

Die populäre Religion

Hubert Knoblauch

Religion ist nicht nur medial präsent, sie hat auch Züge der Populärkultur in sich aufgenommen. Durch die damit einhergehende Entgrenzung religiöser Kommunikation verwischt zunehmend die Trennung von Popkultur und Religion. Dabei entsteht eine neue soziale Form der Religiosität, die die Kluft von Privatheit und Öffentlichkeit überschreitet und traditionelle religiöse Formen durchsetzt und ergänzt.

Anmerkungen:

1
Vgl. Knoblauch, H./Schnettler, B.: *Die Trägheit der Säkularisierung und die Trägheit des Glaubens: Der „Trendmonitor religiöse Kommunikation“ und die religiöse Kommunikation heute.* In: H.-G. Ziebertz (Hrsg.): *Erosion des christlichen Glaubens?* Münster 2004, S. 5–15. Genauer zur populären Religion findet sich u. a. in: Knoblauch, H.: *Populäre Religion. Markt, Medien und die Popularisierung der Religion.* In: *Zeitschrift für Religionswissenschaft*, 8/2000, S. 143–161

Die Popularität der Religion

Wer sich in der Wissenschaft schon länger mit der Religion beschäftigt, erlebt in den letzten Jahren eine verwunderliche Wende. Barg die Befassung mit der Religion vor wenigen Jahren noch die Gefahr professionellen Desinteresses und akademischer Randständigkeit, so schießen plötzlich zahlreiche üppig finanzierte Institute aus dem Boden und die Zahl der zuweilen auch selbst erklärten Religionsexperten wächst exponentiell. Diese Entwicklung beschränkt sich keineswegs auf die Wissenschaft. Auch die öffentliche Meinung hat eine Kehrtwendung vollzogen. War noch vor wenigen Jahren – im Grunde bis zum 11. September 2001 und zur Papstwahl – Religion für die Medien nur als aussterbende Spezies von Interesse, deren Siechen man mit Mitleid oder Häme beobachtete¹, so sieht man die Religion nun allerorten neu aufleben. Plötzlich findet sich die Religion selbst auf den Titelblättern der liberalen und kritischen Presse.

Diesem wachsenden Interesse an der Religion steht interessanterweise keine besondere Änderung der Situation religiöser Institutionen gegenüber – jedenfalls wenn man die Religion, wie

hierzulande üblich, von den Kirchen definieren lässt. Der Mitgliederschwund der Volkskirchen ist zwar nicht mehr so dramatisch wie in den 1990er-Jahren. Tatsächliche Trendwenden beim Kirchbesuch oder bei der Zustimmung zu den Kernaussagen des Christentums lassen sich in statistischen Umfragen allerdings ebenso wenig erkennen. Sieht man vom plötzlich entdeckten Islam ab, scheint sich auch abseits der Kirchen – zumindest hierzulande – nicht sehr viel zu regen: Die außerhalb Europas boomenden charismatischen und neopfingsterischen Gruppen bleiben zahlenmäßig genauso unbedeutend wie die nicht christlichen Sekten.

Wollte man die Diskrepanz zwischen der Thematisierung der Religion durch die Öffentlichkeit und ihrer nach wie vor tendenziell abnehmenden Bedeutung erklären, könnte man auf den Gedanken kommen, den Grund weniger beim Beobachteten als bei den Beobachtern zu suchen. So vermutet der berühmte amerikanische Religionssoziologe Peter L. Berger, dass die Säkularisierung in den Vereinigten Staaten lediglich ein Mythos sei, der von den 20 % säkularisierten „Schweden“ erzeugt werde, die den Medien- und Wissenschaftsbetrieb beherrschen und die 80 % gläubigen „Iren“ einfach igno-

