

Aus:

BÄRBEL HARJU

Rock & Religion

Eine Kulturgeschichte der christlichen Popmusik in den USA

September 2012, 272 Seiten, kart., 28,80 €, ISBN 978-3-8376-2050-4

»Reborn to be wild!« – seit Ende der 1960er Jahre verkünden wiedergeborene Christen diesen Schlachtruf zu den Klängen von Rock- und Popmusik. Heute existiert in den USA nicht nur eine vielfältige und millionenschwere christliche Musikindustrie; auch im musikalischen Mainstream gelingt es christlichen Künstlern zunehmend, sich erfolgreich zu etablieren.

Mit dem genuin amerikanischen Phänomen *Christian Pop* untersucht Bärbel Harju ein facettenreiches Spannungsfeld an der Schnittstelle von Religiosität und Kommerz. Auf der Basis einer Fülle an Interviews und Primärquellen wird *Christian Pop* so erstmals umfassend in der amerikanischen Kulturgeschichte verankert.

Bärbel Harju lehrt am Amerika-Institut der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

www.transcript-verlag.de/ts2050/ts2050.php

Inhalt

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

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

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

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

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

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

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

4. »Selling Jesus«.

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

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

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

Christian Pop im Mainstream (1991-2010) | 183

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

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

7. Auswahlbibliographie | 259

8. Dank | 271

1. Einleitung: »Reborn to be wild!«¹

Chicago, 6. Dezember 1981. Die noch kaum bekannte irische Rockband U2 spielt eines ihrer ersten Konzerte in den Vereinigten Staaten von Amerika. Mark Hollingsworth, ein junger Musikjournalist und evangelikaler Christ, erlebt eine mit Religionssymbolik durchsetzte Liveshow:

It's a little nightclub. 700 people. The place is packed. It starts with Scottish bagpipes, they're playing »Amazing Grace«, walking down the aisle and the band is walking behind them. They all jump up on stage and start with the song »Gloria«. Then those lights come on – boom – and it's a huge cross. The lights are in the shape of a cross. Wow. Who would have expected that? And it was just magical, the whole show.²

Hollingsworth, der noch im selben Jahr Manager der *Christian Rock* Band Petra wurde und die Gruppe zu einer der größten christlichen Rockbands der 1980er Jahre machte, hegte bereits beim Hören der Alben *War* und *October* den Verdacht, dass es sich bei U2 um eine christliche Band handeln könnte. Für ihn, als gläubigen Christen und Fan von *Christian Pop*, erschlossen sich die spirituell aufgeladenen Songtexte sofort:

I was listening to it and it's just so clearly Christian. It starts with »Gloria« and all the songs are about Jesus coming back and how I can become a better Christian, why do I let God down, why do I let other people down. All very poetic, but it's just right there.³

Nach dem Konzert trifft Hollingsworth die Band im Backstagebereich und überreicht Sänger Bono einige ausgewählte *Christian Pop* Alben.

1 | Dieser Ausspruch spielt mit der Erfahrung der Wiedergeburt evangelikaler Christen und verknüpft diese mit der Rockhymne der 1960er Jahre von Steppenwolf: »Born to Be Wild«.

2 | Mark Hollingsworth, Interview mit der Autorin, Nashville, TN, 19. März 2009.

3 | Ebd.

Bono takes the records, he's looking at them, looking at some lyrics and I'm telling him about it a little bit, but I'm not saying: »These are Christian bands.« Usually I don't do this within the first two minutes talking, but I thought there was something there, because he was so fascinated with those lyrics. So I say, »Can I ask you something?« He said: »Sure. Whatever.« I said: »Are you a Christian?«⁴

Nach einem kurzen Moment der Verblüffung nimmt Bono die Schallplatten unter den Arm, beugt sich nach vorne, um Hollingsworths Arm festzuhalten, und flüstert mit verschwörerischer Stimme: »We are secret agents!«⁵

Mit dieser Aussage formulierte Bono unwissentlich eine zukünftige Entwicklung der *Christian Pop* Kultur, die sich während der 1980er Jahre noch ausschließlich innerhalb der Parameter der evangelikalen Subkultur bewegte und von der sich U2 stets wohlbedacht fernhielt. Denn heute dient U2 als Vorbild für viele christliche Nachwuchskünstler, die sich durch eine Vermeidung des Labels »christlich« im Mainstream etablieren wollen – mit verschlüsselten Botschaften und subtiler Symbolik. Mark Hollingsworth glaubt, eine bewusst gewählte Taktik zu erkennen: »They are on a mission. In a way they really are secret agents. They're trying to bring God to people in a fresh, different way.«⁶ Die Strategie, als »Geheimagenten« den säkularen Musikmarkt zu infiltrieren, ist heute gängige Praxis. »Christliche« Bands, die sich nicht als solche vermarkten, gewinnen eine breitere Plattform als ihre »geouteten« Kollegen und sie erreichen ein weniger homogenes, nicht unbedingt christliches Publikum.

Spannungen, die das Phänomen *Christian Pop* seit jeher umranken, gehen oft auf die evangelikale Betonung einer neutestamentarischen Doktrin zurück: »to be in the world but not of it«.⁷ Während das Evangelisierungsgebot ein gewisses Maß an Interaktion mit der »säkularen« Welt erfordert und eine zentrale Rolle in der evangelikalen Übernahme von Massenmedien und der amerikanischen Ideologie des freien Markts spielt, wird gleichzeitig die Abgrenzung von dieser Welt gefordert: »be not of the world«. Die Entwicklung des Phänomens *Christian Pop* von einem Nischengenre hin zu einem soliden Segment der Musikindustrie beleuchtet interessante Aspekte der amerikanischen Kulturgeschichte an der Schnittstelle zwischen Religion, Kommerz und Musik.

4 | Ebd.

5 | Ebd.

6 | Ebd.

7 | Dieser Ausspruch geht auf Jesu Fürbitte für die Jünger aus dem Johannesevangelium zurück. John 17: 9-19 (American King James Version).

1.1 FORSCHUNGSFRAGEN UND THESEN

Sex, drugs and rock and roll – so lautet das übermächtige Dreigespann der späten 1960er Jahre, aus dessen Mythos sich Rockmusik bis heute speist. Doch seit 1969 fragen christliche Musiker: »Why should the devil have all the good music?«⁸ Fest entschlossen, das christliche Potenzial von Rock hervorzuheben, betraten amerikanische Christen die Welt der Popmusik und verkündeten ihren Schlachtruf: »Reborn to be wild!« Heute existiert in den USA nicht nur eine vielfältige und millionenschwere christliche Musikindustrie mit eigenen Awardshows, Musikfestivals und Fanzeitschriften; auch im musikalischen Mainstream fassen immer mehr christliche Künstler Fuß – ihre Videos werden auf MTV gezeigt, ihre Lieder stürmen weltweit die Charts, und sie sind Headliner bei berühmt-berüchtigten Rockfestivals wie *Ozzfest*. Mit *Christian Pop* liegt eine genuin amerikanische Erscheinung vor, die aufschlussreiche Perspektiven auf ein dynamisches Entwicklungsfeld zulässt. Denn die Analyse von *Christian Pop* beleuchtet nicht nur ein exotisches Nischenphänomen, sondern trägt zum besseren Verständnis der gesamten amerikanischen Gesellschaft bei – und das nicht zuletzt aufgrund der Tatsache, dass dieses Phänomen im Spannungsfeld zwischen Religiosität und Kommerzialisierung vor allem von evangelikalen Christen vorangetrieben und geformt wird. Der Historiker Barry Hankins sieht in dieser schwer fassbaren Gruppe die Quintessenz Amerikas:

[Evangelicals] are innovative rather than traditional, populist rather than elitist, intuitive rather than scholarly, activist rather than conformist, and individualistic rather than hierarchical. In short, they are quintessentially American in their quest to shape their own destinies, religious or otherwise.⁹

Der Soziologe Alan Wolfe ließ sich gar zu folgender Aussage hinreißen: »We're all evangelicals now.«¹⁰ Die Analyse von *Christian Pop* beschäftigt sich somit nicht nur mit einem isolierten Phänomen der evangelikalen Popkultur, sondern ermöglicht ein tieferes Verständnis der amerikanischen Gesellschaft und Kultur. Ziel der Untersuchung ist die historische Analyse einer Musikkultur, die für Millionen Amerikaner wichtiger Bestandteil ihres religiösen Lebens ist.

Gegenstand dieser Arbeit ist die Entwicklung der christlichen Rock- und Popmusik seit Ende der 1960er Jahre bis in die heutige Zeit. Eine historiographische

8 | Die Frage ist durch den gleichnamigen Erfolgssong von Larry Norman in der *Christian Rock* Kultur popularisiert worden. Vgl. Andrew Beaujon, *Body Piercing Saved My Life: Inside the Phenomenon of Christian Rock* (Cambridge, MA: Da Capo, 2006), 21.

9 | Barry Hankins, *American Evangelicals. A Contemporary History of a Mainstream Religious Movement* (Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2008), x.

10 | Alan Wolfe, *The Transformation of American Religion: How We Actually Live Our Faith* (New York: Free Press, 2003), 36.

Einbettung des Phänomens greift bis ins 18. Jahrhundert zurück, um den kulturellen Resonanzraum zu erschließen, der die Genese von *Christian Pop* in den Vereinigten Staaten ermöglichte. Hier werden die Entwicklungen betrachtet, die der Entstehung von *Jesus Rock* in den 1960er Jahren vorausgingen, sie bedingten und beeinflussten. Die Arbeit fragt danach, auf welche Weise und mit welchem Ziel Musik von *Christian Pop* Künstlern genutzt wird, welche Botschaften sie in den Texten vermitteln und welche Rolle Kommerzialisierungstendenzen spielen. Wie vollzog sich die Positionierung von *Christian Pop* im *marketplace of culture*,¹¹ und führte die rasche Kommodifikation des Phänomens zu einer Entspiritualisierung? Die Fragestellung zielt auch darauf ab, die sich wandelnden Beweggründe und Strategien der Musiker vor dem Hintergrund der aus europäischer Sicht scheinbar kaum zu vereinbarenden Sphären von Religiosität und Kommerz in den von mir herausgearbeiteten Entwicklungsphasen des Genres zu umreißen. Eine implizite Teilfrage beleuchtet die erwünschte und tatsächlich erreichte Zielgruppe von *Christian Pop* sowie die Rolle der Musik im Leben ihrer Konsumenten. Stets im Blickpunkt steht eine kulturgeschichtliche Einbettung des Phänomens. Das dynamische Dreieck zwischen *Christian Pop*, der amerikanischen Gesellschaft und der evangelikalen Kultur sowie die Wechselwirkungen zwischen diesen Bezugspunkten bieten den Rahmen für die Analyse.

Ausgangspunkt der Arbeit ist die These, dass mit der zunehmenden Kommerzialisierung von *Christian Pop* keineswegs eine Säkularisierung des Genres einhergeht. Ebenso wenig lässt sich eine Kapitulation der christlichen Musiker im Angesicht der übermächtigen Musikindustrie und Konsumgesellschaft feststellen. Vielmehr reagieren die *Christian Pop* Künstler auf die Gegebenheiten der Musikkultur und entwickeln vor diesem Hintergrund neue Strategien. Mit intelligent verschlüsselten Botschaften und vieldeutigen Texten, die verschiedene Interpretationsmöglichkeiten zulassen, setzen sie einen modernen Evangelisierungsstil um, der sich subtiler Verführungskonzepte bedient: *seed-planting* an Stelle von *bible-thumping*. Diese Entwicklung steht für einen breiteren Trend: die flexible Interaktion und Wechselwirkung zwischen evangelikalen Ausdrucksformen und dem *marketplace of culture*. Die dem amerikanischen Evangelikalismus eigenen Strategien der Selbstkommodifikation sichern seit jeher gesellschaftliche Relevanz und kulturelles Fortbestehen evangelikaler Glaubensströmungen.

Besondere Beachtung findet die Wechselwirkung zwischen gesellschaftlichen Entwicklungen, dem rasanten Wachstum der evangelikalen Bewegung und der nicht minder dynamischen Entwicklung von *Christian Pop*. Es wird untersucht, inwiefern die Inhalte und Sprache der Musik breitere Trends innerhalb der evangelikalen Kultur widerspiegeln. Dabei ist zu beachten, dass *Christian Pop* nicht nur passiver Spielball gesellschaftlicher Entwicklungen ist, sondern auch auf die

11 | Der Begriff des *marketplace of culture* wird in der vorliegenden Arbeit im Sinn von R. Laurence Moore verwendet. Moore, *Selling God. American Religion in the Marketplace of Culture* (New York: Oxford University Press, 1994).

evangelikale Bewegung zurückwirkt und sie formt. Insbesondere wird betrachtet, welche Rolle *Christian Pop* für das Selbstverständnis und die christliche Identität seiner Konsumenten spielt. Primärquellen und Interviews zeigen, dass christliche Rock- und Popmusik in jugendlichen Fans ein starkes Gemeinschaftsgefühl auslöst, spirituelles Wachstum beschleunigt und als Bestätigung alternativer Wertesysteme fungiert.

1.2 AUFBAU

Der Arbeit liegt eine eigens entwickelte Periodisierung zur Geschichte von *Christian Pop* zugrunde. Den daraus resultierenden vier Entwicklungsphasen zeitgenössischer christlicher Musik wird jeweils ein Kapitel gewidmet.

