

Institut für Ethnologie und Afrikastudien

**JOHANNES
GUTENBERG
UNIVERSITÄT
MAINZ**

Department of Anthropology and African Studies

Arbeitspapiere / Working Papers

Nr. 69

Samuli Schielke

**Sakralisierung des Alltags und Banalisierung des Heiligen:
Religion und Konsum in Ägypten**

2006



The Working Papers are edited by
Institut für Ethnologie und Afrikastudien, Johannes Gutenberg-Universität,
Forum 6, D-55099 Mainz, Germany.
Tel. +49-6131-3923720; Email: ifeas@uni-mainz.de; <http://www.ifeas.uni-mainz.de>

Geschäftsführende Herausgeberin/ Managing Editor:
Michaela Oberhofer (oberhofer@uni-mainz.de)

Sakralisierung des Alltags und Banalisierung des Heiligen: Religion und Konsum in Ägypten

Samuli Schielke

Sonderforschungsbereich 295 (Kulturelle und sprachliche Kontakte)

Institut für Ethnologie und Afrikastudien

Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

Stichworte: Konsum, Religion, Islam, Ägypten, Heilig und Profan, Alltag, Moral, Kopftuch

Abstract

Religiöse Güter hatten schon immer etwas Besonderes. Amulette und Souvenirs, die an heiligen Stätten verkauft werden, oder Bücher und Audiokassetten mit religiösem Inhalt, wie sie überall erhältlich sind, strahlen einen Segen aus, der sie von profanen Gütern unterscheidet. Im heutigen Ägypten sind sie indes nicht unumstritten, was eng mit der sich wandelnden Grenzziehung zwischen Profanem und Religiösem zusammenhängt. Diente der spirituelle Bezug früher zur Legitimation und versah selbst alltägliche Güter wie Kichererbsen mit einer Aura der Heiligkeit, hat sich seit dem 20. Jahrhundert eine Sicht verbreitet, die diesen Zusammenhang problematisiert. Sie versteht Religion als ein ordnendes Prinzip, das den Alltag durchdringt. Gleichzeitig muss, folgt man dieser Sicht, die Religion in ihrem Kern gegen jedwede Profanität geschützt werden. Tatsächlich aber wird Religion dadurch immer mehr konsumiert. Dies führt zu einer schwer lösbaren Spannung zwischen dem Anspruch auf allumfassende religiöse Disziplin und einem Alltag, der trotz der allgegenwärtigen Religion seinen ambivalenten, widersprüchlichen Charakter behält.

1. Einleitung

Zu Besuch bei einer befreundeten Familie in einem Altstadtviertel in Kairo wurde ich einmal vom ältesten Sohn Salah, der früher Luftwaffenoffizier und nun Angestellter in einer staatlichen Ölgesellschaft war, in eine Debatte über Festkultur, Konsum und Religion verwickelt. Ich betrieb damals Feldforschung für meine Dissertation über

islamische Heiligenfeste und Salah nahm das als Anlass, Feste und Menschen, die sie feiern, zu kritisieren. Er fand, die religiöse Grundlage der Heiligenverehrung würde verfälscht. Den florierenden Handel mit Süßigkeiten und Spielzeug lehnte er kategorisch ab:

Salah: "Schießbuden und Spiele, der Handel [mit Süßigkeiten und Spielzeug] und die Leute, die herumhängen und nach Mädchen Ausschau halten, das alles ist weltlicher Handel (*tigarat ad-dunya*) und hat absolut nichts mit Religion zu tun!"

Samuli: "Aber was ist falsch daran, wenn Menschen sich ein bisschen vergnügen? Die Leute brauchen auch ein bisschen Nonsens."

Salah: "Ja, natürlich brauchen die Leute Spaß und Unterhaltung wie Fußball, Musik und sowas. Aber in einer Moschee darf das nicht sein."

In diesem Moment griffen seine Mutter und sein Bruder 'Abdallah, wie der Vater Metzger von Beruf, in die Diskussion ein. Beide wiesen darauf hin, dass der Handel mit Spielzeug und Süßigkeiten an sich doch nicht schlecht sei, schließlich sei das Fest ein Anlass zur Wohltätigkeit und zum Gedenken an Gott. Ich wiederum warf Salah vor, er urteile zu streng über Menschen, schließlich wäre das Leben öfter ein bisschen widersprüchlich, halb-und-halb (*nuss w-nuss*). Seine Mutter stimmte sogleich zu, Salah hingegen fand meinen Einwand nicht konsequent:

Salah: "Das Leben kann vielleicht so sein, aber Religion nicht, sonst wird sie der Profanität preisgegeben. Es gibt kein Halb-und-halb in der Religion."