rierten². Allerdings sollten wir die Konjunktur der Religion in der medialen Öffentlichkeit keineswegs nur als Folge der zuweilen fast konversionartigen Umorientierung von Medien, Wissenschaft und Politik auf die Religion reduzieren. Nach der breit anerkannten Meinung des Religionssoziologen Casanova habe die Säkularisierung keineswegs dazu geführt, dass sich die Religion in den Privatraum zurückgezogen habe. Vielmehr hätten wir es mit einer deprivatisierten „Public Religion“ zu tun: Die Religion trete nicht nur als Gegenstand der medialen Berichterstattung auf, sondern auch als öffentlich wirksamer Akteur.³ In den letzten Jahrzehnten haben die Kirchen, Denominationen und Sekten etwa in Polen, Spanien, Brasilien oder in den Vereinigten Staaten tatsächlich einen beträchtlichen Einfluss auf die gesamte Gesellschaft ausgeübt. In den USA hatte sich die wachsende politische Bedeutung der Religion schon mit dem Aufkommen der „christlichen Rechten“ vor mehr als 30 Jahren abgezeichnet, als Reagan die überzeugten Christen – aus den je unterschiedlichen Lagern – politisch mobilisierte. Innerhalb des Islam war sicherlich die iranische Revolution von 1979 das Schlüsselereignis. Ende der 1980er-Jahre, vor allem aber mit der schon unter Saddam Hussein einsetzenden Islamisierung des zuvor sozialistischen Irak wurde deutlich, dass Religion durchaus an die Stelle weltlicher Ideologien treten kann. Der allmähliche Plausibilitätsverlust der weltlichen – das sogenannte „Ende der Ideologien“ – stärkte offenbar die religiösen Ideologien. Bei den weltlichen Ideologien sollte man nicht nur an den real existierenden Sozialismus denken, sondern auch an den Neoliberalismus, dessen Versagen den Aufschwung der Religion nach 2000 belebte. Es gehört zu den gegenwärtigen religiösen Verwirrungen der intellektuellen Diskussion, dass dieser empirische Beweis für die „funktionale Äquivalenz“ religiöser und weltlicher Ideologien geradezu auf den Kopf gestellt und als Argument für die universale Unersetzlichkeit der Religion angesehen wird.

So sehr man die anhaltende Bedeutung der Religion für die Institutionsbereiche von Politik, Wirtschaft oder Wissenschaft anerkennen muss, stellt sich die Frage, ob diese „Deprivatisierung der Religion“ die neue Popularität der Religion erklären kann. Denn schon seit Bestehen der Bundesrepublik üben die Kirchen hierzulande einen nur in einzelnen Bereichen verminderten, rechtlich gesicherten Einfluss auf eine Reihe von

Institutionen aus, wie etwa das Sozialwesen, die Bildung, die Hochschulen, das Militär und nicht zuletzt die Medien. Bedenkt man, dass selbst die aktive Rolle der Kirchen in ethisch sensiblen Debatten (Abtreibung, Stammzellen etc.) die massive Schwächung der von den Kirchen getragenen Medien nicht aufhalten konnte, muss man sich fragen, ob sich die neue Bedeutung der Religion gerade in unseren Kreisen auf diese institutionelle Seite begrenzt.

Mit dem Begriff der populären Religion möchte ich darauf hinweisen, dass neben diese kirchlichen Ausprägungen eine neue soziale Form der Religion getreten ist. Dieser außerkirchlichen Form verdankt die Religion ihre Popularität. Es handelt sich also bei genauerer Betrachtung keineswegs um eine „Wiederkehr“ der Religion. Die grundlegende Diagnose lautet vielmehr, dass die Religion ihre Gestalt wandelt – und zwar so, dass die herkömmlich institutionalisierten Formen von neuen Formen der Religiosität durchsetzt und ergänzt werden.