Das erste Kapitel nimmt eine historiographische Einbettung des zu untersuchenden Phänomens vor, um den genuin amerikanischen Resonanzraum zu beleuchten, der zur Entstehung von *Christian Pop* führte. Bisher wurde die Geburtsstunde von *Christian Pop* mit dem Aufkommen des *Jesus People Movement* Ende der 1960er Jahre gleichgesetzt. Durch die Adaption und »Christianisierung« von »säkularer« Rockmusik beschritten die *Jesus Freaks* allerdings kein Neuland, sondern bedienten sich Methoden und Aneignungstaktiken, die bis ins 18. Jahrhundert zurückverfolgt werden können. Es gilt zu beweisen, dass die besondere Verknüpfung von christlicher Religiosität und Musik in der Geschichte der USA einen kulturellen Raum schuf, der die Entstehung von *Christian Pop* Ende der 1960er Jahre erst ermöglichte.

Im zweiten Kapitel des Hauptteils wird die Bedeutung des *Jesus People Movement* für *Christian Pop* zwischen 1969 und 1972 beleuchtet. Auch am Beispiel des Sängers Larry Norman werden die Wechselwirkungen zwischen der Transformation evangelikaler Religiosität und der Musik, die diese hervorbrachte und begleitete, untersucht. Von besonderem Interesse ist das rasche Ende der Ära der *Jesus People* und ihre Vereinnahmung durch konservative evangelikale Kräfte. Das christliche Musikfestival *Explo '72* wird eingehend betrachtet, um festzustellen, welche Rolle es insbesondere im Hinblick auf die baldige Akzeptanz der Musik im christlichen Mainstream spielte und wie bedeutungsvoll es für die Entstehung einer christlichen Musikindustrie war.

Das darauffolgende dritte Kapitel des Hauptteils befasst sich mit der Etablierung von *Christian Pop* zwischen 1972 und 1990 im Rahmen einer separaten »christlichen« Musikindustrie und -kultur, die sich der Musikformen und Businessstrategien der »säkularen« Welt bediente, um sie als christliche Version zu replizieren. Während dies christlichen Jugendlichen zwar Identifikationsmöglichkeiten bot, wurde ein nicht-christliches Publikum kaum erreicht – eine Ghettoisierung von *Christian Pop* folgte. Grund dafür sind auch die Songtexte dieser Ära, die die in der Gesellschaft heiß diskutierte *culture wars* reflektierten und meist entweder von diffusem Triumphalismus zeugten oder aber der Sparte »happy-clappy

Christianity« zuzuordnen waren. Die christliche Musikkultur sah sich somit zwar in eine kulturelle Nische verbannt, wurde aber innerhalb dieser Subkultur zum kommerziellen Erfolg. Die rasch voranschreitende Kommerzialisierung und die Kommodifikation dieser evangelikalen Ausdrucksform lieferte Stoff für hitzige Debatten innerhalb der christlichen Gemeinschaft in den USA. Zunehmend trat eine innere Zerrissenheit von *Christian Pop* zwischen den Sphären des *music business* und *music ministry* auf. An der Karriere von Amy Grant, die als erster Superstar aus der *Christian Pop* Szene hervorging, werden die vielfältigen Entwicklungen und Spannungen dieser Phase exemplarisch aufgezeigt.

Das letzte Kapitel des Hauptteils beschäftigt sich mit der Positionierung von *Christian Pop* im musikalischen Mainstream ab den 1990er Jahren. Die Karriere der Rockgruppe P.O.D. veranschaulicht, wie *Christian Pop* eine eigene, relevante Stimme gefunden und sich in der US-amerikanischen Musik- und Jugendkultur verortet hat. Neue Entwicklungen der evangelikalen Bewegung im politischen, kirchlichen und kulturellen Bereich werden analysiert, um Wechselwirkungen aufzuzeigen. Besonders der neue Sprachgebrauch dieser Musikergeneration wird geprüft: Lassen sich in den Texten Veränderungen in der Beziehung zur »säkularen« Gesellschaft heraushören, die sich vom extremen Sprachgebrauch der von Kulturkämpfen geprägten 1980er Jahre distanzieren? Welche Funktion erfüllt die Abwendung von der »turn or burn«-Rhetorik, und korrespondieren die versöhnlicheren Inhalte mit einem breiteren Trend? Es wird untersucht, wie *Christian Pop* Künstler einen modernen Evangelisierungsstil umsetzen, indem sie subtile Botschaften in massenkompatiblen Musikstücken transportieren und ein alternatives Wertesystem propagieren. Es ist zu prüfen, wie die christlichen Musiker im Angesicht der Kommerzialisierung von *Christian Pop* reagieren, wie sie mit der Logik der Mainstream-Musikkultur umgehen und ob sie die vorgegebenen Strukturen zur vorsichtigen Artikulation ihres christlich geprägten Weltbilds funktionalisieren.

1.3 BEGRIFFSDEFINITIONEN

Regelmäßig liest und hört man in den Medien von »den Evangelikalen«, die in den Vereinigten Staaten von Amerika, so der Tenor, einen beträchtlichen und einflussreichen Bevölkerungsanteil auszumachen scheinen. Doch wer genau verbirgt sich hinter diesem vagen Überbegriff? Der Soziologe D. Michael Lindsay kommt ob der generellen Begriffsverwirrung nicht umhin zu bemerken: »Evangelicals are the most discussed but least understood group in America today.«¹² Evangelikalismus beschreibt keinesfalls eine homogene Gruppe von Menschen oder eine bestimmte Glaubensrichtung. Nach Michael Hochgeschwender handelt es sich um einen »Gattungsbegriff, der eine Vielzahl höchst unterschiedlicher Phänomene beschrei-

12 | D. Michael Lindsay, *Faith in the Halls of Power. How Evangelicals Joined the American Elite* (Oxford: Oxford University Press, 2007), 2.

ben kann«. ¹³ Mehr als eine kohärente Glaubensrichtung bezeichnet Evangelikalismus einen Lebensstil, »a way of life«, wie Lindsay betont: »Evangelicalism is not just a set of beliefs; it is also a social movement and an all-encompassing identity. [...] Evangelicals must live out their faith every moment of their lives, not just on Sunday morning.« ¹⁴

Die ursprüngliche Gleichsetzung des englischen Begriffs *evangelical* mit dem deutschen *evangelisch* besitzt heute keine Gültigkeit mehr. Bereits im 17. Jahrhundert setzte die inhaltliche Veränderung des Begriffs ein. Zunehmend nutzte man die Bezeichnung – vor allem, aber nicht ausschließlich, im US-amerikanischen Kontext –, um Erweckungsbewegungen zu beschreiben, die der Bibel als »Heilige Offenbarungsschrift« hohe Bedeutung beimaßen und »innerhalb des etablierten Protestantismus darum bemüht waren, die persönliche, innerliche Beziehung zu Jesus Christus als den messianischen, endzeitlichen Retter und Erlöser in den Vordergrund ihres Glaubenslebens zu stellen«. ¹⁵ Infolgedessen sind vorurteilsbehaftete Darstellungen von Evangelikalismus als generell weltabgewandt, antimodern oder konservativ nicht haltbar. Hochgeschwender beschreibt Evangelikalismus als »eine auf individuelle und verinnerlichte Glaubenserfahrung angelegte, stark emotional bestimmte religiöse Lebensweise, die gleichwohl theologisch-spekulative Reflexion nicht ausschließt«. ¹⁶ Die von Reinhard Hempelmann in Bezug auf Deutschland vorgenommene Unterscheidung von fünf evangelikalen Haupttypen überträgt Hochgeschwender auf die Vereinigten Staaten. Der erste, so genannte »klassische Typ« ist durch »vorfundamentalistische Erweckungsfrömmigkeit« geprägt und kann durchaus als »theologisch antiliberal« bezeichnet werden, muss aber nicht gleichzeitig »gesellschaftlich antimodern oder antiliberal« eingestellt sein. ¹⁷ Hempelmanns bekenntnisorientiertem und missionarisch-diakonischem Typ ordnet Hochgeschwender in den USA die Linksevangelikalen sowie einige der *black churches*, »also der theologisch konservativen, sozial aber liberalen schwarzen Erwekungsgemeinden«, zu. ¹⁸ Typ eins bis drei konstituieren wohl nicht nur in den USA die große Masse evangelikaler Christen, die allerdings ob ihres politisch sowie spirituell unspektakulären Gebarens von den Medien kaum Beachtung erfahren – ganz im Gegenteil zu Typ vier und fünf, den Pentekostalen und Fundamentalisten. Diese evangelikalen Lager erhalten allerdings lediglich aufgrund diverser Randgruppierungen erhöhte Medienaufmerksamkeit, wobei häufig keine Unterscheidung zwischen beiden gemacht wird:

13 | Michael Hochgeschwender, *Amerikanische Religion: Evangelikalismus, Pfingstlerium und Fundamentalismus* (Frankfurt a.M.: Verlag der Weltreligionen, 2007), 23.

14 | Lindsay, *Faith*, 4.

15 | Hochgeschwender, *Amerikanische Religion*, 23-4.

16 | Ebd., 24.

17 | Ebd.

18 | Ebd., 24-5.

Das pentekostale Christentum definiert sich wesentlich durch die herausragende Rolle, welche der persönlichen Begegnung mit dem Heiligen Geist als dritter Person des dreieinigen Gottes eingeräumt wird. Nicht das tradierte Wort der schriftlichen Offenbarung steht im Mittelpunkt pentekostaler Spiritualität, sondern die unverstellte, unmittelbare Erfahrung des lebendigen Geistes, die sich in mitunter recht archaisch wirkenden Formen ausdrücken kann. Ekstase, Verzückung und Trancezustände, all dies gehört zum Grundbestand pentekostal-charismatischer Gottesdienste. [...] Innerhalb der Pfingstbewegung gilt es zwischen jenen Gruppierungen zu unterscheiden, die als Charismatiker Mitglieder einer etablierten Kirche sind, darunter zum Beispiel Katholiken, und den pentekostalen Freikirchen, die ein unabhängiges Gemeindeleben pflegen.¹⁹

Unter pentekostalen sowie charismatischen Gruppen kann man in den letzten Jahrzehnten eine zunehmende Neigung zum politisch und theologisch konservativen Lager beobachten, ähnlich wie bei den Fundamentalisten, die den letzten Typus evangelikaler Religiosität darstellen. Theologisch konservativ, und das kompromisslos, bestehen Anhänger auf ihr Verständnis der Bibel als unfehlbares Wort Gottes und engagieren sich kämpferisch in so genannten *crusades*, die sich gegen moderne theologische Ansätze richten.²⁰ Eine Gemeinsamkeit dieser fünf Lager des Evangelikalismus ist die Erwartung der Apokalypse, doch über die Art und Weise, wie diese endzeitliche Vision aussieht, herrscht Uneinigkeit. Vor dem Hintergrund dieser facettenreichen evangelikalen Landschaft wird klar: »Der US-amerikanische Evangelikalismus ist kein monolithischer Block [...], weder religiös noch politisch.«²¹ Die differenzierte Sichtweise ist für diese Arbeit von Bedeutung, da die *Christian Pop* Subkultur fast das gesamte Spektrum evangelikaler Ausdrucksformen reflektiert: »Because contemporary Christian music is largely a product of evangelical Christianity, the factions, viewpoints, and variants on theology that characterize contemporary evangelicalism have come to be reflected in the realm of CCM [Contemporary Christian Music].«²²

Unter den Produzenten sowie Konsumenten christlicher Pop- und Rockmusik finden sich also Anhänger fast der gesamten Bandbreite evangelikaler Religiosität, mit einer Ausnahme: Heather Hendershot hat in ihrer Untersuchung von *Christian Pop* festgestellt, dass sich unter den Künstlern zwar einige afroamerikanische Sängerinnen und Sänger finden – zu erwähnen sind an dieser Stelle vor allem CeCe Winans und Kirk Franklin –, doch die überwältigende Mehrheit der Konsumenten der Musik sind der weißen Mittelklasse zugehörig.²³ Man darf die spekula-

19 | Ebd., 25-6.

20 | Ebd.

21 | Ebd., 31.

22 | Jay R. Howard und John M. Streck, *Apostles of Rock. The Splintered World of Contemporary Christian Music* (Lexington, KY: University of Kentucky Press, 1999), 10.

23 | Heather Hendershot, *Shaking the World for Jesus: Media and Conservative Evangelical Culture* (Chicago: University of Chicago Press, 2004), 10.

tive These aufstellen, dass die tiefe Verwurzelung afroamerikanischer Religiosität und Identität in der Tradition des Black Gospel vermutlich gegen die begeisterte Akzeptanz von *Christian Pop* spricht. Dies entspricht der Verwendung des Begriffs »evangelicalism«, der traditionell eine Bewegung weißer, protestantischer, konservativer Christen meint, wie auch Lindsay betont: »The evangelical movement is [...] divided along racial lines.«²⁴ Das Institute for the Study of American Evangelicals am Wheaton College betont ebenfalls, dass sich bis zu 60 Prozent der Afroamerikaner in Umfragen als »born-again« bezeichnen, allerdings nicht den Evangelikalen zugeordnet werden.²⁵ George Marsden bemerkt, dass diese wiedergeborenen Afroamerikaner sich nicht als evangelikal bezeichnen, sondern eher mit einer bestimmten Denomination identifizieren oder den Begriff »Bible-believing« bevorzugen.²⁶ Edward Gilbreath betont, dass schwarze Evangelikale das Label »evangelical« vermeiden: »[F]or people outside the church (and many in it), the term evangelical means white.«²⁷ In der historiographischen Einbettung des Phänomens werden die historisch gewachsenen Unterschiede zwischen weißen Evangelikalen und den *black churches* ausführlicher beschrieben.

