglose Suche nach dem 'eigentlichen' Wesen der persönlichen Identität auslöste. Andererseits müssen wir auch nicht, wie etwa Durkheim, von der Annahme eines gewissermaßen in zwei Naturen gespaltenen Menschen, eines *Homo duplex*, ausgehen. Gerade vor dem Hintergrund dieser dualistischen Konzeption wirft die dialektische Vorstellung der persönlichen Identität auch die Frage auf, was denn unter der

Dialektik verstanden werden soll, die zwischen Selbststeuerung und Handlungszuschreibung vermittelt. Die Antwort auf diese Frage lautet, daß sich das Wechselspiel zwischen Selbststeuerung und Fremdzuschreibung in der Interaktion verwirklicht: Auf der Grundlage der Reziprozität der Perspektiven, der wechselseitigen Spiegelung, des „taking the role of the other“ und ähnlicher Vorgänge bildet sich persönliche Identität in wechselseitigen Handlungen aus. Und weil sich diese wechselseitige Handlungen mehr oder weniger elaborierter Zeichensysteme bedienen - von der einfachen nonverbalen 'conversation of gestures' bis zu komplexen Konversationen - dürfte es angemessener sein, dieses Wechselspiel mit dem Begriff der Kommunikation zu umschreiben. Kommunikativ also vollzieht sich die Vermittlung zwischen Individuierung und Sozialisierung. Tatsächlich ist dieser Prozeß, in dem der einzelne Organismus durch Interaktion an einer ihn überschreitenden Ordnung teilhat und damit zugleich einen Abstand zu sich gewinnt, als ein grundlegend religiöser Prozeß, als Basis aller Transzendenz angesehen worden.¹

1.2. Persönliche Identität und der historische Wandel der Sozialstruktur

Allerdings überlassen Gesellschaften die Ausbildung persönlicher Identitäten selten der Zufälligkeit vorübergehender kommunikativer Handlungen. Sie versuchen vielmehr, kommunikative Formen und soziale Institutionen zur Verfügung zu stellen, die persönliche Identitäten an ihre Anforderungen anpassen. Insbesondere Weltansichten, symbolische Legitimationen und religiöse Deutungsmuster dienen dazu, eine bestimmte persönliche Identität aufzubauen, zu prägen und zu stützen. Diese Weltansichten, symbolischen Wirklichkeiten und religiösen Deutungsmuster bedürfen nicht nur der kommunikativen Konstruktion und Vermittlung. Sie setzen vielmehr besondere Wissens- und Kommunikationsexperten voraus, deren Sonderstellung in der institutionellen Struktur der Gesellschaft angelegt und gesichert wird. Deswegen steht die Ausbildung der persönlichen Identität in einem engen Zusammenhang mit der Struktur gesellschaftlicher, besonders auch religiöser Institutionen. (Dies gilt freilich auch für die Bestimmung und Festlegung der Situationen kommunikativer Vermittlung - besonders herausgehobener Zeremonien - und der Auswahl derjenigen Kategorien von Personen - Frauen, Männer, Jugendliche usw. - , an die bestimmte Versionen des Wissens vermittelt wird.)

Wenn eine gewisse Vereinfachung erlaubt ist, dann kann man sagen, daß archaische, segmentäre Gesellschaften eine mehr oder weniger konsistente, im großen und ganzen aber einheitliche und gesellschaftlich festgelegte Weltansicht vermitteln. Weil die Ausbildung der Identität durch Face-to-face-Interaktionen einer weitgehend durch Verwandtschaft organisierten Struktur erfolgt, zeichnet sich auch die persönliche Identität durch Stabilität, Einheitlichkeit und eine wenig individualistische Bindung an das Kollektiv aus.

¹ Vgl. dazu Luckmann (1991). Den sich an Luckmann anlehenden Begriff des Religiösen habe ich an anderen Stelle schon erläutert (Knoblauch 1997).

Hochkulturen weisen dagegen deutlich zentralisierte Institutionen auf. Obwohl die politischen und ökonomischen Institutionen schon mehr oder weniger bürokratisch organisiert sind und zur Anonymität neigten, bildet sich Identität noch immer in davon weitgehend unberührten gemeinschaftlichen Beziehungen aus. Darüber hinaus ermöglicht die einsetzende funktionale Differenzierung die Schaffung spezifisch religiöser Deutungssysteme, die eine allmähliche Individualisierung der persönlichen Identität ermöglichten. So bildet sich in der ägyptischen Gesellschaft eine religiöse Forderung nach persönlicher Frömmigkeit aus, die biographisch langfristige Handlungsverantwortung fordert und zur Entstehung dessen führt, was man als „Gewissen“ bezeichnen kann. Ausdifferenzierte Formen der Religionen erlauben eine reflexive Integration der menschlichen Handlungen in eine Biographie (Wohlrab-Sahar 1995). Wie Hahn (1982) am Beispiel der Beichte zeigt, ermöglicht Religion auch eine zunehmende individualisierte Selbstkontrolle der eigenen Handlungen.

1.3. Ausdifferenzierte Gesellschaften und die Patchwork-Identität

In den modernen, funktional differenzierten Gesellschaften sind die meisten vom Selbst zu steuernden Verhaltensweisen von den Anforderungen der institutionell spezialisierten Bereichen der Wirtschaft, der Herrschaft, der Wissenschaft usw. abhängig.