Die populäre Kultur und die Medien

Religion ist nicht nur in einem sehr breiten Sinne wieder „populär“ geworden. Sie ist auch dahin gehend populär geworden, dass sie Züge der Populärkultur in sich aufgenommen hat. Im Gefolge der traditionellen „populären“ oder „Volkskultur“ zeichnet sich die Populärkultur zum einen dadurch aus, dass ihre Güter auf einem allgemein verfügbaren Markt erhältlich sind. Diese allgemeine Verfügbarkeit führt keineswegs zu einer Gleichheit, sondern ermöglicht „soziale Unterschiede“ – die allerdings auf einer allgemeinen Verbreitung beruhen. Trotz dieser Verbreitung sollte man nicht (mehr) von einer Massenkultur reden, erzeugen doch die Marktmechanismen stilistische, in Lebensstile und soziale

»Es handelt sich bei genauerer Betrachtung keineswegs um eine ›Wiederkehr‹ der Religion. Die grundlegende Diagnose lautet vielmehr, dass die Religion ihre Gestalt wandelt – und zwar so, dass die herkömmlich institutionalisierten Formen von neuen Formen der Religiosität durchsetzt und ergänzt werden.«

2
Berger, P. L. (Hrsg.): *The Desecularization of the World: Resurgent Religion and World Politics.* Grand Rapids 1999; vgl. auch Luckmann, T.: *Die unsichtbare Religion.* Frankfurt am Main 1991

3
Casanova, J.: *Public Religions in the Modern World.* Chicago/London 1994

4
Eisenstadt, S. S.:
Kulturen der Achsenzeit. Ihre Ursprünge und Vielfalt (2 Bände). Frankfurt am Main 1987

5
Eisenstein, E. L.:
The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early Modern Europe. Cambridge 1979

6
Moore, R. L.:
Selling God. American Religion in the Marketplace of Culture. New York/Oxford 1994

7
Hoover, S. M.:
Religion in the Media Age. London 2006

»Mit der Schriftlichkeit, die sich in komplexeren Gesellschaften entwickelte, kommt es zu einer rigiden Scheidung von ›Sakralem‹ und ›Profanem‹ wie auch zur Ausbildung eines Expertentums von ›Schriftgelehrten‹.«

Milieus aufgefächerte Versionen der Populärkultur. Die Medien bilden eine tragende Säule der Populärkultur. Sie stellen zum einen die eigentlichen Verbreitungsmechanismen dar. Zum anderen verändern sich im Zuge des medialen Wandels die Kommunikationsprozesse, und schließlich nimmt die Kommunikation in den jeweiligen Medien besondere Formen an, die auch die verbreiteten Inhalte prägen.

Das zeigt ein Blick auf die großflächigen Veränderungen der gesellschaftlichen Kommunikation der Religion. In einfachen Gesellschaften war religiöse Kommunikation ausschließlich mündlich. Entsprechend war auch Transzendenz noch wenig abgetrennt vom Alltag. Mit der Schriftlichkeit, die sich in komplexeren Gesellschaften entwickelte, kommt es zu einer rigiden Scheidung von „Sakralem“ und „Profanem“ wie auch zur Ausbildung eines Expertentums von „Schriftgelehrten“. Dies ist die Voraussetzung für die Ausbildung der „Achsenkulturen“ – also jener Kulturen, die unser gegenwärtiges (enges) Religionsverständnis grundlegend geprägt haben. Schriftgelehrte sondern sich als Experten ab und in den vorderasiatischen Religionen werden die Götter so systematisiert, dass sich ein

Monotheismus ausbilden kann.⁴ Erst der Übergang zum Buchdruck führt wieder zu einer grundlegenden strukturellen Veränderung der Kommunikation: So ist die Renaissance ohne den Buchdruck ebenso undenkbar wie die wissenschaftliche Revolution und – die Reformation. Denn die von ihr geforderte individuelle Selbstvergewisserung darüber, was in der Bibel steht, setzte zunächst voraus, dass die Bibel als Buch massenhaft verfügbar ist.