Im Folgenden wird der Begriff »evangelikal« vor dem Hintergrund der vorangegangenen Ausdifferenzierung verwendet. Laut einer Veröffentlichung des *Gallup News Service* aus dem Jahr 2005 gibt es heute in den USA eine Gruppe von weißen, nicht-katholischen Christen, die ungefähr 28 Prozent der Gesamtbevölkerung ausmacht und sich selbst als evangelikal oder wiedergeboren bezeichnet.²⁸ Innerhalb der *Christian Pop* Kultur und auch in der Wahrnehmung von außen wird für die Beschreibung der Musik und Künstler meist nicht »evangelikal«, sondern »christlich« verwendet. Das Adjektiv »christlich« dient der Subkultur auch dazu, sich von der »säkularen« Musikindustrie abzugrenzen.²⁹ Die Bedeutung der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Glaubensgemeinschaft oder Kongregation tritt unter Gläubigen in den USA ohnehin stark zurück: Der Trend geht hin zu *non-denominationalism*, also nicht konfessionsgebundenen Glaubensgemeinschaften,

24 | Lindsay, *Faith*, 65.

25 | Institute for the Study of American Evangelicals, »How Many Evangelicals Are There?« <http://isa.wheaton.edu/defining-evangelicalism/how-many-evangelicals-are-there/> (18.10.2010).

26 | George Marsden, *Understanding Fundamentalism and Evangelicalism* (Grand Rapids, MI: William B. Eerdmans, 1991), 65.

27 | Edward Gilbreath, *Reconciliation Blues: A Black Evangelical's Inside View of White Christianity* (Downer's Grove, IL: InterVarsity, 2006), 38-40.

28 | Die Ergebnisse solcher Umfragen variieren aufgrund unterschiedlicher Befragungsmethoden und Definitionskriterien stark. Frank Newport und Joseph Carroll, »Another Look at Evangelicals in America Today«, *Gallup News Service*, December 2, 2005, www.gallup.com/poll/20242/Another-Look-Evangelicals-America-Today.aspx (17.11.2007).

29 | William D. Romanowski, »Rock'n'Religion: A Socio-Cultural Analysis of the Contemporary Christian Music Industry« (Diss. Bowling Green State University, 1990), 5.

wie im Hauptteil ausführlicher beleuchtet wird.³⁰ Viel mehr als ein von Orthodoxie geprägtes Religionsmodell ist Evangelikalismus in den USA ein Lifestyle-Milieu, das von Orthopraxie geprägt ist.³¹

Ein zentraler Begriff dieser Studie ist *Christian Pop*. Befasst man sich mit zeitgenössischer weißer christlicher Rock- und Popmusik in den USA, stößt man auf eine Myriade unterschiedlicher Bezeichnungen: *Christian Rock*, *Contemporary Christian Music* (CCM), *Faith Based Music*, *Contemporary Praise & Worship Music*,³² *Contemporary Inspirational*. Es gibt keine einstimmige Definition der Begriffe, und die Uneinigkeit darüber, was *Christian Pop* alles umfasst, ist Teil der Geschichte des Genres, das stets von inneren Konflikten und Selbstzweifeln geplagt wurde. Während die meisten Definitionen dem Begriff Gospel sowohl weiße als auch schwarze musikalische Traditionen zuordnen, werden sie in wissenschaftlichen Arbeiten meist getrennt voneinander untersucht, wie Nekola unterstreicht: »(White) ›Christian Music‹ and (black) ›Gospel Music‹ are still effectively segregated by the music industry and remain so in much scholarship.«³³ Die Gründe dafür liegen oft darin, dass die musikalischen Praktiken untrennbar mit der Entstehung und Entwicklung einer von *race* geprägten Gemeinschaft und ihrer Gruppenidentität verknüpft sind.

In dieser Arbeit wird deutlich, dass die Begrifflichkeiten geschichtlichem Wandel unterworfen sind. Während des *Jesus People Movement* Ende der 1960er Jahre nannte man die Musik von Larry Norman und seinen Zeitgenossen *Jesus Rock* oder *Jesus Music*. Der Begriff CCM hat sich erst in den 1980er Jahren innerhalb der christlichen Musikkultur etabliert; als namensstiftend gilt die christliche Musikpublikation *Contemporary Christian Music Magazine*, die seit 1978 monatlich erschien. CCM ist die heute wohl gebräuchlichste Selbstbezeichnung und ein Übergriff für alle möglichen musikalischen Spielarten, die sich inhaltlich auf die eine oder andere Art und Weise mit dem christlichen Glauben beschäftigen. Zunehmend wird allerdings Kritik an der Verwendung dieses Genrebegriffs laut: Durch die heute auch von zahlreichen Protagonisten der evangelikalen Musikkultur angestrebte Integration im musikalischen Mainstream versucht man, der Abgrenzung der christlichen Musikkultur durch die kontrovers diskutierte Bezeichnung CCM entgegen-

30 | Stephen Ellison, *The Megachurch and the Mainline* (Chicago: University of Chicago Press, 2007), 178.

31 | Hochgeschwender, *Amerikanische Religion*, 17.

32 | *Praise & Worship* Musik bezeichnet in Abgrenzung von *Christian Pop* zeitgenössische Formen von christlicher Musik, die nicht zum Entertainment dienen, sondern eher für die Verwendung im Rahmen eines Gottesdienstes. Siehe dazu auch: Monique Ingalls, »Awesome in this Place: Sound, Space, and Identity in Contemporary North American Evangelical Worship« (Diss. University of Pennsylvania, 2008), 77-8; Anna Nekola, »Between this World and the Next: The Musical ›Worship Wars‹ and Evangelical Ideology in the United States, 1960-2005« (Diss. University of Wisconsin-Madison, 2008), 107.

33 | Nekola, »Between«, 21.

zuwirken. Beliebtes Credo ist nun: »We are Christian by faith, not by genre.«³⁴ Das Label CCM kommt einem Stigma gleich und wird in absehbarer Zeit kaum noch Verwendung finden, da sich christliche Musiker zunehmend entlang der Linien musikalischer Genres verortet wissen wollen und ihren Glauben als Distinktionsmerkmal ablehnen. Die gebräuchlichste Fremdbezeichnung lautet *Christian Rock*. Bedenkt man allerdings, dass sich hinter diesem Label verschiedenste musikalische Spielarten verbergen können, die mit dem Begriff »Rockmusik« kaum fassbar sind, so erscheint auch die Bezeichnung *Christian Rock* als unpassend. Um sowohl den vorbelasteten Begriff CCM als auch die zu eng gefasste Bezeichnung *Christian Rock* zu vermeiden, kommt in der vorliegenden Arbeit der Terminus *Christian Pop* zum Einsatz, der ohne negative Konnotationen auskommt und breit genug angelegt ist, um Heavy Metal, Rapmusik und Electropop zu umfassen.

Was also umschreibt *Christian Pop*? Als raison d'être der Musik diene eine rhetorische Frage, die der Schlagersänger Pat Boone stellte: »Why not talk to young people about Jesus in their own language, and with the sound of their own music?«³⁵ Folglich änderte sich mit dem Musikgeschmack der amerikanischen Jugend auch *Christian Pop*. Während sich Ende der 1960er und Anfang der 1970er Jahre der dominierende Stil von Folkrock und Acid Rock geprägt sah, so findet man das Adjektiv »Christian« heute vor fast jeder musikalischen Richtung, die die Musikwelt zu bieten hat: »Christian heavy metal (>heavenly metal< as some have dubbed it), Christian industrial, Christian punk, Christian blues, Christian folk, Christian rap, Christian new age, Christian Celtic, Christian alternative rock, Christian electronica.«³⁶ Die vergangenen 40 Jahre haben gezeigt, dass es keine Musikform gibt, die nicht ohne Weiteres auch in eine christliche Version übertragbar wäre. Wenn also nicht der Sound Unterscheidungsmerkmal ist, wie kann *Christian Pop* dann ein musikalisches Genre verkörpern? Drei verschiedene Erklärungsmöglichkeiten tauchen immer wieder auf. Ein erster Ansatz nennt den Glauben des Künstlers als wichtigsten Faktor. In diesem Fall wäre das Genre nicht durch die Liedtexte, sondern durch das Individuum, das sie geschrieben hat, bestimmt. Vertreter dieser Auffassung bezeichnen auf der einen Seite des Extrems Mainstream-Musiker wie U2 oder Sheryl Crow als *Christian Pop*, da sie sich in Interviews als Christen geoutet haben. Auf der anderen Seite gibt es diejenigen, die CCM-Künstlern wie Amy Grant ihre *Christian Pop* Legitimation allein auf Basis ihrer persönlichen Lebensführung (Scheidung, »gewagte« Outfits oder »unchristliche« Aussagen) entziehen. Ein weiterer Ansatz betont die Texte der Lieder und besagt, dass es die in der Musik enthaltene Botschaft ist, die *Christian Pop* – in Abgrenzung zu »säkularen« Texten – definiert. Auch innerhalb dieses Ansatzes gibt es Unstimmigkeiten, die im Verlauf der Geschichte von *Christian Pop* immer wieder auftauchen. Müssen die

34 | Kirk Miller, »Switchfoot«, *Rolling Stone*, October 16, 2003, 36.

35 | Pat Boone, »Prelude«, in Paul Baker, *Why Should The Devil Have All The Good Music?* (Waco, TX: Word Books, 1979), vii.

36 | Howard und Streck, *Apostles*, 8.

Texte explizit christliche Themen ansprechen oder ist bereits eine vage gehaltene christliche Perspektive ausreichend, um sich zu qualifizieren? Eine dritte Erklärungsmöglichkeit bezieht sich auf die christliche Musikindustrie, ihre Vermarktungsstrategien und Distributionskanäle. Musik wird demnach zu *Christian Pop*, wenn sie bei christlichen Plattenfirmen produziert, in christlichen Buchläden von Christen gekauft und von christlichen Radiosendern gespielt wird, kurz: wenn sie fest in der Hand des so genannten christlichen Ghettos ist. Problematisch wird jedoch auch dieser Ansatz im Angesicht der Tatsache, dass zahlreiche christliche Labels von säkularen Plattenfirmen aufgekauft wurden. Abgesehen davon gibt es inzwischen auch eine Vielzahl von christlichen Künstlern, die bewusst eine Karriere außerhalb der christlichen Musikindustrie anstreben, um der Stigmatisierung als christliche Künstler zu entgehen. Keiner dieser Erklärungsversuche bietet eine durchweg brauchbare Definition von *Christian Pop*, verrät aber einiges über die Konflikte innerhalb der christlichen Musikkultur.

Vor dem Hintergrund dieser verschiedenen Ansätze wird für die vorliegende Arbeit eine kurze Eingrenzung des Begriffs vorgenommen. Die historische Einbettung des Phänomens im ersten Kapitel kommt ohne die Bezeichnung *Christian Pop* aus, doch hier wird bereits deutlich, dass die Abgrenzung zwischen »säkularer« und »christlicher« Musik kaum möglich ist. In der zweiten Entwicklungsphase – zur Zeit der *Jesus Freaks* – ist die Rede von *Jesus Rock*, und erst während der 1980er Jahre findet das Label CCM zunehmend Verwendung innerhalb der evangelikalen Subkultur. Zu dieser Zeit bezeichnet CCM die Musik von Künstlern, die sich innerhalb der christlichen Musikkultur bewegen oder von dort ausgehend Crossover-Versuche in den Mainstream wagen. Ab den 1990er Jahren ist der Begriff schwieriger zu umreißen. Natürlich werden Musiker der CCM-Subkultur weiterhin berücksichtigt, aber der zunehmende Erfolg von Christen im Mainstream erfordert eine weitere Abgrenzung. Künstler und Bands, die ausschließlich in der säkularen Musikkultur agieren, sich aber trotzdem als evangelikale Christen bezeichnen und gelegentlich, aber eher selten, von ihrem Glauben zeugende Lieder veröffentlicht haben, wie zum Beispiel U2, werden nicht im Rahmen von *Christian Pop* berücksichtigt – ihren immensen Einfluss und ihre Vorbildfunktion für Protagonisten der *Christian Pop* Welt gilt es allerdings zu diskutieren. Der Grund dafür liegt in der Tatsache, dass sich diese Künstler zu keinem Zeitpunkt in ihrer Karriere mit der evangelikalen Unterhaltungsindustrie in Verbindung gebracht haben und auch von Fans nicht in dieser Kategorie verortet werden. Dass Künstler wie P.O.D. und Switchfoot, bei denen es sich ebenfalls um im musikalischen Mainstream erfolgreiche Christen handelt, Bestandteil dieser Arbeit sind, liegt auch deren Selbstverständnis und den Songtexten, die oft evangelikale Inhalte behandeln. Viele dieser Bands haben sich nach anfänglichen Gehversuchen in der CCM Subkultur gegen eine Karriere innerhalb der christlichen Musikkultur entschieden und grenzten sich während ihrer ersten Erfolge im Mainstream bewusst davon ab. Anders als beispielsweise U2 verfügen diese Bands allerdings oft über zwei Pressesprecher, von denen sich einer ausschließlich um die Vermarktung im Mainstream

kümmert, während der andere für die Absätze auf dem christlichen Musikmarkt verantwortlich ist.³⁷ Signifikant ist, dass sich diese neue Riege an Bands vehement gegen CCM als Genre ausspricht und an andere christliche Künstler appelliert, sich nicht nach ihrem Glauben, sondern nach einem musikalischen Genre festlegen zu lassen. Gleichzeitig interagieren sie oft durch *double-distribution* und gezielte Vermarktung mit der evangelikalen Subkultur. Besondere Beachtung kommt bei der Definition von *Christian Pop* dem Publikum zu. Mit William Edgar wird Musik als »social product« und die Bedeutung von Musik als sozial konstruiert erkannt, denn: »Music articulates a certain meaning, because it is a human, cultural activity.«³⁸ Die Zuhörer selbst machen Musik also zu »christlicher« Musik, indem sie sie als solche akzeptieren und bezeichnen.³⁹