Hochanonymisierte, von Face-to-face-Beziehungen abgekoppelte Organisationen geben den Sinn der Handlungen vor. Wegen ihrer besonderen funktionalen Ausrichtung sind die Sinnhorizonte dieser verschiedenen Teilsysteme nicht mehr an persönliche Identitäten gebunden, ja man kann sogar sagen, daß sie sich u.a. gerade dadurch auszeichnen, daß die persönliche Identität der Handelnden austauschbar sein oder wenigstens in den Hintergrund treten muß. Die zunehmende Rationalisierung aber bedeutet, daß diese Institutionen an einer über sie hinausgehenden Bedeutung einbüßen und die Fähigkeit verlieren, sinnhaft und sinnstiftend zu wirken, und zwar auch innerhalb der Funktionsbereiche der Politik, der Wissenschaft und - wenn wir der Erforschung der Einstellungen vor allem protestantischer Geistlicher Glauben schenken dürfen - sogar der Religion. Wenn jedoch die Verrichtungen in den meisten institutionellen Bereichen entpersönlicht wird, dann wird auch die persönliche Identität nicht mehr entscheidend von ihnen geformt. Darüber hinaus werden aber auch die Institutionen, die den Privatbereich prägen, zunehmend eingeschränkt: die Familie etwa gibt einen Einfluß nicht nur an (ihrerseits immer mehr rechtlich „kolonialisierte“)

Erziehungseinrichtungen, sondern auch an die Massenmedien, die Kinder- und Jugendkultur u.a.m. ab. Weil der Verpflichtungscharakter der einzelnen Angebote abnimmt, wie die persönliche Identität wird deswegen, wie auch Luckmann (1980: 138) betont, zu einer subjektiven Angelegenheit: „Die Produktion persönlicher Identität verlagert sich also in kleine Unternehmungen privater Hand, nämlich in das menschliche Individuum“. Diese Privatisierung wird von einer weiteren Entwicklung gesüzt: Weil die Weltauffassung nicht mehr fest in der Sozialstruktur verankert ist, kommt es zur Pluralisierung von Weltauffassungen, deren Struktur mit einem freien Markt verglichen wird. Aus diesem Markt

beziehen die Individuen ihre Inhalte zur Konstruktion ihrer persönlichen Identitäten. Als Produzenten auf diesem Markt tritt das auf, was Berger und Luckmann (1980:150) als „Sekundär-Institutionen“ bezeichnen, also Massenmedien, religiöse Organisationen und ‘therapeutische’ Einrichtungen, die keinem Funktionssystem eindeutig zugeordnet sind. Die Privatisierung und der religiöse Markt führen, so vermuteten Berger und Luckmann, zur Ausbildung einer „Patchwork“-Identität, deren Gestalt einem Fleckerlteppich gleiche. So prophetisch diese Vermutung erscheint, bleiben doch einige Fragen offen: Zeichnet sich diese „Patchwork-Identität“ nun durch eine postmoderne Beliebigkeit aus, die tatsächlich die Frage aufwirft, ob wir denn überhaupt noch von Identität sprechen dürfen? Und wie hat man sich die sekundären Institutionen und den „religiösen Markt“ vorzustellen? Und was ist mit dem Begriff der Privatisierung gemeint? Diese Fragen sollen in diesem Beitrag behandelt werden. Im nächsten Abschnitt soll zunächst geklärt werden, was wir unter Privatisierung verstehen können. Dabei möchte ich mich auf einen besonderen Aspekt der Privatisierung, die Subjektivierung der Religion, konzentrieren. Im darauf folgenden Kapitel werden dann die Umriss des „Marktes der Religion“ skizziert. Im abschließenden Teil soll der Zusammenhang zwischen Subjektivierung und dem Markt der Religion aufgezeigt und seine Folgen für die persönliche Identität mit den Begriffen der Individualisierung und der Spiritualität umrissen werden.

2. Die Subjektivierung der Religion²

2.1. Der Begriff der Privatisierung

Indem er die Bewegung in eine Sphäre des Privaten bezeichnet, die sich nicht nur deutlich gegen die primären Institutionen, sondern auch gegen die sekundären Institutionen abgrenzt, weist die Privatisierung einen Aspekt dessen auf, was auch als *Entinstitutionalisierung* bezeichnet wird. Tatsächlich ist es kaum zu übersehen, daß die sich die Religiosität zunehmend von den großen religiösen Organisationen, ihren Lehren und Praktiken entfernt. Die Ablösung von institutionellen Vorgaben kann zudem mit einer *Enttraditionalisierung* verbunden sein, wenn die eingespielten Traditionen es nicht mehr erlauben, die dem raschen sozialen Wandel ausgesetzte individuelle Lebensführung zu bewältigen.

Entinstitutionalisierung und Enttraditionalisierung sind zwar die Voraussetzungen der *Individualisierung der Religion*, müssen aber analytisch von ihr geschieden werden (Gabriel 1996). Weil nämlich das Individuum an den verschiedensten Bereichen der ausdifferenzierten Gesellschaft teilnimmt und über das Ausmaß seiner Teilnahme an den unterschiedlichen religiösen und sozialen Gruppen, Organisationen und Bereichen zunehmend frei entscheidet, wird es selbst, seine Vorlieben und Interessen zur letzten determinierenden Instanz der Biographie. Die Individualisierungsthese besagt einmal, daß individuelle Biographien nicht mehr von Schichten und Klassenzugehörigkeiten bestimmt werden, daß die Lebensläufe

² Die folgenden zwei Abschnitte stützen sich auf Knoblauch (1997) sowie Knoblauch (im Druck).

flexibel werden und daß sich der Zusammenhang zwischen religiösen Bindungen und individuellen Handlungsorientierungen aufgelöst hat. Sie enthält aber auch einen weiteren Aspekt, den ich hier mit dem Begriff der *Subjektivierung* erfassen möchte.

2.2. Die Subjektivierung der Religion

In dem Maße nämlich, wie sich die persönliche Identität von der Abhängigkeit von Institutionen und herkömmlichen Traditionen löst, werden subjektive Erfahrungen, Präferenzen und Interessen zum Maßstab, Leitfaden und zur Quelle für Weltauffassungen. Weil der Begriff der religiösen Erfahrung in der Tradition eines protestantisch-individualisierten Religionsverständnisses steht, sollte auch betont werden, daß religiöse Erfahrungen nicht nur mit Handlungen verbunden sein können, sondern sich auch gerade in gemeinschaftlichen Aktivitäten und Ritualen ausdrücken können, was im Englischen als »hot religiosity« bezeichnet wird (Hervieu-Léger 1993). Die als Subjektivierung bezeichnete meist emotionale Betonung der individuellen Erfahrung und die auf subjektiven religiösen Erfahrungen basierenden Gemeinschaftsbildungen sind kein neues Phänomen, sondern kennzeichnen schon historisch denjenigen Typ religiöser Vergemeinschaftung, den Troeltsch mit dem Begriff der 'Mystik' zu erfassen suchte (1965:967).³ Während Troeltsch diese Form der Erfahrungs-Religiosität auf besondere Bevölkerungsgruppen beschränkt sah, bezeichnet die Subjektivierung jedoch die zunehmende Tendenz von Gesellschaftsmitgliedern, die eigene religiöse Erfahrung als Quelle, Evidenz- und 'Güte'-kriterium der eigenen Religion anzusehen. Man könnte geradezu von einer Universalisierung des Charismas sprechen, denn nunmehr gelten nicht mehr nur wenige als 'religiös musikalisch'. Vielmehr erheben mehr und mehr Menschen den Anspruch, solche Erfahrungen gemacht zu haben oder machen zu können.