Das Aufkommen der Druckerpresse wird nicht nur als der Beginn der „Massenkommunikation“ angesehen, sondern auch einer religiösen Individualisierung der Kommunikati-

on, die in der Reformation ihren passenden Ausdruck fand.⁵ Ebenfalls nicht zu übersehen sind die Folgen der damit verbundenen Nationalisierung der religiösen Sprache. Für die Religion hat es auch eine zunehmende Marktorientierung zur Folge. Die Ausbreitung der Druckerpresse führte zur Entstehung neuer Zentren und Netzwerke, die sich zunehmend außerhalb der Kontrolle der Kirche und des Staats befanden. Damit beflügelte sie im späten Mittelalter und der frühen Neuzeit die Ausbildung einer von der Kirche unabhängigen kapitalistischen Wirtschaft. Zugleich aber wurde dieser Medienmarkt selbst zu einer symbolischen Macht, weil dessen Stellung zu den religiösen Institutionen auf der einen Seite und zu den politischen Einrichtungen der neuen Nationalstaaten auf der anderen Seite noch wenig geklärt war. Während sich in Europa die politischen Mächte in diesen Markt einmischten, nahm er besonders in den Vereinigten Staaten ausgeprägte marktwirtschaftliche Formen an.⁶

Deswegen wurden in den Vereinigten Staaten die Massenmedien des Rundfunks und des Fernsehens am schnellsten und vorbehaltlosesten für religiöse Zwecke eingesetzt. Rasch entwickelten sich zunächst national, bald auch international operierende religiöse Kommunikationsnetzwerke. Sie begründeten das, was man nach dem Zweiten Weltkrieg als „Electronic Church“ bezeichnete: die Verkündigung der (häufig evangelikalen) christlichen Botschaft über eigene Radio- und Fernsehstationen, Videokassetten sowie andere Massen- und Trägermedien. Die „Electronic Church“ schuf nicht nur eigene Sendeformate, sie entwickelte eine eigene Organisationsstruktur innerhalb des Medienbereichs, die enormen Einfluss auf religiöse wie auch auf politische und kulturelle Institutionen ausübt. Im Jahr 2000 gab es in den Vereinigten Staaten 245 kommerzielle und 15 nicht kommerzielle Fernsehsender, und etwa 800 Radiosender gaben an, dass wenigstens ein Teil ihres Programms christlich oder religiös sei; 650 nannten sich „Gospel“-Sender und 43 bezeichneten sich selbst als „New Age“. Daneben widmeten sich mehrere Kabelsender der Religion, einschließlich dem Catholic Eternal World Television Network, das angeblich über 58 Mio. Subskribenten zu haben. Der protestantische Odyssey Kanal gab 28 Mio. Subskribenten an. Insgesamt wurden 221 christliche Fernsehstationen gezählt sowie 60 Programme, die in andere Sender integriert sind.⁷

Wenngleich die „Electronic Church“ weitaus pluralistischer ist als die religiöse Kommunikation hierzulande, so handelt es sich doch in allen Fällen um kostenaufwendige zentralistische Großorganisationen. Zwar besteht ihr Auftrag darin, sich an die Einzelnen zu wenden. Die Einzelnen sind jedoch lediglich Adressaten und haben kaum Einfluss auf die Inhalte. Weil diese Asymmetrie rechtlich verankert ist, liegt eine klassische Unterscheidung zwischen Öffentlichkeit und Privatheit vor.