Generell problematisch und gleichwohl unvermeidbar ist die Verwendung des Begriffspaares »religiös« und »säkular«. Immer wieder lässt sich eine Selbstverortung der *Christian Pop* Akteure in Opposition zum »Mainstream«, zur »Welt« oder zur »säkularen Kultur« beobachten. Auch von außen wird die Kultur nicht selten als Subkultur, Ghetto und Paralleluniversum beschrieben. Doch nur scheinbar verweisen die Termini auf klar voneinander abzugrenzende Sphären. Tatsächlich ist diese suggerierte Grenze kaum vorhanden, wie im Verlauf der Arbeit deutlich wird. »Religion is pervasive«, behauptet der Historiker R. Laurence Moore und bezeichnet die unscharfen Kategorien als voneinander abhängige soziale Konstruktionen, die keine historisch konstante Bedeutung tragen.⁴⁰ An dieser Stelle wird die problematische, sozial konstruierte Natur dieser Begriffe aufgezeigt, doch von Interesse sind sie ohnehin lediglich in Abhängigkeit voneinander, wie auch Moore betont: »[I]t is always the patterns of the religious and secular, not the assumed eclipse of one by the other, that is interesting.«⁴¹ Das Begriffspaar wird in den theoretischen Überlegungen zur Säkularisierungsdebatte sowie in der historiographischen Einbettung des Phänomens eingehender untersucht. Anhand der Entwicklungsgeschichte von *Christian Pop* wird schließlich deutlich, dass die Vorstellung von separaten Welten zunehmend der realistischeren Einschätzung einer komplexen gegenseitigen Durchdringung dieser Sphären weicht.

37 | Rafer Guzman, »Praying For a Crossover Hit«, *Wall Street Journal*, October 7, 1997, www.jarchives.com/vault030.htm (12.11.2007).

38 | William Edgar, »The Message in Rock Music«, in *Art in Question: London Lectures in Contemporary Christianity*, ed. Tim Dean and David Porter (London: Marshall Pickering, 1987), 40-2.

39 | Ebd.

40 | Moore, *Selling God*, 5-7.

41 | Ebd., 10.

1.4 THEORETISCHE ÜBERLEGUNGEN

Den theoretischen Rahmen bildet eine Reihe von Ansätzen. Zunächst geht es darum zu zeigen, dass die Säkularisierungsthese für den Fall der USA nicht greift, da sich dort eine besonders vitale Form von Religiosität entwickelt hat, die sich seit jeher kommerzieller Praktiken und Medien bedient und dadurch kulturell relevant bleibt. Die Kommodifikation religiöser Ausdrucksformen, so die These verschiedener Wissenschaftler, lässt sich dabei keineswegs als Verlustgeschichte zeichnen, sondern sichert vielmehr die Lebendigkeit und Relevanz von Religiosität in den USA. Ein religionsökonomischer Ansatz, die so genannte *religious economies* Theorie, wirkt erkenntnisfördernd, da er eine emanzipatorische Lesart der Entwicklungsgeschichte von *Christian Pop* ermöglicht: Die Teilnehmer der christlichen Popmusikultur werden nicht als Opfer ungehemmter Kommerzialisierung und Entspiritualisierung betrachtet, sondern als bewusst im Sinne einer Selbstkommodifikation handelnde Protagonisten, die sich subversiver Strategien und Aneignungstaktiken bedienen. Es wird gezeigt, dass der Einsatz von religiöser Popmusik als Massenware im freien Markt nicht notwendigerweise zur Homogenisierung führt. Vielmehr eröffnen sich den Teilnehmern Freiräume und selbstbestimmte Handlungs- und Deutungskompetenzen, die interessante Strategien der Konsumtion, Aneignung und Umdeutung zu Tage treten lassen.

Wird über Religion in den USA gesprochen, ist aus transatlantischer Perspektive oft die Rede von einem »Sonderweg« der Amerikaner.⁴² Ganz anders als etwa in Deutschland wartet die religiöse Landschaft in Übersee mit einem breitgefächerten Angebot auf, das auf starke Resonanz trifft, denn: »Die große Mehrheit aller Amerikaner betrachtet einen starken Gottesglauben als unabdingbare Voraussetzung für ein modernes, funktionsfähiges Gemeinwesen.«⁴³ Dabei handelt es sich um eine grundlegend andersartige Form der Religiosität: »Riten und Routinen, Doktrinen, Dogmatiken und Institutionen« werden zugunsten einer sehr individuellen, subjektiven Spiritualität vernachlässigt.⁴⁴ Vor allem die evangelikale Bewegung hat sich dabei als genuin amerikanische Religionsform herauskristallisiert, die ihre Botschaft mithilfe neuester Marketingstrategien und Kommunikationstechniken erfolgreich anpreist, wie Lässig und Prätorius feststellen: »Wer will, kann sich fast in seinem gesamten Freizeitverhalten innerhalb seiner Glaubensbezüge bewegen. Das Angebot reicht von *megachurches* mit Fitnessclubs und Kinderbetreuung über Ehealth und religiöse Reiseunternehmen bis hin zu Printmedien, Internet-

42 | Rainer Prätorius, *In God We Trust. Religion und Politik in den USA* (München: C.H. Beck, 2003), 8. Siehe dazu auch: Hochgeschwender, *Amerikanische Religion*, 11.

43 | Simone Lässig und Rainer Prätorius, »Religion. Glaube und Kirche«, in *Wettlauf um die Moderne. Die USA und Deutschland 1890 bis heute*. Hgg. Christof Mauch und Kiran Klaus Patel (München: Pantheon, 2008), 66.

44 | Ebd.

präsentationen, Radio- und Fernsehshows.«⁴⁵ Dass Evangelikale dabei längst nicht nur die Mittelschicht erobert haben, sondern Spitzenpositionen in allen Bereichen der Gesellschaft besetzen, steht heute außer Frage, wie D. Michael Lindsay in seinem Buch *Faith in the Halls of Power* eindringlich belegt.⁴⁶ Die Kommerzialisierung und Kommodifikation von Religion wirft einige theoretische Überlegungen auf, die in dieser Studie am Beispiel von *Christian Pop* illuminiert werden.

Zahlreiche Denker des 19. Jahrhunderts – darunter Auguste Comte, Herbert Spencer, Émile Durkheim, Max Weber, Karl Marx und Sigmund Freud – sagten den Bedeutungsverlust von Religion im Angesicht des Heraufdämmerns der Industriegesellschaft voraus.⁴⁷ Auch während des 20. Jahrhunderts galt der Untergang der Religion im Zuge der Modernisierungsentwicklungen als evident: Hand in Hand mit der Rationalisierung, Bürokratisierung und Urbanisierung würde die Säkularisierung den Weg für ein neues Zeitalter bereiten.⁴⁸ C. Wright Mills fasste den Prozess 1959 folgendermaßen zusammen:

Once the world was filled with the sacred – in thought, practice, and institutional form. After the Reformation and the Renaissance, the forces of modernization swept across the globe and secularization, a corollary historical process, loosened the dominance of the sacred. In due course, the sacred shall disappear altogether except, possibly, in the private realm.⁴⁹

Gegen Ende des 20. Jahrhunderts wurde die Validität der Säkularisierungstheorie zum Gegenstand hitziger Debatten, die bis heute anhalten. Peter L. Berger, der während der 1960er Jahre zu den inbrünstigsten Verfechtern der Säkularisierungsthese gehörte, widerrief seine früheren Behauptungen Ende der 1990er Jahre, um festzustellen: »The world today, with few exceptions [...] is as furiously religious as it ever was, and in some places more than ever. This means that a whole body of literature by historians and social scientists loosely labeled ›secularization theory‹ is essentially mistaken.«⁵⁰ In Anbetracht der Tatsache, dass zahlreiche Wissen-

45 | Ebd., 89.

46 | Lindsay, *Faith*. Siehe dazu auch: Laurie Goodstein and David P. Kirkpatrick, »A New Breed of Evangelicals Joins U.S. Elite«, *New York Times*, May 23, 2005, www.nytimes.com/2005/05/23/world/americas/23iht-class.html (20.2.2011); Lässig und Prätorius, »Religion«, 90.

47 | Pippa Norris and Ronald Inglehart, *Sacred and Secular. Religion and Politics Worldwide* (Cambridge: University of Cambridge Press, 2004), 3. Vgl. dazu auch: Steve Bruce, *Religion and Modernization: Sociologists and Historians Debate the Secularization Thesis* (Oxford: Clarendon, 1992), 170–94; Alan Alridge, *Religion in the Contemporary World: A Sociological Introduction* (Cambridge: Polity, 2000).

48 | Norris and Inglehart, *Sacred and Secular*, 3.

49 | C. Wright Mills, *The Sociological Imagination* (Oxford: Oxford University Press, 1959), 32–3.

50 | Peter L. Berger, ed. *The Desecularization of the World. Resurgent Religion and World Politics* (Washington, D.C., Ethics and Public Policy Center and Grand Rapids, MI: William B. Eerdmans, 1999), 2.

schaftler »dem einen Gott oder den vielen Göttern vorschnell einen Totenschein ausgestellt [...] haben«, bescheinigt der Theologe Friedrich Wilhelm Graf vor allem westlichen Intellektuellen in Sachen Religion einen »elitären Deutungsgestus und besserwisserische Arroganz«.⁵¹ Der Professor für Systematische Theologie und Ethik an der Ludwig-Maximilians-Universität München führt aus:

Noch immer prognostizieren viele kluge Vordenker ein Ende der Religion mit eben jener glaubensstarken Erwartungssicherheit, mit der jüdische Gläubige vom Kommen des Messias oder fromme Christen von der eschatologischen Wiederkunft ihres Herrn überzeugt sind. Ihr säkularisierungstheoretisches Dogma lautet, daß gesellschaftliche Modernisierung mit unaufhaltsamer Rationalisierung aller Lebensbereiche, funktionaler Differenzierung und radikaler Verwissenschaftlichung der Welt- und Selbstdeutung des Menschen verbunden sei. In solchen religionsdiagnostischen Niedergangsprognosen steckt viel Arroganz.⁵²

Trotz der nachhaltigen und rapiden Modernisierung, die Weber »als Triebkraft der Säkularisierung« verstand, hat sich die Säkularisierungsprophesezeitung insbesondere nicht für die religionspluralistischen Vereinigten Staaten von Amerika erfüllt.⁵³ Wiederholt wird die Frage aufgeworfen, ob die lebendige Religiosität der USA tatsächlich einen Sonderfall markiert oder ob vielmehr Deutschland und andere westeuropäische Staaten mit ihrer fortgeschrittenen Säkularisierung aus der Norm fallen – und bietet die Vitalität der US-amerikanischen religiösen Landschaft gar ein auf andere Länder übertragbares Modell, das sich für Europa zur Nachahmung empfehlen könnte?⁵⁴ Letzteres behaupten unter anderem Vertreter der *religious economies* Theorie, die besagt, dass intensiver Wettbewerb zwischen rivalisierenden Glaubensgemeinschaften der Nährboden für religiöse Vitalität sei.⁵⁵

Erste Ansätze dieser Theorie formulierte Berger bereits in den frühen 1960er Jahren, indem er eine ökonomische Sichtweise auf die religionspluralistisch angelegte amerikanische Gesellschaft anwandte und zu folgendem Schluss kam: »[T]he denominations [...] are perceived as economic units which are engaging in competition within a free market.«⁵⁶ Das im ersten Verfassungszusatz verankerte Verbot einer Staatsreligion beschleunigte die Umsetzung von Marktprinzipien

51 | Friedrich Wilhelm Graf, *Die Wiederkehr der Götter. Religion in der modernen Kultur* (München: C.H. Beck, 2007), 16-7.

52 | Ebd., 17.

53 | Siehe dazu: Berndt Ostendorf, »(K)eine säkulare Gesellschaft? Zur anhaltenden Vitalität der amerikanischen Religionen«, in Manfred Brocker, ed. *God bless America. Politik und Religion in den USA* (Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 2005), 14.

54 | Siehe dazu: Lässig und Prätorius, »Religion«, 67; Norris and Inglehart, *Sacred and Secular*, 83-4.

