

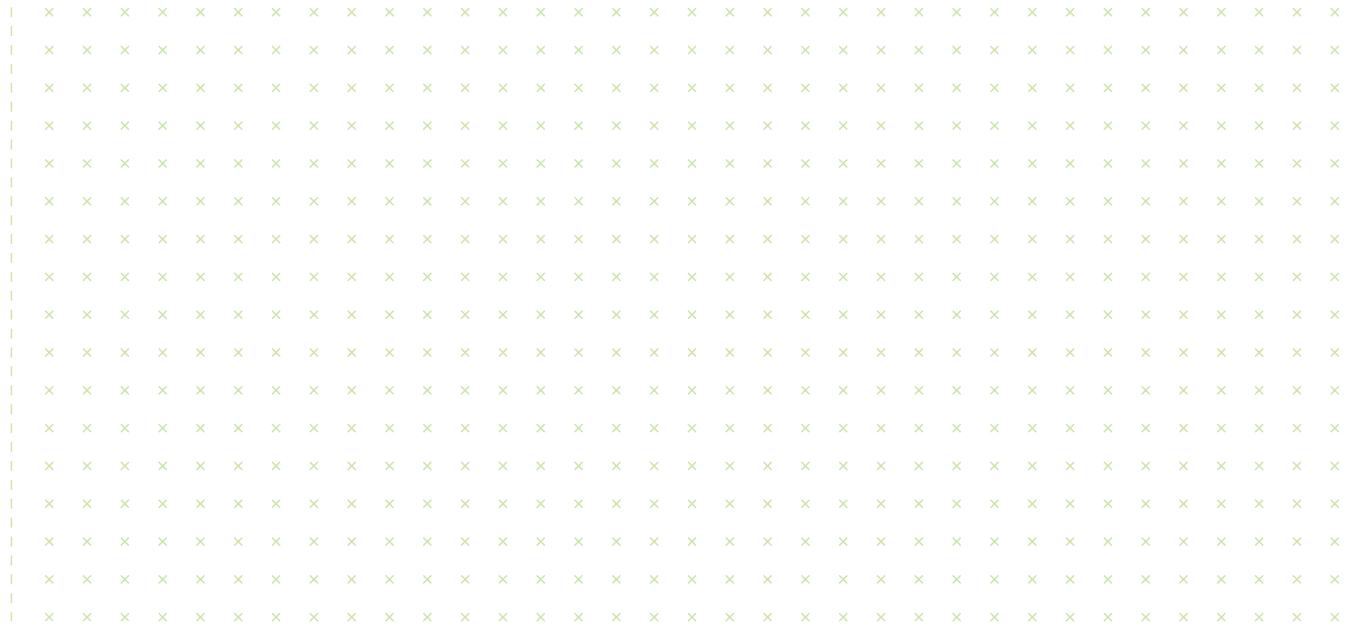
DIE RÜCKKEHR DER RELIGION

WARUM GLAUBEN HOCHKONJUNKTUR HAT

Von Norbert Bolz und Esther Girsberger

Mit David Bosshart, Reiner Anselm und Peter Gross





Impressum:

GDI Studie Nr. 31

Die Rückkehr der Religion

Warum Glauben Hochkonjunktur hat

Von Norbert Bolz und Esther Girsberger

Mit David Bosshart, Reiner Anselm und Peter Gross

© GDI 2008

ISBN 978-3-7184-7042-6

Herausgeber:

GDI Gottlieb Duttweiler Institute

Langhaldenstrasse 21

CH-8803 Rüschlikon / Zürich

Telefon + 41 44 724 61 11

info@gdi.ch

www.gdi.ch

Titelbild: «Religion Changer» von Leila Merkofer

DIE RÜCKKEHR DER RELIGION

WARUM GLAUBEN HOCHKONJUNKTUR HAT

Einleitung

4

Norbert Bolz:

Sehnsucht nach dem unersetzlich Einfachen

7

Esther Girsberger:

Acht Thesen zur Zukunft der Religion

41

Appendix

Literatur

49

Biografien

50

EINLEITUNG

Mit der Säkularisierung am Ende des 19. Jahrhunderts sagte man der westlichen Hemisphäre das Ende des Christentums voraus. Die moderne Gesellschaft, so die Annahme, würde sich immer stärker von religiösen Normen und deren kirchlichen Organisationsstrukturen lösen, religiöse Überzeugungen und Verhaltensnormen umgekehrt proportional zur steigenden ökonomisch-existenziellen Sicherheit abnehmen.