2.3. Fundamentalismus, New Age und die Selbsthilfe-Bewegung

Dabei sollte betont werden, daß die Tendenz zur Subjektivierung keineswegs die gesamte Gesellschaft betrifft. Sie ist aber deswegen von besonderer Bedeutung, weil sie gerade diejenigen religiösen Bewegungen kennzeichnet, die die Grundlage für die Diagnose einer „Resakralisierung“ bilden. Dazu zählen in unserer Gesellschaft sicherlich die fundamentalistischen Bewegungen.⁴ Schon die amerikanische Pfingstbewegung der Jahrhundertwende wollte das Christentum mit einem Enthusiasmus beleben, indem es das Wirken des Heiligen Geistes in jedem Menschen beschwor. Auch noch in gegenwärtigen neupfingstlerischen Bewegungen ist es der einzelne Mensch, der am eigenen Leib und Geist die Erfahrung der Transzendenz in der Konversion erlebt, der Zungenrede, wundersame

³ Man sollte bedenken, daß das im Titel angeführte Zitat von Herder (1878) stammt. Man könnte vermuten, daß vor allem die Romantik wesentlich an der Prägung und Ausbreitung der Subjektivierung beteiligt war.

⁴ In Anlehnung an Giddens (1991:206f) verwende ich Fundamentalismus auch mit Bezug auf die Religion als einen Oberbegriff für diejenigen Bewegungen, die sich durch die Zuwendung zu einer 'Tradition' gegen die Modernisierung wenden.

Krankenheilungen und Weissagungen praktiziert. (Dabei sollte auch der Einfluß der amerikanischen Neugeist-Bewegung („New Thought“) nicht übersehen werden, in der mit besonderer Intensität und Konzentration versucht wird, ‘Zeichen und Wunder’ herbeizubeten.) Die charismatischen Bewegungen, die sich seit den sechziger Jahren auch in den traditionellen Kirchen und Denominationen ausbreiten, betonen besonders stark das religiöse Gefühl, wunderbare Erfahrungen, ungewöhnliche Bewußtseinszustände, die Zungenrede, das Ruhen im Geiste, intuitives Reden, inneres Hören, Visionen, Prophetien und Wunderheilungen als Glaubenserlebnisse. Evangelikale Gemeinden legen ebenso Wert auf die persönliche ‘Erfahrung des Heils’ im Sündenbekenntnis, in der Buße, der Bekehrung und der Wiedergeburt.

Es deckt sich durchaus mit dem Begriff der „sekundären Institutionen“, daß sich diese stark auf religiöse Erfahrungen bauenden Bewegungen skeptisch über die großen Kirchen äußern und sich gegen die eigene Organisierung wehren. Diese Tendenz zeigt sich ausdrücklich an einer Bewegung, die unter den Titeln ‘New Age’, ‘Esoterik’ und ‘neuer Okkultismus’ geführt wird (Bochinger 1994). Es mag gewagt klingen, diese Bewegung in einem Atemzug mit dem Fundamentalismus zu erwähnen, der sie als diametral entgegengesetzt und „widergöttlich“ betrachtet. Doch gerade hinsichtlich der Subjektivierung können beide Bewegungen als besondere Reaktionen auf die Spätmoderne angesehen werden. Die eine wendet sich gegen die Moderne einer (sehr zeitgemäß dargestellten) Tradition zu, die andere zielt gegen die Moderne in eine (ebenso zeitgemäß entworfene) spätmoderne Zukunft. Und beide suchen die Religion im Selbst und seinen Erfahrungen.

Denn mit den Titeln Esoterik, New Age und Okkultismus werden besondere Erkenntniswege und Handlungsformen gefaßt, in denen die Rolle der subjektiven, oft außergewöhnlichen Erfahrung betont wird, die sich einer rationalen Mitteilbarkeit und intersubjektiven Überprüfbarkeit entzieht. Die Transpersonale Psychologie etwa sucht ihre Erkenntnis in Bewußtseinszuständen zu finden, die außerhalb des normalen Alltagsbewußtseins angesiedelt sind, also in außersinnlichen Wahrnehmungen, Gipfelerlebnissen und anderen mystischen Erfahrungen. Diese Erfahrungen sollen nicht nur dazu dienen, das Leben der Menschen zu verbessern, sie werden auch als Beleg für die Existenz besonderer Kräfte gedeutet. Daraus erklärt sich die Verbindung zur Astrologie, also dem Einfluß der Sterne auf das menschliche Geschick, und zu anderen Formen des Okkultismus, Spiritismus und magischer Traditionen (Hellsehen, Kartenlegen, Pendeln u.ä.).

Es überrascht nicht, daß im Kern des New Age eine Vorstellung der inneren Fortentwicklung des menschlichen Selbst steht, die auch als *Spiritualität des Selbst* bezeichnet wurde (Heelas 1996). Das Selbst ist der Ort, dem sich die verschiedenen außergewöhnlichen Erfahrungs- und Handlungsmöglichkeiten verdanken und in dem eine spirituelle Dimension, ja die eigene Göttlichkeit entdeckt werden kann (die starke weibliche Züge aufweist, wie sie etwa in der Hexen- und „Goddess“-Bewegung zum Ausdruck kommen). Zu diesem Zwecke dienen die sich ausbreitenden östlichen Meditationstechniken wie auch verschiedene westliche

psychologische Techniken. Dazu zählen Biofeedback-Techniken, die eine Rückkoppelung körperlicher Vorgänge (Gehirnwellentätigkeit, Muskeltätigkeit, Hauttemperatur) ermöglichen, Autogenes Training, das den Körper zum »Atmen« bringen soll.