55 | Ebd., 84.

56 | Peter L. Berger, »A Market Model for the Analysis of Ecumenicity«, *Social Research* 30 (1963): 79.

und führte in den USA zu Religionspluralismus: »The pluralistic situation is above all a market situation. In it religious institutions become consumer commodities. And [...] a good deal of religious activity comes to be dominated by the logic of market economies.«⁵⁷ Auf Berger geht die Formel »quality through competition« zurück, denn, so erläutert Graf, »[i]n den komplexen Spielen von Angebot und Nachfrage, die für moderne Konsumgesellschaften kennzeichnend seien, hänge der Markterfolg eines Produkts entscheidend davon ab, daß seine besondere Qualität sichtbar werde«.⁵⁸ Die Anpassungsfähigkeit und Produktpräsentation, die Kundenorientierung und Imagepflege sowie die Profilierung einer *corporate identity* sichern Marktanteile und generieren Wachstum. Diese theoretischen Ansätze wurden vor allem von der *Chicago School* der Wirtschaftswissenschaften weiterentwickelt, und auch die Anwendung der *rational choice theory* erwies sich laut Graf als »äußerst erkenntnisproduktiv«.⁵⁹ Der Theologe schätzt religionsökonomische Konzepte für ihre Fähigkeit, das Konsumentenverhalten präziser zu analysieren und Gläubige nicht als passive Gruppe darzustellen, sondern als tatkräftige religiöse Akteure, deren *human agency* stark zu gewichten ist.⁶⁰ Sie ermöglichen es, »den homo religiosus als freien Akteur ernst zu nehmen, der über den Gott, den er sich wählt, unbeschadet der Einbindung in ein dichtes Geflecht von Traditionen und Konventionen autonom entscheidet«.⁶¹ Auch Riesebrodt, der markttheoretische Ansätze auf Basis der *rational choice* Theorie zwar auch kritisiert, gesteht der »religiösen Marktforschung« nach Roger Finke und Rodney Stark dennoch zu, »interessante Hypothesen zu Wachstum und Schrumpfung religiöser Vereinigungen, zur Säkularisierung oder zur Abspaltung religiöser Gruppen produziert« zu haben.⁶²

In *The Churching of America, 1776-2005: Winners and Losers in Our Religious Economy* interpretieren die Autoren Finke und Stark die Religionsgeschichte mit

57 | Peter L. Berger, *The Sacred Canopy* (Garden City: Double Day, 1967), 138.

58 | Graf, *Die Wiederkehr*, 21.

59 | Ebd., 22. Siehe dazu auch: Laurence R. Iannaccone, »Rational Choice: Framework for the Scientific Study of Religion«, in *Rational Choice Theory and Religion. Summary and Assessment*, ed. Lawrence Alfred Young (New York: Routledge, 1997), 25-44; Steve Bruce, *Choice and Religion. A Critique of Rational Choice Theory* (Oxford: Oxford University Press, 1999); Roger Finke und Rodney Stark, *The Churching of America, 1776-2005. Winners and Losers in Our Religious Economy* (New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 2005); Finke und Stark, *Acts of Faith. Explaining the Human Side of Religion* (Berkeley: University of California Press, 2000); Finke und Stark, »The Economics of Piety«, in *Issues in Social Inequality*, ed. Gerald W. Thielbar und Saul D. Feldman (Boston: Little, Brown & Company, 1971), 485-503; Rodney Stark, *The Rise of Christianity. A Sociologist Reconsiders History* (Princeton: Princeton University Press, 1996).

60 | Graf, *Die Wiederkehr*, 26-7.

61 | Ebd., 30.

62 | Martin Riesebrodt, *Cultus und Heilsversprechen. Eine Theorie der Religionen* (München: Beck, 2007), 104-6.

Hilfe einer Theorie der *religious economies*. Ihre zentrale Botschaft basiert auf der Existenz eines lebhaften Wettbewerbsdenkens in der amerikanischen religiösen Landschaft: »The churching of America was accomplished by aggressive churches committed to vivid otherworldliness.«⁶³ Die Verwendung von wirtschaftlichen Prinzipien und Begriffen, so die Autoren, werte keineswegs religiöse Inhalte ab, sondern diene lediglich der Analyse der »characteristics of winners and losers in a free market religious environment that exposed religious organizations to relentless competition«.⁶⁴ Finke und Stark betonen die Vergleichbarkeit religiöser und kommerzieller Unternehmen:

Religious economies are like commercial economies in that they consist of a market made up of a set of firms seeking to serve that market. The fate of these firms will depend upon (1) aspects of their organizational structures, (2) their sales representatives, (3) their product, and (4) their marketing techniques. Translated into more churchly language, the relative success of religious bodies (especially when confronted with an unregulated economy) will depend upon their polity and local congregations, their clergy, their religious doctrines, and their evangelization techniques.⁶⁵

Erst wenn Denominationen als Firmen, Kirchgänger als Kunden und Religion selbst als Ware, die es zu vermarkten gilt, verstanden werden, lassen sich Entwicklungen der amerikanischen Religionsgeschichte angemessen nachvollziehen. Denn der Mangel an staatlicher Regulierung von religiösen Institutionen, so argumentieren Finke und Stark, führe zu einem erhöhten religiösen Angebot, das dementsprechend die Nachfrage steigen lasse: »As the state and local regulation of American religion declined, a growing supply of energetic clergy actively marketed their faiths, new churches arose without resistance, and a rich variety of new religious options emerged.«⁶⁶ Religionspluralistische Märkte fördern offenbar die Bereitschaft zur religiösen Partizipation, die in traditionelleren Gesellschaften ohne kompetitiven Religionsmarkt in weitaus geringerem Maß zu beobachten ist. Religiöse Gruppen konkurrieren dabei in unterschiedlicher Intensität miteinander um neue Gemeindemitglieder: Institutionalisierte, oft staatsnahe Kirchen würden selbstzufrieden ihre Monopolstellung mit festem Marktanteil genießen, »due to state regulation and subsidy for one particular faith that enjoys special status and privileges«.⁶⁷ Josef Joffe beschäftigt sich in einem Artikel der *ZEIT* mit der »Gotteslücke« zwischen den USA und Europa und beschreibt den »freien Markt der Religionen« in Übersee anschaulich:

⁶³ | Finke and Stark, *The Churching of America*, 1.

⁶⁴ | Ebd., 1-2.

⁶⁵ | Ebd., 9.

⁶⁶ | Ebd., 3.

⁶⁷ | Norris and Inglehart, *Sacred and Secular*, 95.

Die Do-it-yourself-Frömmigkeit ist der Kern einer »angebotsorientierten Religion« in Amerika. Wenn jemand ein religiöses Start-up auf den Markt bringt, dann wird das Angebot seine eigene Nachfrage erzeugen. Lesbische Rabbinerinnen? Warum nicht? Zu viel Jesus? Gehen Sie doch zu den Unitariern! Ist Ihre Gemeinde zu klein für Ihren Geschmack? Treten Sie doch einer Mega-Kirche bei! Heute ist Religion in Amerika ein Wettbewerbsunternehmen auf einem leicht zugänglichen Markt.⁶⁸

Existiert ein freier religiöser Markt, so besagt das Modell der *religious economies*, steigt die Anzahl und Attraktivität religiöser Produkte durch den belebenden Wettbewerb zwischen den Anbietern, wodurch wiederum die Nachfrage angekurbelt wird.⁶⁹ Amerikanische Kirchen unterliegen den Kräften des Marktes und sind von stabilen Rekrutierungserfolgen abhängig, um Klerus, freiwillige Helfer und vor allem auch finanzielle Ressourcen zu sichern. Der Wettbewerb generiert gewisse Vorteile, ermöglicht Vielfalt, stimuliert Innovation und zwingt Gemeinden dazu, den potenziellen »Kunden« mit einem attraktiven Dienstleistungsangebot aufzuwarten, wie am Beispiel der US-amerikanischen religiösen Landschaft mit ihrem umfangreichen Kosmos an Lifestyle-Produkten und kirchlichen Serviceleistungen eindringlich belegt werden kann. Als Verlierer im Wettbewerb stellen sich in den USA die so genannten *mainline churches* heraus,⁷⁰ während sich konservativere, »härtere« Glaubensgemeinschaften regen Zulaufs erfreuen. Graf erläutert den Trend unter Berufung auf Laurence R. Iannaccone:

Aggressives *God selling* und das Angebot harter, streng bindender Religion sind insgesamt erfolgreicher als die konventionelle Vermarktung von Produkten hoher Mehrdeutigkeit und Unbestimmtheit. [...] Indem sie hohes religiöses Engagement, dichte Vergemeinschaftung, strikt zu beachtende moralische Normen und erhebliche Finanzmittel fordern, erschließen sie den in ihnen vergemeinschafteten Menschen in pluralistischer Unübersichtlichkeit und

68 | Josef Joffe, »Gott ist Amerikaner«, *Zeit Online*, 27. Februar 2011, www.zeit.de/2011/09/Glaubensluecke?page=all&print=true (28.2.2011).

69 | Ebd.

70 | Hochgeschwender versteht unter dem Begriff des *mainline-* oder *mainstream-Protestantism* »die liberalen Flügel der Lutheraner, Episkopalen, Methodisten, Baptisten, Presbyterianer, die *United Church of Christ* und andere nichtfundamentalistische Denominationen [...], die bis weit in die achtziger Jahre hinein das Bild des amerikanischen Protestantismus der Gegenwart dominierten.« *Amerikanische Religion*, 29-30. Die Praxis mancher Autoren, die unter dem Begriff der *mainline religion* auch Juden, Mormonen, *black churches*, Katholiken und den *mainstream-Protestantism* verstehen, bezeichnet Hochgeschwender zumindest für das ausgehende 20. Jahrhundert als »stimmig, für die Zeit davor wird es den schwerwiegenden Rivalitäten innerhalb der heutigen *mainline religion* nicht gerecht«. Ebd., 30.

verängstigender Unsicherheit eine starke, stabile Identität, krisenresistente Welt- und Zeitdeutung, geordnete Familienstrukturen und dichte Netzwerke der Solidarität.⁷¹

Finke und Stark betonen den universalen Anspruch der Theorie nachdrücklich, denn »faced with American-style churches, Europeans would respond as Americans do«.⁷² Während der *religious economies* Theorie diverse Kritikpunkte entgegengehalten werden können – man bedenke nur diverse Gegenbeispiele wie die stark religiösen Staaten Italien, Irland und Polen, wo die katholische Kirche eine Monopolstellung innehat⁷³ –, liefert die Theorie mit Blick auf die Vereinigten Staaten dennoch einen interessanten Ansatz, vor dessen Hintergrund die vorliegende Arbeit zu betrachten ist.

In Anbetracht der fortgeschrittenen Kommerzialisierung und Kommodifikation von Religion stellt die Historikerin Beryl Satter folgende rhetorische Frage:

Does the pervasiveness of commercialized religion in America indicate that, despite the protestations of the vast majority of Americans that they are religious, Americans' practice of re-

71 | Graf, *Die Wiederkehr*, 28-9. Vgl. dazu auch: Laurence R. Iannaccone, »Why Strict Churches Are Strong«, *American Journal of Sociology* 99 (1994), 1180-211. Vor allem in südamerikanischen Ländern, wo die römisch-katholische Kirche einen erheblichen Mitgliederschwund erleidet, während sich evangelikal-pfingstlerische Gemeinden regen Zulaufs erfreuen, bestätigt sich diese Annahme.

72 | Finke and Stark, *Acts of Faith*, 237-8.