Samuli: "Aber sind fünfzig oder siebzig Prozent nicht besser als gar nichts?"

Salah: "Nein, fünfzig Prozent ist dasselbe wie null Prozent. Religion muss hundertprozentig sein."

Wir sollten bei dieser Forderung inne halten. Was heißt das, Religion müsse hundertprozentig sein? Zuerst einmal bedeutet es nach Salahs Ansicht, dass Religion nicht mit Profanem vermengt werden darf. Oberflächlich betrachtet verurteilt er jeden Handel, der unter religiösen Vorzeichen die Religion "banalisiert" und "beschmutzt". Es geht ihm jedoch nicht um den Kauf und Verkauf von Gütern an sich, sondern um die Frage, mit was genau und zu welchem Zweck gehandelt wird. Auch Salahs Wohnung ist mit diversen religiösen Gegenständen geschmückt, die mittlerweile industriell angefertigt und als Massenware verkauft werden. Salah will nicht den Handel aus der religiösen Sphäre verbannen, sondern die Verbindung von Religion mit einer bestimmten Sorte von Freizügigkeit und festlicher Stimmung

aufkündigen.

Damit denkt er eindeutig anders über die Verflechtung spiritueller und weltlicher Lebensbereiche als Mutter und Bruder, für die der lebhafteste Handel rund um ein Heiligenfest legitimer Teil eines zugleich frommen und fröhlichen Anlasses ist. Salah ist der Gedanke, gleichzeitig fromm und fröhlich zu sein, zutiefst suspekt. Damit die Religion Maßstab für Ordnung und Moral sein kann und das Leben regelt,¹ muss sie in sich rein, hundertprozentig sein. Aber wie ist dies mit dem alltäglichen Leben vereinbar, das letztendlich doch immer aus einem Halb-und-Halb, also aus Kompromissen besteht?

Im Folgenden will ich diesen beiden Unterschieden in der Auffassung von Heilig und Profan nachspüren und zugleich einen Widerspruch erörtern, der sich daraus ergibt, dass Religion frei von Profanität und doch im Alltag präsent sein soll. Als Beispiel dienen mir verschiedene Formen religiösen Konsums.

Auf den ersten Blick scheint das Begriffspaar Religion und Konsum eng mit dem kategorischen Gegensatz von Heilig und Profan verwandt, den einst Durkheim, Eliade² und andere entwickelt haben. Heute ist der kategorische Kontrast nicht mehr hilfreich, denn die Kombination aus Religion und Konsum wäre aus Eliade'scher Sicht schlichtweg absurd, ein Kategorienfehler. In der Tat haben viele neuere Studien diese Sicht revidiert. Zum einen hat Talal Asad gezeigt, dass die kategorisierenden Begriffe Religiös und Heilig respektive Säkular und Profan aus einer spezifischen historischen Situation heraus entstanden und keineswegs als universal anzusehen sind.³ Zum anderen haben Gregory Starrett, Charles Hirschkind und Dorothea

¹Es muss hier angemerkt werden, dass, obwohl kein Säkularist, der Religion als reine Privatsache ansehen würde, Salah weder Islamist ist noch das ganze Leben nach religiösen Grundsätzen ordnen will: Wie viele seiner Landsleute bringt er das Idiom religiöser Authentizität und Moralität immer wieder mit dem Diskurs von Fortschritt und Rationalität in Zusammenhang.

²Durkheim, Emile, *Les formes élémentaires de la vie religieuse: Le système totémique en Australie*, 5th ed., Paris: Librairie Félix Alcan, 1912, S. 50-58; Eliade, Mircea, *Le Sacré et le Profane*, Paris: Gallimard, 1965.

³Asad, Talal, *Formations of the Secular: Christianity, Islam, Modernity*, Stanford, CA.:

Schult aufgezeigt, dass eine Grenzziehung zwischen einer ‐authentischen‐ Religion und einem ‐unauthentischen‐ Konsum, erstere irgendwie verwässert und verfälscht, empirisch unhaltbar und analytisch irreführend ist.⁴

Das heißt freilich nicht, dass Heilig und Profan (oder Religion und Diesseits, *din wa-dunya*, um der Terminologie des zeitgenössischen Islam zu folgen) nicht existieren. Nicht nur gibt es diese Kategorisierungen, sie sind sogar konstitutiv für die Ausübung von Religion. Aber sie bezeichnen keine metaphysisch unterschiedlichen Welten, sondern sind beide Teil einer komplizierten Ordnung aus Moral, Reinheit und göttlichem Schutz, die mit verschiedenen Sichtweisen von Religion, Individuum und Gemeinwesen in Beziehung steht. Nicht wegen ihrer vermeintlichen Universalität, sondern ihrer historischen Dynamik wegen sind die Begriffe des Heiligen und Profanen hilfreich, um den sich abzeichnenden Wandel in der Beziehung von Religion und Alltag zu verstehen.