Das Selbst steht auch im Zentrum einer dritten Bewegung, die in diesem Zusammenhang oft übersehen wird: der Selbsthilfebewegung. Die Selbsthilfebewegung 'behandelt' gewissermaßen die Schattenseite der Selbstzentrierung, indem sie die moralischen Fehler in temporären Gemeinschaften behandelt. Dabei sollte beachtet werden, daß ein beträchtlicher Teil dieser Bewegung den Prinzipien der „Zwölf Schritte“ der Anonymen-Bewegung folgt. Die Zwölf Schritte weisen nicht nur deutliche religiöse Züge auf, sie fordern auch von jedem Mitglied eine besondere Erfahrung der Konversion, durch die das Selbst sich von seinem Makel befreien kann.⁵

Wie schon erwähnt, bezeichnet Subjektivierung auch die Tendenz der zunehmenden sozialen Verbreitung des „Charisma“, also der Fähigkeit zu außeralltäglichen Erfahrungen und Handlungen. Für die quantitative Zunahme gibt es eine Reihe von Hinweisen. Freilich muß eingeräumt werden, daß etwa der quantitative Umfang der Selbsthilfebewegung aufgrund ihres schwachen Organisationsgrades ebenso schwer einzuschätzen ist wie der des Fundamentalismus oder des New Age. Dennoch kann schon für das Jahr 1980 davon ausgegangen werden, daß es in der BRD etwa 80.000 Selbsthilfegruppen gab, von denen die Hälfte den Prinzipien der Zwölf Schritte folgte. Die Zahl der Fundamentalisten ist schwer einzuschätzen. Immerhin aber wird geschätzt, daß allein die Pfingstbewegung weltweit rund 300 Millionen Mitglieder umfaßt. Deutlichere Konturen zeigt die Ausbreitung des New Age, die auf den ersten Blick als sehr gering erscheint. So findet etwa Mayer (1993:278) in einer Untersuchung der New-Age-Gruppen in der Schweiz eine Zahl, die kaum mehr als wenige tausend umfaßt. In einer amerikanischen Umfrage wird die Zahl der Aktivisten Anfang der 80er auf etwa 4% geschätzt, eine Zahl, die gegen Ende der 80er Jahre auch für den deutschsprachigen Raum zutreffen könnte. So gering diese Zahlen anmuten mögen, so weit scheinen die Inhalte des New Age verbreitet zu sein. So gelten 12% der Schweizer Bevölkerung als „Neureligiöse“, die sich mit den Inhalten des New Age-Komplexes identifizieren, ohne Teil des 'New Age' zu sein: Sie grenzen sich deutlich gegen das traditionelle, kirchlich-konfessionelle Christentum, aber auch gegen den Atheismus ab und verbinden die Vorstellung von einer allgemein gefaßten transzendenten höheren Macht mit der Annahme übersinnlicher Kräfte im Universum und dem Bild eines ewigen Kreislaufs zwischen Mensch, Natur und Kosmos (Krüggeler 1993). Und auch in Österreich bestätigt sich diese Beobachtung, daß nämlich „auch ohne Wissen um N[ew]A[ge]-Konzepte und aktivem NA-Engagement Grundzüge des im NA verdichteten Weltbildes im Bewußtsein der Menschen verankert sind“ (Mörth 1989:306f). In Deutschland liegen ähnliche Ergebnisse vor. Danach haben 1992 etwa 28% Erfahrungen mit 'außerchristlichen Religionspraktiken'

⁵ Zum religiösen Charakter der Selbsthilfebewegung vgl. Knoblauch (1995).

gemacht, 6% sprechen dabei ausdrücklich vom New Age (Pollack 1996). Es kann also davon ausgegangen werden, daß sich Vorstellungen, Praktiken und Erfahrungen des New Age bei einer breiten Bevölkerungsgruppe finden ließen.

Einen Beleg für die Verbreitung der verschiedensten, keineswegs nur auf das 'New Age' beschränkten Erfahrungsformen bieten zahlreiche Umfragen, die bezeichnenderweise meist im angelsächsischen Raum durchgeführt wurden. Schon in den 70ern hatten 73% der Nordkalifornier 'Veränderte Bewußtseinszustände' angegeben, und international angelegte Untersuchungen in Großbritannien, Island, Schweden u.a. zeigen, daß ein Großteil der Bevölkerung westlicher Gesellschaften über ähnliche Erfahrungen berichten kann und ihnen eine große Bedeutung beimißt (Haraldsson 1985; Hay/Morisy 1978). So geben mindestens 60% der Befragten in einer Reihe westlicher Gesellschaften an, ungewöhnliche Erfahrungen (wie außerleibliche Zustände, Kontakte mit Toten, Poltergeistern usw.) gemacht zu haben. Unter den Erfahrenden finden sich sowohl Angehörige christlicher wie auch anderer religiöser Gruppierungen (Mormonen, Mohammedaner, Anhänger östlicher Religionen). Es gibt deutliche Hinweise auf einen hohen Anteil von Personen, die nicht in religiösen Gemeinschaften verankert sind. Allein der Anteil der Menschen, die eine sogenannte Todesnäheerfahrung gemacht haben, wird auf etwa 4-5% der Gesamtbevölkerung geschätzt.⁶ Diese Umfragen scheinen auch die These einer Zunahme der Subjektivierung zu bestätigen. Wie mehr als zwanzig zu diesem Thema in den USA durchgeführten Untersuchungen zeigen, nahm der Anteil derer, die über außergewöhnliche Erfahrungen berichteten, in den letzten dreißig Jahren enorm zu, und auch die Zahl derer, die über im engeren Sinne religiöse Erfahrungen berichten, stieg im Zeitraum von 1970 bis 1987 von knapp 20% auf über 50% (Yamane/ Polzer 1994, 2). Und auch in den fundamentalistischen Bewegungen ist eine quantitative und qualitative Steigerung (ekstatischer Phänomene) besonders in der letzten Zeit auffällig.