73 | Norris und Inglehart unterstreichen, dass religiöser Wettbewerb als plausible Erklärung für erhöhte religiöse Partizipation umstritten bleibt. Vor allem die Übertragbarkeit des Modells werde angezweifelt, so Norris und Inglehart. Der Beweisführung von Finke und Stark wird eine unsystematische Vorgehensweise vorgeworfen, die passende Beispiele ins Feld führt, allerdings offensichtliche Anomalien – wie etwa die hohe Religiosität in Staaten, wo die katholische Kirche eine Monopolstellung innehat (Italien, Polen, Irland, Kolumbien) – außer Acht lässt. Norris and Inglehart, *Sacred and Secular*, 96-8. Finke und Stark entgegnen dieser Kritik, dass es sich hierbei um Ausnahmen handle, da in Ländern wie Irland und Polen die Kirche als wichtiges Organ im politischen Widerstand gegen fremde Herrschaftsansprüche fungiert habe. Finke and Stark, *The Churching of America*, 10. Auch Graf verweist auf die »prinzipielle Kritik, daß in ökonomischen Modellen nur die Außenseite menschlichen Verhaltens erfaßbar werde, nicht aber das religiös Entscheidende, die Innenwelt der Emotionen, der kränkenden Verletzungen, Heilungshoffnungen und Wünsche nach Ganzheit«. Dennoch gesteht er dem Modell die Fähigkeit zu, »die große Vielfalt der Produkte« hervorzuheben, »die die miteinander konkurrierenden religiösen Organisationen aus ökonomischem Nutzenkalkül und institutionellem Eigeninteresse anbieten«. Sein Ausblick räumt der Theorie der *religious economies* zunehmende Bedeutung ein: »Durch verstärkte Pluralisierung der europäischen Religionskulturen dürften aber religionsökonomische Modelle an analytischer Leistungskraft gewinnen.« Graf, *Die Wiederkehr*, 29-30.

ligion has become so entwined with leisure and consumption that true religion in America is dead?⁷⁴

Steve Bruce, Soziologe und Verfechter der Säkularisierungsthese, vertritt einen pessimistischen Standpunkt und spricht den zeitgenössischen Ausdrucksformen von Religiosität jegliche tiefergehende Bedeutung ab, wenn er behauptet:

Belief in the supernatural has not disappeared. Rather the forms in which it is expressed have become so idiosyncratic and so diffuse that there are few specific social consequences. Instead of religiosity expressing itself in new sects with enthusiastic believers, it is expressed through piecemeal and consumerist involvement in elements of a cultic world.⁷⁵

Der Historiker Robert Laurence Moore bringt die Zweifel an der Ernsthaftigkeit und dem Tiefgang kommerzialisierter Ausdrucksformen von Religion auf den Punkt: »Is religion somehow not religion in the way it once was? Is it, in fact, nothing but a shallow appendage of secular life?«⁷⁶ Doch in *Selling God: American Religion in the Marketplace of Culture* stellt er eine weitaus überzeugendere Behauptung auf: Moore beweist, dass gerade Kommerzialisierungsprozesse zur andauernden Vitalität und Relevanz von Religion beitragen. Der Historiker untersucht Tendenzen religiöser Kommerzialisierung in den USA vom frühen 19. Jahrhundert bis in die heutige Zeit, und bezweifelt die Säkularisierungstheorie. Eine seiner wichtigsten Thesen besagt, dass das, was gemeinhin als Säkularisierung bezeichnet wird, nicht mit dem Verschwinden von Religion gleichgesetzt werden darf. Vielmehr hat der Begriff damit zu tun, wie sich religiöse Einflüsse in Form von kommerzieller Kultur etabliert haben. Keinesfalls geht Religion also verloren, sie wird kommodifiziert.⁷⁷ Moore bezeichnet Religion in Amerika als »curious and somewhat unique national passion«,⁷⁸ die nicht erst kürzlich den Nutzen von Kommerzialisierungstechniken entdeckte. Kommerzielle Aspekte von Religion lassen sich in jedem Jahrhundert auffinden. Moore unterstreicht: »[I]f religion is to be culturally central, it must learn to work with other things that are also central. [...] More recently it has been market capitalism responsive to consumers with spare time and a bit of money to spend.«⁷⁹ Riesebrodt pflichtet Moores Thesen bei, wenn er betont, dass die »Verweltlichung« durch »Anpassung religiöser Ideologien und Moral an vorherrschende Lebensformen, wie Kapitalismus und Demokratie«, keinesfalls

74 | Beryl Satter, »American Religion and Commercial Culture«, *Reviews in American Studies* 23, no. 1 (Mar., 1995): 159.

75 | Steve Bruce, *Religion in the Modern World. From Cathedral to Cult* (Oxford: Oxford University Press, 1996), 234.

76 | Moore, *Selling God*, 273.

77 | Ebd., 5.

78 | Ebd., 3.

79 | Ebd., 9.

»einen Bedeutungsverlust von Religion, sondern höchstens ihre Verdiesseitigung« nach sich ziehe. Er fragt provokativ: »Warum muss Religion eigentlich asketisch sein und die herrschende Kultur zurückweisen?«⁸⁰

Moore illuminiert seine Thesen anhand seiner Beobachtungen der evangelikalen Bewegung in den USA der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts. In den 1950er Jahren hatte Religion mit Hollywoodfilmen, literarischen Bestsellern und Radiosendungen im *marketplace of culture* bereits ihren Platz gefunden, doch in den folgenden Jahrzehnten wuchs religiöses Entertainment parallel zur blühenden Wirtschaft drastisch an.⁸¹ Vor allem *televangelists* befanden sich auf dem Vormarsch, hatten sie doch erkannt, dass die intelligente Nutzung von Medien der Schlüssel zur Evangelisierung der Welt ist, wie Jim Bakker sich nicht scheute zu betonen: »We have a better product than soap or automobiles. We have eternal life. [...] That's why I use the most effective means of communication known today.«⁸² Bakker machte seinen Anhängern klar, dass sie die säkulare Welt nicht dämonisieren müssen, um ihren christlichen Glauben zu beweisen. Nur indem sie die volle Bandbreite kommerzieller Kulturgüter in christlicher Form genießen, würden sie ihre Kontrolle über die moderne Technologie demonstrieren. Von christlichen Freizeitparks über biblische Diätatgeber und Sitcoms bis hin zu Kaffeebechern, T-Shirts, Frisbees mit erleuchtenden Sprüchen, und natürlich *Christian Pop*, die christliche – und hier fast ausschließlich evangelikale – Produktpalette nimmt kein Ende.⁸³ Tatsächlich beobachtet Moore, dass heutzutage kaum ein Aspekt der Populärkultur ohne eine christliche geklonte Version davon existiert, verurteilt diese Entwicklung jedoch nicht:

A sizable portion of the Protestant evangelical community has made its peace with commercial culture by deciding to become »a bigger road side attraction«. If that requires arranging church services to accommodate televised sports on Sunday, building Christian massage parlors and nightclubs atop space needles, or equipping churches with skating rinks and bowling alleys, then so be it.⁸⁴

Moore unterstreicht, dass religiöse Anführer sich die Logik des Marktes begeistert aneigneten: »Market logic promised universal redemption.«⁸⁵ Im Verlauf der Geschichte nahmen die Protagonisten dieser religiösen Landschaft selektiv Elemente der säkularen Umwelt auf, um sie für ihre Zwecke umzufunktionieren, und lern-

⁸⁰ | Riesebrodt, *Cultus*, 252.

⁸¹ | Ebd., 239–41.

⁸² | Zitiert in: Moore, *Selling God*, 249.

⁸³ | Ebd., 253–4. Obwohl der Untertitel und viele Beobachtungen Moores von Religionen sprechen, werfen ihm Kritiker vor, dass sich seine Untersuchung auf evangelikale Christen konzentrierte. Vgl.: Satter, »American Religion«, 161.

⁸⁴ | Moore, *Selling God*, 255.

⁸⁵ | Ebd., 271.

ten, erfolgreich im *marketplace of culture* zu operieren und diesen für ihre Belange empfänglich zu machen. Im amerikanischen Leben blieb Religion so bedeutsam: »Religion stayed lively and relevant to national life by reflecting popular taste and commanding media coverage.«⁸⁶ Moore sieht darin weder die Kapitulation von Religion im Angesicht der kommerziellen Kultur noch die triumphierende Sakralisierung der Kultur, sondern einen lebhaften und intensiven Dialog zwischen religiöser und kommerzieller Kultur. Natürlich erkennt er auch die möglicherweise negativen Aspekte, die mit dem Eifer religiöser Anführer bei der Vermarktung ihres »Produkts« einhergehen. Wenn Religion vermarktet wird, um ein breiteres Publikum anzusprechen, wird sie durch ihre Warenförmigkeit möglicherweise verwässert und kommodifiziert, positioniert »on the cultural shelves as another commodity«.⁸⁷ Gleichzeitig warnt Moore jedoch davor, auf die Vermarktung von Religion herabzublicken, da es keinen Grund gebe, weshalb Spiritualität nicht auch durch massenvermarktete Formen von Religiosität ausgedrückt werden könne.⁸⁸ Dies zu leugnen, würde auch den »Kunden« die Fähigkeit der sinnhaften Nutzung und Interpretation des vorhandenen Warenangebots absprechen. Anne Koch, Religionswissenschaftlerin an der Ludwig-Maximilians-Universität München, bevorzugt den Begriff der Kommodifizierung, um die »Veränderung in religiösen Praxen im wirtschafts- und kulturgeschichtlichen Kontext« zu fassen, denn »Ökonomisierung von Religion ist viel zu oft ein normatives Klagen über eine angeblich konsumistische, unechte, oberflächliche Spiritualität.«⁸⁹ Wie Moore zeichnet auch Koch den Prozess der religiösen Kommodifizierung keineswegs als Verlustgeschichte, sondern betont das identitätsstiftende Potenzial des religiösen Warenangebots.

Die Entwicklung von *Christian Pop* und die Prozesse innerhalb der christlichen Popmusikultur reflektieren diese theoretischen Überlegungen zur Erklärung der Verbreitung von Religion in Amerika und ihrer Rolle im *marketplace of culture*. Immer wieder wird die Frage aufgeworfen, welcher Natur das Phänomen der Kommerzialisierung religiöser Musik in den USA denn nun sei. Stephen A. Marini schwankt in *Sacred Song in America* zwischen »Culture Industry or Religious Culture?«⁹⁰ Mithilfe von Max Webers religions- und musiksoziologischen Ansätzen sowie Theodor Adornos Kulturindustriethese wägt der Theologe ab, ob kommerzialisierte Formen religiöser Musik als Opfer der Kulturindustrie oder

86 | Ebd., 275.

87 | Ebd., 268.

88 | Ebd., 199.

89 | Anne Koch, »Kapitalismen, Modernen und religiöses Ethos. Methodisches zur Erforschung von Religion und Ökonomie«, in Hgg. Bernhard Löffler und Michael Hochgeschwender, *Religion, Moral und liberaler Markt. Politische Ökonomie und Ethikdebatten vom 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart* (Bielefeld: Transcript, 2011), 47.

90 | Stephen A. Marini, *Sacred Song in America. Religion, Music, and Public Culture* (Chicago: University of Illinois Press, 2003), 311.

Ausdruck einer US-amerikanischen, öffentlichen Religiosität gelten.⁹¹ Während Marini diese Frage unbeantwortet und dem Leser zur Interpretation offen lässt, unterstützt William D. Romanowski in seiner Dissertation über *Christian Rock* aus dem Jahr 1990 klar erstere These, wenn er die Übernahme der christlichen Musikkultur durch profit-, markt- und konsumgesteuerte Kräfte moniert:

The Christian music industry promoted an evangelical popular culture based on the rules of commercialism and not those of churches, elevating consumer values and taste at the expense of doctrine and tradition. [...] In religious terms the music was supposed to be a means of evangelistic outreach, with artists stepping in for ministers and singing »minisermos« to spiritually lost youth. In business terms, gospel artists and record companies competed for a share of the marketplace. The intent may have been to save souls and minister to young Christians, but the Christian music industry brought evangelical religion even further into the free-for-all competition of the consumer marketplace. Ironically, the synthesis of evangelism and marketing led to the gospel industry's own co-optation by the mainstream recording business.⁹²

Diese Arbeit beweist das Gegenteil. Es gilt, *Christian Pop* als Ausdruck einer speziell amerikanischen Musikreligiosität zu verorten, die sich seit jeher Strategien der Selbstkommodifikation bedient und dank der Aneignung populärer Musik- und Geschäftsformen nicht nur kulturell relevant bleibt, sondern auch das emanzipatorische Handlungspotenzial ihrer Protagonisten sichert.

1.5 METHODISCHE VORGEHENSWEISE

Die vorliegende Arbeit verfolgt einen kulturgeschichtlichen Ansatz und bedient sich der Textanalyse. Ausgehend von den Konzepten der »dichten Beschreibung« (*thick description*) und der »Kultur als Text«, die der amerikanische Ethnologe Clifford Geertz entwickelte, kommt ein kulturinterpretativer Ansatz zur Anwendung, der die »Lesbarkeit« von Kultur voraussetzt. Dies ermöglicht die Erfassung von komplexen kulturellen Prozessen mithilfe eines erweiterten Textbegriffs, der es erlaubt, Liedtexte und Zeitungsartikel, Livekonzerte und politische Reden ins Inter-

91 | Marini, *Sacred Song*, 311-8. Marini entwickelt sowohl eine Position der Befürwortung von »sacred song« als entspiritualisiertes Opfer der Kulturindustrie als auch ein Argument zur Ablehnung dieser These zugunsten einer wohlwollenderen Lesart: »According to secular interpreters like Weber and Adorno, that fate is cooptation by the superior forces of capitalist market rationalization. If, to the contrary, sacred song is a constituting element of religious culture, then [...] it can become a protean medium that expresses the deepest meanings of America's religious communities.« Ebd., 318.