Alltag bildet hier einen zentralen Begriff, denn er ist der Schnittpunkt, an dem Religion und Konsum praktische Relevanz für Muslime gewinnen. ‐Alltag‐ steht generell für all das, was im Gegensatz zu Festen und sonstigen besonderen Situationen als ‐gewöhnlich‐ gilt.⁵ Als analytisches Konzept impliziert ‐Alltag‐ vor allem eine Perspektive, deren Augenmerk auf das Undramatische, Fragmentarische und wenig Differenzierte der gesellschaftlichen Praxis gerichtet ist. Den Alltag untersuchen heißt indes, weder bekannte Gegensatzpaare der

Stanford University Press, 2003, S. 30-37.

⁴Starrett, Gregory, ‐The Political Economy of Religious Commodities in Cairo‐, *American Anthropologist*, 97 (1995), 1, S. 51-68; Hirschkind, Charles, ‐The ethics of listening: cassette-sermon audition in contemporary Egypt‐, *American Ethnologist* 28 (August 2001), 3, pp. 623-649; Hirschkind, Charles, ‐Cassette Ethics: Public Piety and Popular Media in Egypt‐, in Birgit Meyer / Annelies Moors (eds.), *Religion, Media, and the Public Sphere*, Bloomington: Indiana University Press, 2006, S. 29-52; Schulz, Dorothea, ‐Promises of (im)mediate salvation: Islam, broadcast media, and the remaking of religious experience in Mali‐, *American Ethnologist* 33 (2006), 2, S. 210-229.

⁵Was im konkreten Fall als alltäglich gilt, ist nicht *a priori* gegeben. Eine Kirmes ist alltäglich für Personen, die Verkaufsstände betreiben, so wie die Beschäftigung mit abstrakten Konzepten für einen Philosophieprofessor Alltag darstellt.

sozialwissenschaftlichen Ideenwelt (wie etwa Öffentlich und Privat, Staat und Gesellschaft, Fundamentalistisch und Säkular) noch Abstufungen zwischen signifikanten und banalen Ereignissen vorauszusetzen. Methodisch ist erst einmal von der Annahme auszugehen, dass scheinbar banalste Ereignisse signifikant und relevante Gegensätze möglicherweise ganz woanders als erwartet zu finden sind.⁶

Für diese Untersuchung ist der Alltag auch zentral, weil zwischen ihm und der (vom Anspruch her) universellen Religion eine gewisse Spannung herrscht. Religion wird im gegenwärtigen Ägypten zu einem wesentlichen Teil als über dem Alltag stehend definiert, soll ihn aber auch regeln. Da Alltag jedoch zugleich Ambivalenz, Unvollkommenheit und Pragmatismus bedeutet und eine Kategorie der sozialen Realität darstellt, in welcher praktische Relevanz und Religionspraxis angesiedelt sind, droht er stets, die Gültigkeit der Religion zu unterwandern. Denn das tägliche Leben mag "halb-und-halb" sein, wie Salah bereitwillig zugab – Religion darf es seiner Ansicht nach niemals sein.

Dies zur Einleitung, um zum Ausgangspunkt dieser Untersuchung zu gelangen: Religiöse Güter – Amulette, Souvenirs, Bücher, Poster, Audiokassetten usw. – sind im Grenzbereich zwischen den (wie auch immer definierten) Kategorien von Heilig und Profan angesiedelt und gewinnen daraus ihre Bedeutung für die Gläubigen. Sie stehen für eine höhere Ordnung und für Autorität in den Wirren des Alltags, für einen göttlichen Schutz vor der Kontingenz des Daseins, für Unterhaltung mit metaphysischen Dimensionen. Religion wird, in der Praxis, vom Konsum nicht verwässert. Dass man religiöse Güter in Massen herstellen, Gewinn bringend verkaufen und konsumieren kann, verleiht der Religion zusätzlich Kraft und bringt sie ins Leben der Gläubigen.