3. Der Markt der Religion

3.1. Die Metapher vom religiösen Markt

Die persönliche Identität in der späten Moderne tendiert zwar deutlich zum Subjektivismus. Das bedeutet jedoch keineswegs, daß sie sich von sozialen Strukturen befreien und in postmoderne Beliebigkeit auflösen würde. Wie schon der meist in feste soziale Gemeinschaften eingebundene Fundamentalismus zeigt, bemißt sich zwar die Güte und Akzeptanz einer Religion an subjektiven Kriterien. Gerade auch die subjektiv als außeralltäglich erlebten Kollektivveranstaltungen (Durkheims berühmte „Efferveszenz“) deuten ja darauf hin, daß sie nicht die soziale Form individualisierter Praxis annehmen müßten. Wie schon Berger und Luckmann (1980:159) bemerken, sind zwar die religiösen

⁶ Dies deuten zumindest die ersten Ergebnisse einer repräsentativen, bundesweiten Umfrage an, die ich derzeit zusammen mit Ina Schmied und Bernt Schnettler durchführe.

Angebote an einer „Welt des radikalen Subjektivismus“ ausgerichtet. Diese aber werden von „Sekundär-Institutionen“ bereitgestellt, die marktmäßig organisiert und die in der Lage sind, eine breite Verbraucherschicht anzusprechen. Was aber bedeutet es, wenn wir von ‘Markt der Religion’ sprechen?

Schon in den sechziger Jahren hat Peter L. Berger (1965) argumentiert, daß die Organisationsform der religiösen Institutionen zumindest in den Vereinigten Staaten zunehmend die Gestalt eines Marktes annimmt. Auch Luckmann (1991:151ff) verglich das ‘thematische Warenlager des modernen heiligen Kosmos’ mit einem Markt, dessen Ausbildung die Betonung des autonomen Individuums erklärte, doch trug der Begriff meist noch die Züge einer Metapher. Erst mit der Entstehung des „New Paradigmas“ der Religionssoziologie wurde diese Metapher zu einem Modell weiterentwickelt, das die ökonomische Theorie des Marktes konsequent auf die Religion anzuwenden versuchte (Yamane/ Polzer 1994).

3.2. Das Marktmodell der Religion im ‘Neuen Paradigma’

Das Marktmodell des ‘Neuen Paradigmas’ geht von der Annahme aus, daß Menschen sich am ökonomischen Prinzip der Nutzenmaximierung orientieren (Iannaccone 1992). Individuen gewichten ihre Entscheidungen nach den antizipierten Kosten und Erträgen ihrer Handlungen so, daß sie ihre Nettoerträge maximieren. Das gilt auch für die Religion, die sich dadurch auszeichnet, daß für die diesseitigen Einsätze (finanzielle Unterstützung, aktive Beteiligung, Zeitaufwand und Einsatz für religiöse Organisationen) jenseitige „übernatürliche“ Erträge ‘angeboten’ werden.

In der „religiösen Ökonomie“ stellen die einzelnen religiösen Organisationen demnach ‘Firmen’ dar, die Angebote für ihre ‘Kunden’ offerieren. Wie die Angebote große Unterschiede aufweisen, sind auch die ‘Kunden’ dieser Firmen in ‘Marktsegmente’ von Gruppen unterteilt, die ähnliche religiöse Präferenzen haben und sich im Sinne des Prinzips der Nutzenmaximierung an ihnen orientieren. So neigen Angehörige höherer Schichten zu Religionen, die weniger Ansprüche stellen und besser in die Gesellschaft integriert sind als Angehörige benachteiligten sozialer Gruppen. Weil er es ermöglicht, für die stark differenzierten, in viele Gruppierungen aufgeteilten Gesellschaft ein ebenso vielfältiges religiöses Angebot zu bieten, fördert der marktförmig organisierte religiöse Pluralismus den höchsten Grad der Religiosität - wie Vertreter des neuen Paradigmas in ausdrücklicher Kritik an Berger und europäischen Religionssoziologen hervorheben.

Im Rahmen des ‘Neuen Paradigmas’ wurden zahlreiche empirische Belege für diesen Marktmechanismus vorgebracht, demzufolge die Konkurrenz zwischen religiösen Organisationen auf einem freien Markt zu ihrem dauerhaften Fortbestand, ja zur verstärkten Religiosität der Menschen beitrage (Stark/McCann 1993; Warner 1993). Allerdings gibt es auch Hinweise darauf, daß dieses Modell selbst für die USA, auf die es besonders gemünzt ist, nur bedingt zutrifft. Denn auch dort bestehen gebietsweise weiterhin religiöse Monopole.

Besonders in den Gebieten, in denen religiöse Monopole eine Kommunikation über den religiösen Bereich hinaus ermöglichen und Beziehungen zu anderen sozialen Einflüßbereichen herstellen, stoßen sie in der breiten Bevölkerung auf große Resonanz und verhindern damit einen freien Wettbewerb (Blau/Land/Redding 1992).

3.3. Markt und Kommunikation

Solche Mängel liegen unter anderem darin begründet, daß das Neue Paradigma von einem ideologisch vorbelasteten rational-choice-Modell eines freien, deregulierten Marktes ausgeht, das davon ausgeht, daß Nachfrage wie Angebot über egoistische Kosten-Nutzenkalküle reguliert werden. Nach dem Vorbild der 'invisible hand' werden die ('rational' entscheidenden) Individuen durch den freien Wettbewerb der Religionen in die jeweiligen religiösen Gemeinschaften integriert, indem sie ihre eigenen, rational kalkulierten Zwecke verfolgen. Dabei aber übersieht das Neue Paradigma oftmals, daß ein Markt nur dort funktioniert, wo eine ungehinderte Informationen über die Marktangebote - also Kommunikation - möglich ist, und zwar auf der Seite des Angebots wie der Nachfrage. Markt ist also von der Struktur der gesellschaftlichen Kommunikation abhängig, die ihrerseits, wie schon anfänglich bemerkt, einen entscheidenden Einfluß auf die Konstruktion der Identität hat.