92 | William D. Romanowski, »Evangelicals and Popular Music«, in *Religion and Popular Culture in America*, ed. Bruce David Forbes and Jeffrey Mahan (Berkeley: University of California Press, 2000), 109.

pretationsverfahren als gleichwertige Texte einzubinden und auf Intertextualität und diskursive Zusammenhänge hin zu untersuchen. Rechnung getragen wird damit auch der Idee des *New Historicism*, »dass Texte immer mit Bezug auf andere Texte entstehen, wiederum andere Texte inspirieren, auf Texte anspielen, mit Zitate(n) arbeiten«.⁹³ Erst durch die Anerkennung der Intertextualität können Zeichen dekodiert und sinnvoll »gelesen« werden. Der Analyse zugrunde liegen Primärquellen wie Musikmagazine, Websites der Künstler, Interviews, Blogs, Musikvideos, Fanpages und Internetforen, ebenso wie Live-Auftritte, Publikumsreaktionen und -rezeptionen, Radiosendungen, Songtexte und Albumcover. Der öffentliche Diskurs um *Christian Pop* wird durch die Analyse von Zeitungen und Zeitschriften seit den späten 1960er Jahren nachgezeichnet, die sich mit dem Thema beschäftigen. Eine Myriade an Printmedien und Online-Publikationen widmet sich ausschließlich christlicher Pop- und Rockmusik, darunter die wichtigste christliche Musikzeitschrift, das *CCM Magazine*. Außerdem wird dem Thema in evangelikalen Magazinen wie *Christianity Today* Raum zugestanden. Im Kontrast dazu werden auch Berichte über *Christian Pop* aus säkularen Printmedien, wie etwa dem Musikmagazin *Rolling Stone*, aber auch renommierten Nachrichtenmagazinen wie *Newsweek* und *Time Magazine* hinzugezogen. Die Analyse erstreckt sich mit dem Ziel der Herstellung von Bezügen auf parallele Entwicklungen in der amerikanischen Gesellschaft und der evangelikalen Bewegung, wobei sich die Auswahl der Bezugspunkte aus den Forschungsfragen und Hypothesen ergibt. Zwar sind die Selektionskriterien der analysierten Texte damit letztlich subjektiv und vom eigenen Forschungsinteresse geleitet; gleichzeitig ermöglicht diese Vorgehensweise jedoch eine interessante, neue Lesart des Phänomens, wenn sie mit dem Bewusstsein, dass Verknüpfungen auf diese Art und Weise nicht nur dargestellt, sondern auch hergestellt werden, zur Anwendung kommt.⁹⁴

Eine Fülle von Monographien wurde aus evangelikaler Sicht verfasst und wird als Primärquelle behandelt. Vor allem während der krisenreichen 1980er Jahre wird *Christian Pop* hier wahlweise verteufelt oder hochgelobt.⁹⁵ Auch abwägende

93 | Stefan Jordan, *Theorien und Methoden der Geschichtswissenschaft* (Paderborn: Ferdinand Schöningh, 2009), 185.

94 | Siehe dazu: Moritz Baßler, *New Historicism – Literaturgeschichte als Poetik der Kultur* (Tübingen: Francke Verlag, 2001), 13.

95 | Vgl. für negative Beurteilungen und polemische Darstellungen zum Beispiel Jeff Godwin, *What's Wrong With Christian Rock?* (Chino, CA: Chick, 1990); Richard Peck, *Rock. Making Musical Choices* (Greenville, SC: Bob Jones University Press, 1985); Dan Peters, Steve Peters und Cher Merrill, *What About Christian Rock? Facts, Opinions, Insight and Guidelines for Discussion of a very Controversial Issue!* (Minneapolis: Bethany House, 1986); H. T. Spence, *Confronting Contemporary Christian Music. A Plain Account of its History, Philosophy and Future* (Dunn, NC: Companion, 1997); für durchweg positive Darstellungen eines Insiders, in diesem Fall einer der ersten *Christian Rock* Radio DJs, siehe: Paul Baker, *Contemporary Christian Music. Where It Came From, What It Was, Where It's Going* (Westchester, IL: Crossway, 1979); Baker, *Why*.

Analysen der die *Christian Pop* Musikkultur umgebenden Debatten und Konflikte fanden oft in Buchform statt, was sich für die Untersuchung der lebhaften Diskurse als erkenntnisproduktiv erwies.⁹⁶ Neuere Veröffentlichungen von evangelikalischen Christen und Insidern der Szene plädieren häufig dafür, die problematische Vergangenheit hinter sich zu lassen, und bieten Ansätze, wie eine mögliche konfliktfreie Zukunft aussehen könnte.⁹⁷ Sämtliche Bücher, Zeitschriftenartikel und journalistische Erzeugnisse aus der Perspektive evangelikaler Christen sind mit Vorsicht zu genießen. Während sie interessante Einblicke in verschiedene Standpunkte innerhalb der Debatte um das Thema *Christian Pop* liefern, überschattet missionarischer Eifer und selbstgerecht frömmelnde Engstirnigkeit oft den Wert dieser Darstellungen. Journalistische Artikel in nicht-christlichen Medien können wichtige Erkenntnisse über die öffentliche Wahrnehmung von *Christian Pop* in den verschiedenen Jahrzehnten liefern; doch auch hier Vorsicht ist geboten, da die Verfasser ein möglicherweise vorurteilsbehaftetes Bild von Evangelikalischen generell und *Christian Pop* insbesondere haben, das in weiten Teilen der Gesellschaft vorherrscht. Das Buch des Musikjournalisten Andrew Beaujon, der ein Jahr lang die christliche Musikkultur beobachtet hat, fällt positiv auf, da sein Versuch, unvoreingenommen, offen und fair an das Thema heranzugehen, in großen Teilen des Werks gelungen ist.⁹⁸

Neben der Textanalyse der bisher angeführten Quellen werden der Arbeit vor allem durch eigene Feldforschung gewonnene qualitative Daten zugrunde gelegt. Während eines Forschungsaufenthalts in den USA wurden 54 Interviews mit diversen Akteuren der *Christian Pop* Kultur durchgeführt.⁹⁹ Zu Wort kommen Mu-

96 | Siehe dazu Steve Miller, *The Contemporary Christian Music Debate: Worldly Compromise or Agent of Renewal?* (Wheaton, IL: Tyndale House, 1993), auf Deutsch erschienen unter dem Titel: *Moderne christliche Musik: Fataler Kompromiß oder Hilfe zur Erneuerung?* (Lüdenscheid: Asaph, 1995); John Makujina, *Measuring the Music: Another Look at the Contemporary Christian Music Debate* (Salem, OH: Schmul, 2000).

97 | Siehe dazu vor allem Mark Joseph, *The Rock and Roll Rebellion: Why People of Faith Abandoned Rock Music and Why They're Coming Back* (Nashville: Broadman & Holman, 1999); Mark Joseph, *Faith, God and Rock and Roll. From Bono to Jars of Clay: How People of Faith Are Transforming American Popular Music* (Grand Rapids, MI: Baker Books, 2003); John J. Thompson, *Christian Rock: Raised by Wolves. The Story of Christian Rock & Roll* (Toronto, Ontario: ECW, 2000).

98 | Beaujon, *Body Piercing*. Zu erwähnen ist auch ein Buch des Journalisten Daniel Radosh über evangelikale Popkultur, in dem ein Kapitel der Erkundung des Phänomens *Christian Pop* gewidmet ist. Daniel Radosh, *Rapture Ready! Adventures in the Parallel Universe of Christian Pop Culture* (New York: Scribner, 2008).

99 | Die Interviews dauerten in der Regel ein bis zwei Stunden und wurden mit einem digitalen Aufnahmegerät aufgezeichnet. Interviews, die spontan während eines Konzerts durchgeführt wurden, dauerten nur wenige Minuten und wurden aufgrund der lauten Hintergrundgeräusche nicht aufgezeichnet, sondern durch Notizen schriftlich festgehalten. Von allen

siker, Bands, Produzenten, Manager, Mitarbeiter von Radiosendern, Berater, PR-Experten, Leiter von christlichen Jugendgruppen, Pastoren, *worship leader*¹⁰⁰ und Fans. Bei der Auswahl der Interviewpartner wurde darauf geachtet, möglichst viele verschiedene Perspektiven zu gewinnen. Insbesondere gilt es, die oft prominent vorhandene Stimme der Künstler, deren Meinung ohnehin häufig in Interviews gefragt ist, um die selten vernommenen Ansichten von Fans zu ergänzen. Das Fehlen von Rezipientenanalysen lässt über die Wirkung von *Christian Pop*, die Art und Weise, wie und mit welchem Zweck die Musik konsumiert wird, bislang nur Spekulationen zu – durch Interviews mit Fans auf *Christian Pop* Konzerten und in christlichen Jugendgruppen wird dieser vernachlässigte Aspekt Beachtung finden. Mithilfe der *oral history* basiert damit erstmals eine Analyse der christlichen Musikkultur auf umfangreichen Gesprächen mit Protagonisten dieser Szene. Selbstverständlich muss auch die Interviewmethode kritisch betrachtet werden. Als Schwächen können wie bei jeder *oral history* mögliche Gedächtnislücken sowie Verzerrungen und Verklärungen der Vergangenheit genannt werden. Auch die Möglichkeit einer eigenen Agenda der Befragten oder des Interviewers, die im Rahmen des Gesprächs vorangetrieben werden soll oder ein selbst konstruiertes Narrativ kolportieren und bestätigen soll, muss man sich bei der Analyse der Interviews stets vor Augen halten. Gerade persönliche Statements der Künstler erfordern kritische Betrachtung, da sie sich ihrer öffentlichen Wirkung wohl bewusst sein dürften und als Medienprofis in Interviews möglicherweise kalkulierte oder manipulative Antworten geben. Die Validität der Aussagen und des Verhaltens von Teilnehmern der christlichen Musikkultur ist auch deshalb stets zu hinterfragen, da noch immer eine Anzahl von Tabuthemen und Verhaltensrichtlinien existiert, deren Nichteinhaltung eine Karriere abrupt enden lassen kann. Im Mainstream erfolgreiche, christliche Bands würden in Interviews wohl kaum zugeben, dass sie in ihren Liedern subtile christliche Botschaften verstecken, um die Hörer unterschwellig zu manipulieren. Ebenso wenig würde sich ein Künstler, der vor allem innerhalb des christlichen Musikmarkts erfolgreich ist, als Befürworter von *gay rights* zu erkennen geben, um seine Klientel nicht abzuschrecken. Öffentliche Äußerungen könnten also als reines Kalkül, Verbreitung eines sorgfältig konstruierten Images oder als Reaktion auf industriebedingte Zwänge abgetan werden – was allerdings ebenso für säkulare Künstler gilt. Eine behutsame Analyse betrachtet allerdings auch, was möglicherweise verschwiegen oder vorsichtig umformuliert wird, und versucht durch perspektivische Offenheit und Vielfalt, ein möglichst umfassendes Bild der *Christian Pop* Kultur zu zeichnen. Ich vertrete die Meinung, dass der Wert von persönlichen Interviews als Primärquellen kaum überschätzt

Befragten wollten vier Personen – ein angehender Pastor, eine ehemalige Anhängerin von *Christian Pop* und zwei jetzige Fans der Musik – ihre Anonymität bewahren, sie werden in den Fußnoten als Interviewpartner A, B, C beziehungsweise D gekennzeichnet.

100 | Als *worship leader* wird in modernen Gemeinden ein Musiker bezeichnet, der den Gesang während des Gottesdienstes anführt und für die Auswahl der Lieder zuständig ist.

werden kann, sofern die Interviews kritisch untersucht, kontextualisiert und mit anderen Quellen sowie dem kulturgeschichtlichen Kontext abgeglichen werden.

1.6 FORSCHUNGSSTAND

Das vorliegende Thema ist in der Forschung noch nicht ausführlich diskutiert worden. Die Arbeiten von Michael Hochgeschwender, Rainer Prätorius und Manfred Brocker liefern den notwendigen Hintergrund für ein umfassendes Verständnis der besonderen Rolle von Religion in den Vereinigten Staaten.¹⁰¹ Mit der Geschichte evangelikaler Religiosität in den USA beschäftigen sich auch Christian Smith und George Marsden eingehend.¹⁰² Die durch diese und andere Arbeiten gewonnenen Kenntnisse der amerikanischen Religionsgeschichte machen eine Untersuchung der christlichen Musikszene erst möglich, da die *Christian Pop* Kultur nur vor dem besonderen religionsgeschichtlichen Hintergrund der Vereinigten Staaten von Amerika entstehen konnte und das gesamte Spektrum evangelikaler Religiosität reflektiert.

Seit Ende der 1990er Jahre zeichnet sich unter Akademikern ein wachsendes Interesse an der Schnittstelle zwischen Religion, Medien und Populärkultur in den Vereinigten Staaten ab, wie die Veröffentlichung zahlreicher Aufsatzsammlungen belegt.¹⁰³ Auch die Gründung des *Center for the Study of Media, Religion, and Culture*

101 | Siehe: Hochgeschwender, *Amerikanische Religion*; Prätorius, *In God We Trust*; Brocker, *God bless America*. Vgl. weitere wichtige Werke zur amerikanischen Religionsgeschichte: Robert N. Bellah, *Beyond Belief. Essays on Religion in a Post-Traditional World* (New York: Harper & Row, 1970); Richard H. Niebuhr, *Christ and Culture* (New York: Harper & Row, 1956); Robert S. Ellwood, *One Way. The Jesus Movement and Its Meaning* (Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1973); Will Herberg, *Protestant, Catholic, Jew. An Essay in American Religious Sociology* (Garden City, NY: Doubleday, 1955).

102 | Christian Smith, *American Evangelicalism: Embattled and Thriving* (Chicago: University of Chicago Press, 1998), und *Christian America? What Evangelicals Really Want* (Berkeley: University of California Press, 2000); George Marsden, ed., *Evangelicalism and Modern America* (Grand Rapids, MI: Eerdmans, 1984), und *Religion and American Culture* (San Diego, CA: Harcourt Brace Jovanovich, 1990).