Doch ist diese alltägliche Präsenz nicht unproblematisch. Es gibt teils sehr unterschiedliche Auffassungen, welche Güter und welche Art von Konsum religiös akzeptabel sind. Hinter diesen Auffassungen stehen grundsätzlich verschiedene Vorstellungen von Religion, Moral und vom Individuum, und darum geht es in

⁶Stokes, Martin, "Afterword: Recognizing the Everyday", in Kandiyoti, Deniz / Ayse Saktanber, *Fragments of Culture: The Everyday of Modern Turkey*, London: I.B.Tauris, 2002, S. 322-338, hier S. 325.

dieser Untersuchung. Im Folgenden werde ich ausgehend von vier Bildern versuchen, dem Zusammenspiel von Religion und Konsum auf den Grund zu gehen und aufzuzeigen, dass die Bedeutung, aber auch die Problematik religiöser Güter weniger darin liegt, wie sie sich auf das Verständnis vom Heiligen auswirken, als vielmehr welche Folgen sie für die moralische Ordnung und Praxis des Alltags im heutigen Ägypten haben.

Hierbei werde ich die Problematik von den Gegenständen her betrachten. Diese Perspektive ermöglicht es, Komplexität und Widersprüchlichkeit verschiedener Praktiken und Vorstellungen zu veranschaulichen. Es bedeutet aber nicht, dass die Dinge selbst die eigentlichen Handlungsträger sind. Dinge stehen für ihren Gebrauch, die Art und Weise wie Menschen mit ihnen umgehen und welche Bedeutung sie ihnen verleihen. Letztendlich geht es also nicht um Güter und den Konsum an sich, sondern um die Lebenswelt, die sich Menschen u.a. mittels ihres Konsums schaffen.

Die folgende Analyse besitzt vorerst nur für den Kontext dieser Untersuchung Gültigkeit: Muslime im gegenwärtigen Ägypten. Dass ähnliche Prozesse der Kommerzialisierung von Religion und Vermoralisierung des Konsums auch in anderen islamischen Ländern oder anderen Religionen zu finden sind, ist nicht zu übersehen. Aber ob sie wirklich der gleichen Logik – einer Disziplinierung des Alltags – folgen und zu den gleichen Problemen führen, ist eine Frage, die weit über den Rahmen dieser Untersuchung hinausgeht.

2. Kichererbsen

Das erste Bild wurde 2002 auf einem islamischen Heiligenfest aufgenommen und zeigt geröstete Kichererbsen auf einem Marktstand. Kichererbsen sind ein Sinnbild dieser Feste, die entfernt einer süddeutschen Kirchweih gleichen. Auf ihnen bietet das Heilige traditionell einen Anlass zur Gemeinschaftsbildung, zu Handel und Vergnügen, aber auch zu einer temporären Aufhebung der alltäglichen Ordnung.⁷

⁷Vgl. Madoeuf, Anna: “Les grands mûlid-s: Des vieux quartiers du Caire aux

Das Heilige ist in diesem Bild als *baraka* (Segen, Kraft, Charisma) anwesend, eine materiell übertragbare Kraft, über die solche Gegenstände verfügen und die ihnen göttlichen Schutz, Legitimation und Kraft verleiht. Die *baraka* ist an heilige Orte geknüpft und eindeutig verschieden vom profanen Alltag (was man schon an der Architektur und am Status von Moscheen und Heiligenschreinen erkennen kann), aber hiervon durch keine scharfe Grenze getrennt. Vielmehr existiert eine Hierarchie des Heiligen, die ähnlich der neuplatonischen Metaphysik aus verschiedenen Gradationen zwischen dem rein Göttlichen und dem bloß



Bild 1: Verkauf von Kichererbsen und Süßigkeiten auf einem Heiligenfest in Shuha im Nildelta. Foto: Samuli Schielke 2002.

Materiellen besteht. Durch das Prinzip der Emanation ist *baraka* vom Wesen her inklusiv, sie strahlt göttlichen Schutz und Legitimation an die umliegende Welt aus. Folglich gibt es am Pilgerort nichts, was bloß weltlich wäre: Handel und Vergnügen

territoires de l'islam", in Guy Di Méo (ed.), *La géographie en fêtes*, Paris: Ophrys, 2001, S. 155-165; Mayeur-Jaouen, Catherine, *Pèlerinages d'Égypte: Histoire de la piété copte et musulmane (XVe-XXe siècles)*, Paris: Éditions de l'EHESS, 2005; Schielke, Samuli, *Snacks and Saints: Mamluk Festivals and the Politics of Festivity, Piety and Modernity in Contemporary Egypt*, Diss., Universität van Amsterdam, 2006, Kapitel 2.