Tatsächlich verläuft die Entstehung des religiösen Marktes parallel zur enormen Ausbreitung und Deregulation moderner Kommunikationsmittel. Die abnehmende Bedeutung der religiösen Institutionen und die zunehmende Ausweitung und Verdichtung der Kommunikation (Literarisierung, Schulen, Universitäten), Grundlage eines Marktes, hängt insbesondere mit dem Übergang von der Handschrift zur Druckschrift und die anschließende Ausbildung einer Druck- und Medienindustrie zusammen. Die frühen Druckerpressen waren großteils kommerzielle Unternehmen, die sich kapitalistisch organisierten. (Das unterscheidet auch den europäischen Druck vom zentralistisch verwalteten chinesischen - und begründet vermutlich seinen Erfolg.) Denn ihr Erfolg hing davon ab, daß Gedrucktes auf profitable Weise hergestellt wurde - daß also symbolische Formen wie Waren vertrieben wurden. Die Entwicklung der Presse wurde damit zu einem wesentlichen Teil der Ausbildung einer kapitalistischen Wirtschaft im späten Mittelalter und der frühen Neuzeit. Zugleich und damit aber wurde dieser Medienmarkt selbst zu einer symbolischen Macht, deren Stellung zu religiösen Institutionen auf der einen Seite und zu den politischen Einrichtungen der neuen Nationalstaaten auf der anderen Seite noch wenig geklärt war. Das Wachstum der Druckerpresse führte zur Entstehung neuer Zentren und Netzwerke der symbolischen Macht, die sich zunehmend außerhalb der Kontrolle des Staates und der Kirche befanden. Der Zusammenhang zwischen der religiösen Literarisierung der Bevölkerung durch den Protestantismus und der Individualisierung ist schon seit längerem bekannt (Eisenstein 1979). Weniger bekannt aber ist, daß die Entstehung eines Marktes für Druckwerke sich zunächst und vor allem in den angelsächsischen Gebieten auf religiöse Literatur konzentrierte. Und

während langsam auch weltliche Literatur marktmäßig vertrieben wurde, war besonders die amerikanische Religion offen für neue Wege der religiösen Kommunikation: von der Massenzeitung über das Radio und das Fernsehen bis zum Internet (das besonders von Neuen Religiösen Bewegungen gerne benutzt wird) nutzte sie auf sehr schöpferische Weise alle jeweils verfügbaren Mittel der Marktkommunikation.⁷ So ist z.B. auch die wachsende Bedeutung des amerikanischen Fundamentalismus u.a.darauf zurückzuführen, daß er auf eine gewachsene, ausgebaute Kommunikationsstruktur innerhalb des Medienbereichs, die „Electronic Church“, zurückgreifen kann, die ihm und den anderen christlichen Sendern eine deutliche Monopolstellung verleiht.

3.4. Der Markt jenseits der Kirchen

Freilich ist die Marktorientierung der Religion in den USA stärker ausgeprägt als in unserer Gesellschaft. Und es kann auch kaum ein Zweifel daran geben, daß die Religion in den deutschsprachigen Gesellschaften noch zu einem beträchtlichen Maße von den großen Institutionen bestimmt wird. Doch auch wenn die politisch und rechtlich als religiös ausgewiesenen Organisationen den Kern der religiös spezialisierten Institutionen bilden, verlieren sie seit Jahrzehnten nicht nur Mitglieder - sie büßen auch an Einfluß auf die religiösen Glaubensvorstellungen, Handlungsmuster und Erfahrungsweisen ihrer Mitglieder und der restlichen Gesellschaft ein. Dagegen breiten sich besonders am Rande und vor allem außerhalb dieses Kerns Vorstellungen aus, die offenkundig auf eine breite Marktkommunikation zurückzuführen sind. Dies zeigt sich nicht nur in der unübersehbaren Zunahme quasi-religiöser Anbieter (Therapie- und Meditationszentren, Dianetik-Geschäfte, esoterische Messen und Buchhandlungen etc.), die eine breite Klientele versorgen. Ein deutliches Indiz für die Bedeutung des Marktes - und seine Globalisierung - ist übrigens, daß daß fast alle neueren religiösen Themen, die sich seit dem zweiten Weltkrieg in unserer Gesellschaft ausgebreitet haben, vor allen Dingen aus dem angelsächsischen Raum und seinem religiösen Markt importiert wurden - und zwar natürlich über die verschiedenen Kommunikationskanäle des freien Marktes. Das gilt nicht nur für die Palette religiöser und außergewöhnlicher Erfahrungen (von UFOs über Nahtodeserfahrungen bis zur neueren Engels' mode'), sondern auch für nahezu alle Neuen Religiösen Bewegungen, weite Teile fundamentalistischer Bewegungen, für das 'New Age' und die über den angelsächsischen Raum vermittelte dritte Rezeptionswelle östlicher Religionen.

4. Spiritualität, Individualisierung und das Paradox der kirchlichen Religion

4.1. Das Paradox der kirchlichen Religion

⁷ Für die Ausbildung des religiösen Marktes in den USA und ihr Zusammenhang mit der Entwicklung der Kommunikationsmedien vgl. Moore (1994).

Obwohl die kirchlich organisierten Institutionen einen - zum Teil staatlich und vertraglich gesicherten - privilegierten Zugang zu den verschiedenen Mitteln der Kommunikation (vom staatlichen Fernsehen über das Radio, Zeitschriften und Zeitungen bishin zu über Steuern finanzierte Veranstaltungsorte) haben, kann kaum übersehen werden, daß die Inhalte der außerhalb der Kirche geführten Marktkommunikation Verbreitung auch bis weit in die inneren Kreise der Kirchen selber finden. Dennoch führt die kommunikative Hegemonie der Kirchen (die besonders in der - stellvertretend von Politikern geführten - Auseinandersetzung mit Neuen Religiösen Bewegungen deutlich wird) zu einem eigenartigen Paradox. Auf der einen Seite nämlich führt die Hegemonie dazu, daß Religion selbst von denjenigen, die nicht auf der Seite der Kirchen stehen, meist mit kirchlicher Religion gleichgesetzt wird.⁸ Zugleich aber ist die Hegemonie auch dafür verantwortlich, daß diejenigen religiösen Bewegungen, die andernorts für eine „Wiederkehr der Religion“ sorgen, in unseren Breiten gar nicht als religiös angesehen werden. Aufgrund der hegemonialen Stellung der Kirchen wandern diese religiösen Angebote gewissermaßen aus dem Geltungsbereich der Religion aus und weiten das Feld der Religion zu einem Feld der symbolischen Wirklichkeit. Dies findet sich etwa darin bestätigt, daß die ‘religiösen’ subjektiven Erfahrungen von vielen Befragten gar nicht mehr als religiös bezeichnet werden.