Tatsächlich geht die Kirchenzugehörigkeit seit 1960 zurück, die Zahl der Konfessionslosen steigt. Umgekehrt wächst die Bedeutung einer fundamentalistischen Zuspitzung der grossen Weltreligionen. Zudem wächst der Kreis derjenigen, die sich in einer ausserkirchlichen Religiosität bewegen, die sich neuen spirituellen Formen der Religiosität zuwenden.

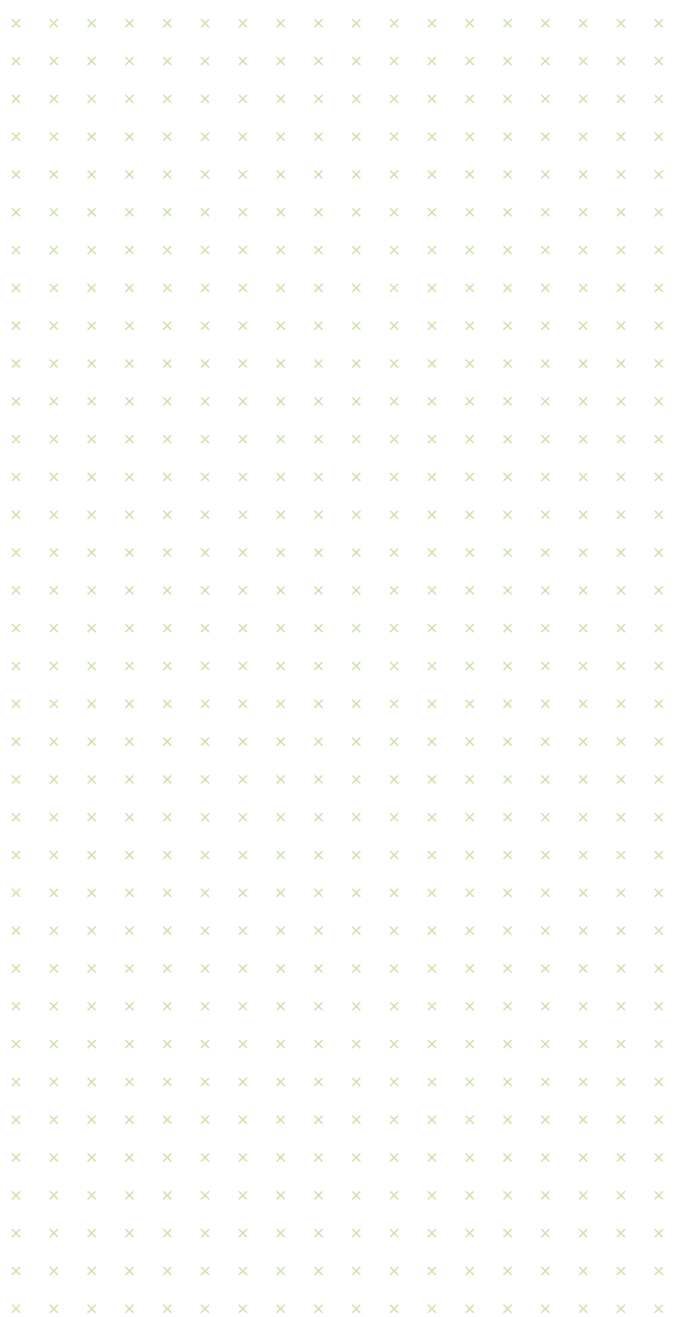
Ein Glaube, der der Moderne angemessen ist, muss lernen, «religionslos» von Gott zu reden (Dietrich Bonhoeffer). Der deutsche Theologe sollte recht behalten: Über Religion wird geredet, aber Gott wird nicht mehr beim Namen genannt. Religiosität und Spiritualität gewinnen an öffentlichem Einfluss, Religion erscheint in den Medien in Verbindung mit Politik, Macht und Gewalt. Säkulares wird im gleichen Atemzug mit Heiligem genannt, im Sport, im Tourismus, in den Unternehmen, in der Werbung, in Videoclips.