103 | Lynn Schofield Clark, ed., *Religion, Media, and the Marketplace* (New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 2007); Bruce David Forbes und Jeffrey H. Mahan, eds., *Religion and Popular Culture in America* (Berkeley: University of California Press, 2000); Linda Kintz und Julia Lesage, eds., *Media, Culture, and the Religious Right* (Minneapolis: University of Minnesota Press, 1998); Stewart M. Hoover und Lynn Schofield Clark, eds., *Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture* (New York: Columbia University Press, 2002); Joylon Mitchell und Sophia Marriage, eds., *Mediating Religion: Conversations in Media, Religion, and Culture* (London: T&T Clark, 2003); Stewart M. Hoover und Knut Lundby, eds., *Rethinking Media, Religion, and Culture* (Thousand Oaks, CA: SAGE, 1997); Michael Bai-

an der Universität von Colorado in Boulder und die seit 1996 regelmäßig stattfindende *International Conference on Media, Religion, and Culture* tragen zur erhöhten Sichtbarkeit dieser Thematik in der Wissenschaft bei. Seit 2002 fördert das *Department of Religion and Culture* der Universität von Saskatchewan das Forschungsgebiet zudem mit der Herausgabe des *Journal of Religion and Popular Culture*.¹⁰⁴ Nur selten gestehen die erschienenen Publikationen bislang dem Thema *Christian Pop* Raum zu. Unter den Monographien, die sich in den vergangenen zwei Jahrzehnten mit dem Spannungsfeld um Medien, Kultur und Religion befasst haben,¹⁰⁵ sticht vor allem Heather Hendershot hervor, die dem Thema *Christian Pop* ein Kapitel des Buchs *Shaking the World for Jesus* von 2004 widmet. Allerdings beschränkt sich Hendershot laut Untertitel auf »media and conservative evangelical culture« und blendet somit die Tatsache aus, dass unter *Christian Pop* Musikern auch links-liberale, nicht konservative Evangelikale vertreten sind und heute insgesamt eine variierende evangelikale Intensität festgestellt werden kann.¹⁰⁶ Auch Bücher, die eine Verknüpfung von Musik- und Religionsgeschichte in den USA anstreben, behandeln in einzelnen Abschnitten *Christian Pop* und dürfen an dieser Stelle nicht unerwähnt bleiben.¹⁰⁷

Nur wenige Arbeiten widmen sich ausschließlich der Analyse von christlicher Populärmusik in den USA. Zur Untersuchung der Anfänge von *Christian Pop* ist die Bibliographie von David Di Sabatino zum *Jesus People Movement* der 1960er Jahre sehr hilfreich, da neben einem ausführlichen Verzeichnis von Quellen zu

ley, Anthony McNicholas, und Guy Redden, eds., *Mediating Faiths: Religion, Media, and Popular Culture* (Aldershot, U.K.: Ashgate, 2009); Marjorie Garber und Rebecca L. Walkowitz, eds., *One Nation Under God? Religion and American Culture* (New York: Routledge, 1999).

104 | Brian Schill von der *University of North Dakota* liefert in einem Beitrag eine theoretische Lesart von *Christian Rock* mithilfe von Hegels *Phänomenologie des Geistes*. Brian Schill, »The Impossibility of Negation: A Theoretical Defense of ›Cross-Over‹ Christian Rock«, *Journal of Religion and Popular Culture*, Volume 16: Summer 2007, www.usask.ca/relst/jrpc/art16-christianrock-print.html (6.6.2010).

105 | Siehe dazu E. Frances King, *Material Religion and Popular Culture* (New York: Routledge, 2010); Erling Jorstad, *Popular Religion in America. The Evangelical Voice* (Westport, CT: Greenwood, 1993); David Lyon, *Jesus in Disneyland. Religion in Postmodern Times* (Cambridge, U.K.: Polity, 2000); Colleen McDannell, *Material Christianity: Religion and Popular Culture in America* (New Haven: Yale University Press, 1995); Linda Kintz, *Between Jesus and the Market. The Emotions That Matter in Right-Wing America* (Durham: Duke University Press, 1997).

106 | Hendershot, *Shaking*, 52-84.

107 | Siehe dazu: Marini, *Sacred Song*; Philip V. Bohlman, Edith Blumhofer and Maria M. Chow, eds. *Music in American Religious Experience* (Oxford: Oxford University Press, 2006); Don Cusic, *The Sound of Light. A History of Gospel and Christian Music* (Milwaukee, WI: Hal Leonard, 2002). Erwähnenswert ist auch Eileen Luhrs Aufsatz über christliche Heavy Metal Musik in den 1980er Jahren: »Metal Missionaries to the Nation: Christian Heavy Metal Music, Family Values, and Youth Culture, 1984-1994«, *American Quarterly* 57, no. 1 (2005): 103-28.

dieser Bewegung auch ein Abschnitt zum Thema *Jesus Music* samt Diskographie enthalten ist.¹⁰⁸ Wichtig für die Entwicklung von *Christian Pop* in den 1980er Jahren ist William D. Romanowskis Dissertation von 1990, »Rock'n'Religion: A Socio-cultural Analysis of the Contemporary Christian Music Industry«. Der christliche Theologe – dessen Thesen in dieser Arbeit unter Berücksichtigung neuer Entwicklungen differenziert betrachtet werden – liefert wertvolle Einblicke und detailreiche Schilderungen der Entstehungsphase der christlichen Musikindustrie in den 1970er und 1980er Jahren. Ein weiterer interessanter Beitrag stammt von Jay R. Howard und John M. Streck, die 1999 in *Apostles of Rock* das Phänomen *Christian Pop* unter den Gesichtspunkten des Konzepts der »art world« von Howard Becker untersuchen. Die Soziologen wenden Richard H. Niebuhrs Definition fünf grundlegender, christlicher Haltungsmöglichkeiten gegenüber Kultur auf die christliche Musikkultur an.¹⁰⁹ Die damit einhergehende Kategorisierung von *Christian Pop* Künstlern in drei verschiedene Lager – *integrational*, *separational* und *transformational* – liefert spannende Einblicke, wird allerdings kaum der Komplexität des Genres oder der geschichtlichen Entwicklung von *Christian Pop* gerecht. Howard und Streck behaupten, dass sich *Christian Pop* Künstler zu jedem Zeitpunkt der Geschichte des Genres in eine der drei Kategorien einordnen lassen. Durch diese Gleichzeitigkeit erscheint die christliche Popmusikkultur statisch und isoliert von parallelen gesellschaftlichen Entwicklungen und Trends. Die starre Abtrennung der Kategorien trägt dem sich stark im Wandel befindenden Genre mit seinen zahlreichen Unterströmungen, durchlässigen Grenzen und seiner hybriden Natur kaum Rechnung. Seit dem Erscheinen des Buchs 1999 hat sich *Christian Pop* außerdem stark weiterentwickelt und ist damit Howards und Streckes Kategorien entwachsen. Durch eine historisch abgesicherte Perspektive und einen breiteren kulturgeschichtlichen Ansatz wird die vorliegende Arbeit in den von mir herausgearbeiteten Entwicklungsstufen beweisen, dass *Christian Pop* in unmittelbarer Wechselwirkung mit kulturellen Strömungen steht, die ein Aufbrechen der strengen Kategorisierung erfordert und auf eine starke Dynamik verweist.

Dafür, dass *Christian Pop* langsam in den Blickpunkt des Forschungsinteresses rückt, spricht die Veröffentlichung von zwei Dissertationen in den vergangenen Jahren. Einen Beitrag liefert die Dissertation von Silvia Giagnoni, die 2007 an der Florida Atlantic University entstand. In »Christian Rock Goes Mainstream« untersucht die Autorin einen spezifischen Teilaspekt innerhalb der *Christian Pop* Kultur, wenn sie den Fokus auf zeitgenössische christliche Crossover-Bands der Musik-

108 | David Di Sabatino, *The Jesus People Movement: An Annotated Bibliography and General Resources* (Westport, CT: Greenwood, 1999). Siehe dazu auch: David W. Stowe, *No Sympathy for the Devil. Christian Pop Music and the Transformation of American Evangelicalism* (Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press, 2011).

109 | »Christ against Culture«, »Christ of Culture«, »Christ above Culture«, »Christ and Culture in Paradox« und »Christ as the Transformer of Culture«. Howard und Streck, *Apostles*, 10.

richtung *Alternative Rock* richtet, die Erfolge im *Mainstream* anstreben.¹¹⁰ Diese Perspektive bietet aufschlussreiche Einblicke in eine Nische der *Christian Pop* Kultur, verstellt allerdings einen umfassenden Blick auf das Phänomen und vernachlässigt eine breitere kulturgeschichtliche Sichtweise. Auch die Tatsache, dass das Crossover-Phänomen vor allem in den 1980er Jahren an Relevanz gewann, heute allerdings von einem neuen Modell abgelöst ist, wird ausgeblendet: Denn die Vermeidung der Zugehörigkeit zum Genre *Christian Pop* zugunsten einer Karriere, die sich von Beginn an im *Mainstream* vollzieht, ist das heutige Credo junger Künstler, die die mit einem Stigma einhergehende Bezeichnung *Christian Rock* umgehen wollen. John Daniel Lindenbaum widmete sich in seiner Dissertation von 2009 dem Thema *Christian Pop* aus geographischer Perspektive. Die Untersuchung von Räumen, in denen CCM produziert, aufgeführt und konsumiert wird, liefert interessante Einblicke in »evangelical geopolitics«,¹¹¹ die Lindenbaum am Beispiel der Wechselbeziehung zwischen einer *megachurch* im kalifornischen Sacramento und dem Epizentrum der CCM Industrie in Nashville, Tennessee, aufzeigt. Die Vernachlässigung einer historischen Sichtweise führt auch bei Lindenbaum zu einer eher statischen Beschreibung des Phänomens, die eine Erfassung der drastischen Entwicklungen, die *Christian Pop* in den vergangenen Jahrzehnten durchmachte, erschwert. Während die Verwendung des umstrittenen Begriffs CCM problematisch ist – inzwischen wird er von zahlreichen Protagonisten der Szene abgelehnt –, produziert die Arbeit dennoch äußerst interessante Erkenntnisse in diesem vielversprechenden Forschungsgebiet. Zwei weitere Dissertationen befinden sich derzeit im Entstehungsprozess. An der University of Chicago arbeitet Andrew Mall an einem Projekt über die zeitgenössische christliche Rock-, Hardcore- und Punkszene, die er vor allem mithilfe ethnographischer Erhebungen auf dem christlichen Rockmusikfestival *Cornerstone* untersucht.¹¹² Außerdem entsteht im *Department of Religion* der Duke University in North Carolina eine Arbeit zur Kulturgeschichte von CCM in den USA, die aus der Feder des *Duke Divinity School* Absolventen Wen Reagan stammt.

Die wenigen wissenschaftlichen Arbeiten, die sich ausschließlich mit christlicher Populärmusik in den USA befassen, sind entweder veraltet, befassen sich lediglich mit Teilaspekten des Phänomens oder vernachlässigen zentrale Entwicklungen und eine kulturgeschichtliche Perspektive zugunsten musikwissenschaftlicher, geographischer oder theologischer Sichtweisen.¹¹³ Mit der vorliegenden

110 | Silvia Giagnoni, »Christian Rock Goes *Mainstream*: Youth Culture, Politics and Popular Music in the U.S.« (Diss. Florida Atlantic University, 2007).

111 | John Daniel Lindenbaum, »The Industry, Geography, and Social Effects of Contemporary Christian Music« (Diss. University of California, Berkeley, 2009).

112 | Andrew Mall, Email an die Autorin, 7. Dezember 2009.

113 | Jeweils eine Arbeit aus der Musikwissenschaft und der Theologie, die sich mit christlicher Populärmusik in Deutschland befassen, seien an dieser Stelle noch erwähnt. Der Musikwissenschaftler Thomas Feist nähert sich dem Thema mithilfe musikwissenschaftlich

Arbeit wird durch eine umfassende Untersuchung der geschichtlichen Entwicklung von *Christian Pop* ein Beitrag zu diesem jungen Forschungsbereich geleistet, der *Christian Pop* nun erstmals ins Zentrum einer kulturgeschichtlich ausgerichteten Analyse rückt.

eingebetteter systemtheoretischer Fragestellungen. Thomas Feist, *Musik als Kulturfaktor. Beobachtungen zur Theorie und Empirie christlicher Populärmusik* (Frankfurt a.M.: Peter Lang, Europäischer Verlag der Wissenschaften, 2005). Unter der Herausgeberschaft des Theologen Peter Bubmann und des evangelischen Pfarrers Rolf Tischer ist 1992 eine Aufsatzsammlung erschienen, die sich mit der Schnittstelle von Religion und Pop in Deutschland beschäftigt. Einen Überblick über christliche Populärmusik in Deutschland liefert darin Bubmanns Aufsatz »Von Gospelrock bis Sacropop – Populäre christliche Musik – Ein Überblick«, in *Pop & Religion. Auf dem Weg zu einer neuen Volksfrömmigkeit?* Hgg. Peter Bubmann und Rolf Tischer (Stuttgart: Quell, 1992), 116-27. 1990 veröffentlichte Bubmann eine Monographie über Gospelrock in Deutschland: *Sound zwischen Himmel und Erde. Populäre christliche Musik* (Stuttgart: Quell, 1990). 2011 erschien eine Aufsatzsammlung über Religion und Populärmusik in Europa: Thomas Bossius, Andreas Häger und Keith Kahn-Harris, eds. *Religion and Popular Music in Europe. New Expressions of Sacred and Secular Identity* (London: I.B. Tauris, 2011).