Diese Struktur ändert sich grundlegend mit der Ausbreitung der neuen interaktiven Medien, also E-Mail, Internet, Intranet etc., deren Nutzung sich explosionsartig ausgebreitet hat. So stieg die Zahl der christlichen Webseiten von 1999 bis 2004 von 610.000 auf 9,1 Mio.; kirchliche Webseiten wuchsen in derselben Zeit von 7 auf 65 Mio., und der Suchbegriff „Religion“ erzielte 2004 (bei Altavista) schon 105 Mio. Treffer, nachdem es 1999 erst 1,8 Mio. Treffer gewesen waren.⁸ 2008 erhielt „Religion“ bei Google immerhin 492 Mio. Treffer – allerdings nur halb so viele wie „sex“. Diese Ausbreitung ist verbunden mit einer Strukturveränderung der Kommunikation. Nicht nur erlauben die neuen elektronischen Medien ein höheres Maß an Interaktion. Sie binden damit die Rezipienten auch aktiv in die Kommunikation ein, sodass Einzelne dergestalt an der Kommunikation teilnehmen, dass die kategorische Trennung von Privatheit und Öffentlichkeit schwindet. Das zeigt sich nicht nur an der exponentiellen Vermehrung dieser Kommunikation, sondern auch an den Kommunikationsformen und -inhalten, die Privates nun öffentlich zugänglich machen. Wir haben es also nicht mit einer „Entprivatisierung“ zu tun, wie Casanova (mit Blick auf die Religion) meint, sondern mit einer Aufweichung der Grenzen, einer Entgrenzung zwischen Privatheit und Öffentlichkeit. Freilich wird auch die (harte und weiche) Infrastruktur dieser Kommunikation von globalen Konzernen beherrscht. Und auch im Bereich der Religion bleiben die „alten“ Medien weiter bestehen und üben vor allem im institutionellen Bereich noch einen großen Einfluss aus. Diese Überlagerung von alter Abgrenzung und neuer Entgrenzung erklärt die folgende Paradoxie: Den „Reaktionen“ herkömmlicher medialer und religiöser Institutionen stehen die sichtlichen Anpassungen an die neue Kommunikationssituation gegenüber. Einerseits wird die von den kirchlichen Institutionen getragene „öffentliche Religion“ verstärkt und das Religiö-

se schärfer markiert, während gleichzeitig eine Entgrenzung zur populären Religion stattfindet.

Die populäre Religion

Die überlagerte Entgrenzung von Privatheit und Öffentlichkeit ist Teil einer umfassenden Entgrenzung religiöser Kommunikation: Die Religion beschränkt sich keineswegs auf einen ausgegrenzten Ausschnitt der Kultur, der in den Kirchen beheimatet ist, sondern ist in die Kultur diffundiert. Mit „populärer Religion“ meine ich keineswegs nur eine „Pop-Religion“, wie sie et-

»Einerseits wird die von den kirchlichen Institutionen getragene ›öffentliche Religion‹ verstärkt und das Religiöse schärfer markiert, während gleichzeitig eine Entgrenzung zur populären Religion stattfindet.«

wa in der Aufnahme religiöser Symbole in der Popmusik oder im Film zum Ausdruck kommt. Im Rahmen der globalen Ausweitung der Kommunikation können verschiedenste religiöse Symbole und Inhalte aus ihrem angestammten kulturellen Kontext entnommen, in einen anderen transportiert und dort rezipiert werden. Die populäre Religion umfasst die erneuerten Formen dessen, was einst Aberglauben hieß und was nun als Ufo-Glaube, als Praxis des Wünschelrutengehens, als Lehre von Erdstrahlen oder als esoterischer Glaube an die magische Kraft von Steinen oder Pyramiden ein breites Interesse genießt. Sie beschränkt sich aber keineswegs auf diese Formen. Die populäre Religion findet sich ebenso in den Räumen der kirchlichen Religiosität: Die Eventisierung der religiösen Zeremonie beim Papstbesuch und bei den Weltjugendtagen oder die missionarische Verwendung von Popmusik, Videos und Showelementen bei charismatischen oder neopfingstlerischen Gottesdiensten zeigen, in welchem Ausmaß Formen der religiösen Kommunikation von denen der populären Kultur so durchdrungen werden, dass eine deutliche Grenzziehung kaum mehr möglich ist.

8
Hosgaard, M. T./Warburg, M. (Hrsg.):
Religion and Cyberspace. London/New York 2005

»Der Tod ist keineswegs das einzige Thema aus dem einst »Heiligen Kosmos« der Religion, das mittlerweile stärker außerhalb als innerhalb der Religion rezipiert wird. Bezeichnenderweise werden die damit verbundenen Jenseitsberichte, Rituale und Erfahrungen von vielen Beteiligten schon gar nicht mehr als religiös identifiziert.«