4.2. Formen der religiösen Individualisierung

Weil sich die Resakralisierung in stärkerem Maße jenseits der großen religiösen Institutionen abspielt und von einem Markt relativ frei zugänglicher religiöser Kommunikation zehrt, fördert sie zum einen die verschiedenen Formen der religiösen Individualisierung. Dabei sollten jedoch verschiedene Formen der religiösen Individualisierung unterschieden werden. So besteht einmal die im Begriff der Patchwork-Identität angelegte Möglichkeit des *religiösen Synkretismus*: Individuen konstruieren entweder gewissermaßen ihre eigene Religion aus dem vorhandenen Bestand religiöser Sinnsysteme und bilden daraus individuell ansprechende Mischungen aus Elementen verschiedener Religionen. Oder sie können als „Suchende“ nacheinander von einer Religion in eine andere wechseln, wobei sie jeweils auch ihre Vorstellungen und Teile ihrer Identität verändern (Knoblauch 1989). Die verschiedenen Sinnsysteme müssen jedoch nicht unbedingt in eine stimmige individuelle Weltansicht integriert werden, Menschen müssen nicht nur eine Religion haben, sondern können das bilden, was man eine *proteische Religiosität* nennen könnte. Je nach subjektiv relevanten Umständen können etwa katholische Kirchgängerinnen auch an die Reinkarnation oder an kosmische Energien glauben, zur Beichte gehen oder nach östlichem Vorbild meditieren, Yoga betreiben oder ganz pragmatisch und positivistisch alle nichtalltägliche Transzendenz bestreiten.

4.3. Spiritualität und spirituelle Gemeinschaften

⁸ Dies ist nicht nur ein gesellschaftlicher Grund dafür, den Begriff der Transzendenz zu verwenden, sondern vermutlich auch dafür, daß die Theorie der „unsichtbaren Religion“ bei uns noch immer relevant ist, während sie in den angelsächsischen Ländern an Aktualität eingebüßt hat.

Man würde der gegenwärtigen religiösen Situation jedoch nicht gerecht, würde man davon ausgehen, die Subjektivierung führe lediglich zur hochgradigen Individualisierung.

Tatsächlich wird die charakteristische Form der gegenwärtigen religiösen Identitätsbildung sehr viel treffender mit einem Begriff umschrieben, der nicht zufällig schon im Zusammenhang mit der zunehmenden Subjektivierung erwähnt wurde: Spiritualität. Denn der Begriff der *Spiritualität* erlaubt es zum einen, auf eine religiös Wirklichkeit Bezug zu nehmen, ohne an institutionell definierte Vorstellungen des Religiösen anschließen zu müssen. Dies gelingt ihm, zum anderen, gerade deswegen, weil er auf die Dimension der subjektiven Erfahrung der Transzendenz rekurriert.

So individuell sich die Spiritualität auch immer ausnehmen mag (und so undogmatisch individualistisch sich die Engel heutzutage auch immer geben mögen), so ist es doch keineswegs notwendig, daß sie sich lediglich in Formen der Individualisierung verwirklicht. Vielmehr kann sie zur Ausbildung dessen führen, was als *spirituelle Gemeinschaften* bezeichnet werden kann. Grob gesagt, können darunter jene religiösen Gemeinschaften verstanden werden, die sich um subjektive Themen, Interessen und Präferenzen herum kristallisieren. So können die jeweiligen Themen der Subjektivierung zu 'Issue-orientierten' Gemeinschaftsbildungen führen (Gruppen, die sich um Themen wie 'Umgang mit dem Tod', 'Todesnäherfahrungen', 'innere Heilung' u.ä. kristallisieren). Zum zweiten ist zwar der Zugang zum Markt der religiösen Kommunikation relativ frei. Es wäre jedoch mehr als verfehlt, die erstaunlich ausgeprägten Strukturen dieses Marktes - und seiner eigenwilligen politischen Ökonomie der Kommunikation⁹ - zu übersehen. Die Teilnahme an der Marktkommunikation führt deswegen fast automatisch zur Eingliederung in soziale Strukturen. Dies zeigt sich am offensichtlichsten in der Bildung von „Event-Gemeinschaften“ bei religiösen Massenveranstaltungen, die dem Muster der Populär- und Massenkultur folgen. Dabei kann die besondere Eigenart dieser spirituellen Gemeinschaften darin bestehen, daß die einzelnen vor allen Dingen deswegen zusammenkommen, um ein besonderes Gemeinschaftserlebnis zu machen. Schließlich tritt auch die Möglichkeit, daß bestehende Gemeinschaften quasi benutzt werden, um die eigene Spiritualität zu erleben. So deuten etwa Untersuchungen in herkömmlichen religiösen Institutionen (Klöster, Kirchengemeindengruppen, kirchlichen Zeremonialgemeinschaften) auf eine deutliche Tendenz zur Subjektivierung und Spiritualisierung hin.

Im Unterschied zur Individualisierung erlaubt der Begriff der Spiritualität nicht nur, neben den individualisierten Formen auch diese Vergemeinschaftungen subjektiver Erfahrungen zu erfassen. Er weist überdies auch darauf hin, daß die Identität auch in der späten Moderne noch immer sehr deutlich religiöse Züge trägt. Und damit streicht er auch einen besonderen Zug spätmoderner Identitäten heraus: Obwohl die Postmoderne sowohl die Religion wie das Subjekt für tot erklärt hatten, haben beide offenbar dadurch überlebt, daß sie sich auf eine

⁹ In den USA existierten schon 1987 über 220 christliche Fernsehstationen; in Brasilien dagegen verfügt die katholische Kirche über 122 Rundfunkstationen.

besondere Weise in der Spiritualität verbündet haben. Diese Weise ließe sich als Sakralisierung des Individuums umschreiben. Freilich bezieht sich diese Umschreibung nicht auf alle Individuen. Sie zieht jedoch so weite Kreise in die gegenwärtige Moral, den Umgang mit Körpern oder die Auffassungen des Selbst, daß sie auch als Ausdruck der Kulturbedeutung der Religion in der späten Moderne verstanden werden kann.