Die Gründe für diese Wiederkehr der Religionen lassen sich weder allein auf den 11. September 2001, noch auf Huntingtons Diagnose eines religiös begründeten «Zusammenpralls der Zivilisationen» zurückführen, wie dies zu Beginn des 21. Jahrhunderts den Anschein machte. Religion ist allgegenwärtig geworden, weil sie Antworten verspricht, welche die Wissensgesellschaft nicht bieten kann. Die Menschen realisieren,

dass das Sichtbare, Messbare, wissenschaftlich Objektivierbare unser Leben nicht nur einfacher macht. Sie sehnen sich nach einer Alternative in einem realen Leben, dessen Gestaltbarkeit mit dem technischen Fortschritt eine geradezu bedrohliche Form angenommen hat. Gerade die rationalisierte Moderne lässt den Wunsch nach Glauben wachsen. Nicht mehr das Ökonomische steht im Vordergrund, sondern ein religiös tradiertes Wertebewusstsein. Dafür hat der Markt die Religion entdeckt, ist Religion zum Wirtschaftsfaktor geworden: Wenn beim Krippenspiel in den Weihnachtsshows die Heiligen Drei Könige auf echten Kamelen reiten, lässt sich das Spektakel gut verkaufen. Gadgets – bei der öffentlichen Inszenierung des Todes von Papst Johannes II. angeboten, um nur ein Beispiel zu nennen – stossen auf reissenden Absatz.

Religion ist, wie Friedrich Wilhelm Graf in seinem viel beachteten Buch «Die Wiederkehr der Götter – Religion in der modernen Kultur» schreibt, ein «faszinierendes Medium der Weltdeutung und Weltgestaltung», das sich in verschiedensten Formen zeigen kann, unter anderem auch in einer individualistischen Religiosität. Dieser fehlt es zwar am philosophisch-historischen Hintergrund sowie an gesellschaftlicher Bindekraft. Dafür lässt sie eine synkretistische Lebenshaltung zu. Dem Wunsch nach dieser massgeschneiderten Religiosität kommen die sprunghaft gestiegenen neuen religiösen Bewegungen nach, die im öffentlich-medialen Aufmerksamkeitswahn auch sichtbar gemacht werden. Der private, individuelle Glaube wird in all seinen Facetten gezeigt und gelebt. Diese Anything-goes-Mentalität wird im aktuellen Diskurs dankbar aufgegriffen: Das Phänomen «Religion» wird in breiten Kreisen einmal fachkundig, einmal oberflächlich diskutiert und von aggressiven, affirmativen und regressiven Soziologen, Biologen und Theologen in Publikationen abgehandelt.

Am Diskurs um die individualistisch-religiösen Bedürfnisse in der Modernität beteiligt sich das Gottlieb Duttweiler Institut (GDI) mit der vorliegenden Publikation. Mit dem Soziologen Peter Gross, dem Religionswissenschaftler Reiner Anselm und David Bosshart, CEO des Gottlieb Duttweiler Institute, suchen Vertreter unterschiedlicher Disziplinen Erklärungsansätze für die Rückkehr der Religion. Norbert Bolz, Professor der Medienwissenschaften an der Technischen Universität Berlin, erklärt die Hochkonjunktur der Religion in seinem umfassenden Essay unter anderem damit, dass es den Menschen im postökonomischen Zeitalter vor allem um Fragen der eigenen Identität geht und sich der Mensch auf die Suche nach dem guten Leben macht. Denn das Interesse an der Religion, so Bolz, ist – in bewusster Anlehnung an Sigmund Freuds «Das Unbehagen in der Kultur» – ein deutliches Zeichen für ein neues kulturelles Unbehagen: «Wir sind erfolgreich, aber unglücklich.»





«The Radio», Ewa Bochen, Kosmos Project, www.kosmosproject.com