— Im Zuge dieser Entgrenzung nehmen kirchliche und andere religiöse Organisationen kommunikative Formen auf, die in der populären Kultur geschaffen und verbreitet wurden. Dazu zählt nicht nur der „Sakropop“, die religiöse Popmusik, sondern auch andere Gattungen der populären Musik gehören dazu, die sich – nach gewissen Akkulturationsproblemen – im religiösen Bereich etabliert haben. Dasselbe gilt für Show- und andere Performanceformate, und zwar nicht nur in der rein medialen Kommunikation, sondern auch in lokalen Veranstaltungen, „Events“ und „Shows“, wie etwa den kreationistischen Themenparks in den USA, die Disneyland nachempfunden sind. Andererseits sind auch Formate der religiösen Kommunikation aus dem religiösen Bereich ausgewandert, wie sich etwa an der Aufnahme protestantischer Bekenntnisformen in der Anonymen-Bewegung, den Ritualen von Sportfans und natürlich den Subkulturen der populären Musik zeigt – von „Punk“ über „Fernsehhohezeiten“ und massenmediale Bekenntnisrituale bis zu den „Priestern des Techno“. ⁹ Die Entgrenzung wird daran deutlich, dass es mittlerweile zahlreiche Kulturelemente gibt, die keiner Seite mehr zugeordnet werden können. Beispiele aus der Musik sind etwa Xavier Naidoo, Goa-Techno oder Gothic.

— Die vorgenannten Beispiele markieren eine erste Dimension religiöser Entgrenzung. Weil es sich hier lediglich um eine bloße Aufnahme von Formen und Symbolen handelte, wurde die Behandlung solcher Phänomene unter dem Titel der Religion häufig und nicht zu Unrecht als „inflationäre“ Ausweitung des Religionsbegriffs kritisiert. Dass es hier nicht nur um Veränderungen des Begriffs, sondern

des Phänomens selbst geht, zeigt sich an der zweiten Dimension der Entgrenzung: Neben den Formen „wandern“ auch die typischen religiösen Inhalte, Themen und Topoi. In einer christlichen Kultur lässt sich das am besten mit Blick auf ein Kernthema des Christentums fassen: den Tod. Während sich die Kirchen unter dem Einfluss der Aufklärung immer mehr von der Deutung des Todes und einer breiten Ritualisierung zurückgezogen haben, entwickelt sich eine Kultur des Todes, die eigene Rituale, Erfahrungsformen und Deutungen des Todes hervorbringt. Von Waldfriedhöfen über Nahtoderfahrungen bis hin zur Reinkarnation beobachten wir eine regelrechte „Revolution des Todes“¹⁰. Diese neue populäre Kultur des Todes findet jedoch weitgehend außerhalb der Kirchen in den Medien und Kommunikationsformen der populären Kultur statt. Ihre Hohepriester sind Laien, Populärwissenschaftler und vor allem die Betroffenen selbst, deren Wissen über Ratgeberliteratur, Fernsehjournal, Boulevardblätter und über die verschiedenen Formate des Internets sowie über die natürlich weiterhin bedeutsamen unmittelbaren Kommunikationsweisen wie mündliche Gespräche ausgetauscht wird.

Die neue Spiritualität und die Subjektivierung

Der Tod ist keineswegs das einzige Thema aus dem einst „Heiligen Kosmos“ der Religion, das mittlerweile stärker außerhalb als innerhalb der Religion rezipiert wird. Bezeichnenderweise werden die damit verbundenen Jenseitsberichte, Rituale und Erfahrungen von vielen Beteiligten schon gar nicht mehr als religiös identifiziert. In der Tat zeigen auch Umfragen wie der jüngst veröffentlichte „Religionsmonitor“, dass sich die Grenzen zur Religion auch im Selbstverständnis der Menschen verändern. Viele Menschen aus den unterschiedlichsten Gesellschaften bezeichnen sich heute als „spirituell“, und zwar durchaus im Kontrast zu den „Religiösen“. Doch auch innerhalb der organisierten Religion finden sich viele „Spirituelle“. Die neue Spiritualität geht durchaus mit der Verlagerung der Kommunikation einher, die nun weit in den Privatbereich hineinragt. Bisher sozial unsichtbare subjektive religiöse Erfahrungen, die einst nur von besonders ausdrucksstarken religiösen „Virtuosen“ überliefert wurden, finden sich nun mas-

senhaft in den unterschiedlichsten „Foren“, „Blogs“ oder „Communitys“: Engelerfahrungen, Trauerrituale oder digitales Totengedenken stehen dort ebenso wie die ausführlichen Selbstdarstellungen der betroffenen Personen. Sie machen all das, was an Religion je privat war, für alle anderen zugänglich.