Literatur

- Berger, Peter L. (1965): Ein Marktmodell zur Analyse ökumenischer Prozesse, in: Internationales Jahrbuch für Religionssoziologie I (1965), 235-249.
- Berger, Peter L./, Luckmann, Thomas (1970): Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Frankfurt/M.
- Berger, Peter L./ Luckmann, Thomas (1980): Soziale Mobilität und persönliche Identität, in: Luckmann, Th., Lebenswelt und Gesellschaft. Paderborn, 142-160.
- Blau, Judith R./Land, Kenneth C./Redding, Kent (1992): The expansion of religious affiliation: An explanation of the growth of church membership in the United States, 1860-1930, in: Social Science Research 21 (1992), 329-352.
- Bochinger, Christoph (1994): 'New Age' und moderne Religion. Gütersloh.
- Eisenstein, E. L. (1979): The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early Modern Europe. Cambridge.
- Gabriel, Karl (Hg.) (1996): Religiöse Individualisierung oder Säkularisierung. Biographie und Gruppe als Bezugspunkte moderner Religiosität.
- Giddens, Anthony (1991): Modernity and Self-Identity. Self and Society in Late Modern Age. London: Polity 1991.
- Hahn, Alois (1982): Zur Soziologie der Beichte und anderer Formen insitutionalisierter Bekenntnisse: Selbstthematisierung und Zivilisationsprozess, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 34 (1982), 407-434.
- Haraldsson, Erlendur (1985): Representative national surveys of psychic phenomena: Iceland, GB, Sweden, USA and Gallups multinational survey, in: Journal of the Society for Psychological Research 53, 145-158
- Hay, David/Morisy, Ann (1978): Reports of ecstatic, paranormal, or religious experience in Great Britain and the United States - a comparison of trends, in: Journal for the Scientific Study of Religion 17 (1978), 3, 255-268.
- Heelas, Paul (1996): The New Age Movement. Oxford.
- Herder, Johann Gottfried (1878): Sämtliche Werke Bd. 3. Hgg. Suphan. Berlin.
- Hervieu-Léger, Danièle (1993): Present-day emotional renewals: The end of secularization or the end of religion?, in: William H. Swatos (Hg.), A Future for Religion? New Paradigms for Social Analysis. Newbury Park, 129-148.
- Hitzler, Ronald (1996): Orientierungsprobleme: Das Dilemma der Kirchen angesichts der Individualisierung der Menschen, in: Leviathan. Zeitschrift für Sozialwissenschaft. 24. Jahrgang, Heft 2, 272-286.
- Iannaccone, Lawrence R. (1992): Religious Markets and the Economics of Religion, in: Social Compass 39, 1 (1992).
- Knoblauch, Hubert (1989), Das unsichtbare neue Zeitalter. "New Age", privatisierte Religion und kultische Milieus, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 3.
- Knoblauch, Hubert (1995): Raucher beichten. Das religiöse Repertoire der 'Anonymen', in: Kommunikationskultur. Die kommunikative Konstruktion kultureller Kontexte. Berlin und New York, 211-233.

- Knoblauch, Hubert (1997): Die Sichtbarkeit der unsichtbaren Religion. Subjektivierung, Märkte und die religiöse Kommunikation, in: Zeitschrift für Religionswissenschaft 5, 181-204.
- Knoblauch, Hubert (im Druck): Artikel „Privatreligion“, in: Mohr, Hubert u.a. (Hg.), Metzler Lexikon Religion. Stuttgart.
- Krügeler, Michael, (1993): Inseln der Seligen: Religiöse Orientierungen in der Schweiz, in: Alfred Dubach/ Campiche, Roland J., Jede/r ein Sonderfall? Religion in der Schweiz. Zürich und Basel, 93-132.
- Luckmann, Thomas (1979): Personal Identity as an Evolutionary and Historical Problem, in: M. v. Cranach u.a. (Hg.), Human Ethology: Claims and Limits of a New Discipline. Cambridge, 56-74.
- Luckmann, Thomas (1991), Die unsichtbare Religion. Frankfurt am Main.
- Luhmann, Niklas (1977): Die Funktion der Religion. Frankfurt am Main.
- Luhmann, Niklas (1997), Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt am Main.
- Mayer, Jean-Francois (1993): Les nouvelles voies spirituelles. Enquête sur la religiosité parallèle en Suisse. Lausanne.
- Moore, R. Laurence (1994): Selling God. American Religion in the Marketplace of Culture. New York, Oxford.
- Mörth, Ingo (1989): New Age - neue Religion? In: M. Haller, H.-J. Hoffmann-Nowotny u. W. Zapf (Hg.), Kultur und Gesellschaft. Frankfurt/ Main und New York 1989, 297-320.
- Pollack, Detlef (1996): Individualisierung statt Säkularisierung? In: K. Gabriel (Hg.), Religiöse Individualisierung oder Säkularisierung? Gütersloh.
- Sachau, Rüdiger (1996): Westliche Reinkarnationsvorstellungen. Gütersloh.
- Stark, Rodney/ McCann, James (1993): Market forces and Catholic Commitment: Exploring the New Paradigm, in: Journal for the Scientific Study of Religion 2.
- Troeltsch, Ernst (1965): Die Soziallehren der christlichen Kirchen und Gruppen. Aalen 1965.
- Warner, Stephen (1993): Work in progress toward a New Paradigm for the Sociological Study of Religion in the United States, in: American Journal of Sociology 98, 1044-1093.
- Wohlrab-Sahr, Monika (Hg.) (1995): Biographie und Religion. Zwischen Ritual und Selbstsuche. Frankfurt am Main und New York.
- Yamane, David/ Polzer, Megan (1994): Ways of seeing ecstasy in modern society: Experiential-expressive and cultural linguistic views, in: Sociology of Religion 55, 1-15.