Dass es in der großen Breite nicht zu einer vollkommenen Beliebigkeit von religiösen Formen und Inhalten kommt, ist sicherlich dem Umstand zu verdanken, dass diese subjektiven Ausdrucksformen von den konventionellen Formen und Medien der religiösen Kommunikation (vom Gottesdienst bis zur gedruckten Bibel) überlagert werden, die bis tief in die ureigenste Erfahrung eine eigene Stereotypik entfalten. Daneben bemühen sich auch die religiösen Organisationen, diese „vagabundierende Religiosität“ in die geordneten Bahnen bestimmter religiös-kirchlicher Homepages oder Suchprogramme zu lenken. Insgesamt trägt diese neue Spiritualität durchaus die Züge einer religiösen Sozialform, in der (wie etwa schon in der Mystik) sich das Subjekt als letzte Instanz und Evidenz des Religiösen behauptet.¹¹ Technisch werden wir als einzelne „Nutzer“ konzipiert, die jeweils einzeln mit anderen einzelnen – aber technisch gleichartigen – Nutzern interagieren. Spiritualität ist gleichsam die Übersetzung von Religion in einer subjektivierten Gesellschaft. Diese Subjektivierung findet sich auch in anderen Lebensbereichen wie etwa bei der „Nutzung“ der subjektiven Ressourcen für die „kreative“ Arbeit. Entgrenzt die Subjektivierung der Arbeit den alten Unterschied von Arbeit und Freizeit, so überschreitet auch die Religion die alte Kluft von Privatheit und Öffentlichkeit. Die Religion ersteht weder neu, noch geht sie verloren – sie wandelt ihre Gestalt.

»Spiritualität ist gleichsam die Übersetzung von Religion in einer subjektivierten Gesellschaft.«

9

Vgl. **Soeffner, H.-G.:** *Stil und Stilisierung: Punk oder die Überhöhung des Alltags.* In: H.-G. Soeffner: *Die Ordnung der Rituale.* Frankfurt am Main 1992, S. 76–101; **Hitzler, R./ Pfadenhauer, M. (Hrsg.):** *Techno-Soziologie. Erkundungen einer Jugendkultur.* Opladen 2001; **Reichert, J.:** *Die frohe Botschaft des Fernsehens. Kulturwissenschaftliche Untersuchungen medialer Diesseitsreligion.* Konstanz 2000; **Keppler, A.:** *Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung.* Frankfurt am Main 1994, S. 101 ff.

10

Vgl. **Knoblauch, H./ Zingerle, A. (Hrsg.):** *Tod, Hospiz und die Institutionalisierung des Sterbens.* In: H. Knoblauch/A. Zingerle (Hrsg.): *Tod – Sterben – Hospiz. Beiträge zur Thanatosoziologie.* Berlin 2005, S. 11–30. Zur Todesnähe vgl. **Knoblauch, H./ Soeffner, H.-G. (Hrsg.):** *Todesnähe. Wissenschaftliche Beiträge zur Erforschung eines außergewöhnlichen Phänomens.* Konstanz 1999

11

Zu näheren Bestimmungen der Diskussion vgl. **Knoblauch, H.:** *Soziologie der Spiritualität.* In: K. Baier (Hrsg.): *Handbuch Spiritualität. Zugänge, Traditionen, interreligiöse Prozesse.* Darmstadt 2006, S. 91–111

Dr. Hubert Knoblauch ist Professor für Allgemeine Soziologie – Theorie der modernen Gesellschaft – an der Technischen Universität Berlin.