haben einen eigenen Anteil am Segen, der wiederum von Gegenständen und Gütern aufgenommen und transportiert werden kann. In dieser Vorstellung verwandeln sich Handelswaren, die am heiligen Ort verkauft werden, in religiöse Güter: Spielzeug, Süßigkeiten und Kichererbsen sind mit Segen und göttlichem Schutz behaftet, unabhängig von ihrem weltlichen Charakter.⁸

Nur im Zentrum des Heiligen gilt strikte Reinheit: Moscheen, der Koran und die heiligen Stätten des Islam sind durch strenge Reinheitsvorgaben geschützt und haben zugleich auch den größten Anteil an *baraka*. Anders als Kichererbsen ist der Koran nicht nur Träger, sondern eine Quelle von *baraka* und genießt dementsprechend einen besonderen Status – so sehr, dass im 19. Jahrhundert Korandrucke und im 20. Jahrhundert die Ausstrahlung von Koranrezitation über Rundfunk anfangs für reichlich Kontroversen sorgten, da sich in beiden Fällen die herkömmlichen Reinheitsvorgaben für den Umgang mit dem heiligen Buch nicht durchsetzen ließen.⁹ Die Reinheit des Heiligen steht aber nicht im Gegensatz zu seinem inklusiven Charakter: Der Koran an sich ist rein und über den Alltag erhaben, wird aber (als ganzes Buch, in Auszügen in der Form von gedruckten oder handgeschriebenen Versen, oder als Rezitation auf Audiokassette oder Rundfunk) auch als in Häusern, Geschäften, Taxis, eigentlich fast überall, als Amulett (*higab*) benutzt. Als solcher schützt er vor Unfällen, Neid und Unheil, beruhigt gestresste Gemüter beruhigt und heilt Krankheiten.

⁸Gilsenan, Michael, *Recognizing Islam: Religion and Society in the Modern Middle East*, revised ed., London: Tauris, 2000 [1982¹], S. 177.

⁹Für die Kontroverse um Koran und Rundfunk vgl. Larkin, Brian, *Uncertain Consequences: The Social and Religious Life of Media in Northern Nigeria*, Diss., New York University, 1998.



Bild 2: Korane und andere religiöse Bücher auf einem Verkaufsstand bei der al-Husain-Moschee in Kairo. Foto: Samuli Schielke 2002.

3. Das Wort Gottes

Hiermit kommen wir zum zweiten Bild: dem gedruckten religiösen Buch, vor allem dem Koran. Es gibt keine Tradition des Islams, in welcher der Koran nicht einen absolut zentralen Stellenwert besäße. Über seine Bedeutung für den Alltag herrschen jedoch höchst unterschiedliche Vorstellungen. Der Jahrhunderte langen Tradition der inklusiven *baraka* steht seit dem 20. Jahrhundert verstärkt eine exklusive Intellektualisierung des Heiligen als Objekt und Ergebnis rationaler Meditation gegenüber. Der Koran existiert, damit man ihn liest, versteht und danach handelt. Aus dieser Sicht scheinen das Markttreiben auf einem Heiligenfest, aber auch der Amulettcharakter des heiligen Buches die Religion zu banalisieren.¹⁰ Das Heilige, so meinen viele Intellektuelle (interessanterweise sowohl religiöse als auch säkulare), darf und kann Profanität nicht legitimieren. Im Gegenteil lenkt jeder profane Bezug ab vom Idealbild der rationalen Kontemplation über die Normen der Religion. *Baraka* ist als eine Kraft konzipiert, die keinerlei Schutzes bedarf. Das Heilige im rationalistischen Sinn ist jedoch immens fragil und schutzbedürftig.¹¹ Deswegen scheint der Jahrmarktcharakter eines Heiligenfestes eine ungeheure Verletzung der Würde und Reinheit eines heiligen Ortes oder Anlasses.

Hierbei fällt auf, dass die rationalistische Sicht des Heiligen eindeutig mit Klassenunterschieden verbunden ist. Die Kritik an Amuletten und ihrem *baraka* und allgemein der intellektuelle Zugang zur Religion bilden einen Weg, für sich selbst einen höheren Status in der gesellschaftlichen Hierarchie zu beanspruchen als jemand, der primär nur einen rituellen Zugang zur Religion besitzt. Aber wir sollten uns vor einer schlichten Gegenüberstellung von Arm und Reich hüten. Der Staatsangestellte Salah, der Heiligenfeste aufs Schärfste kritisiert, verdient nicht mehr Geld (eher weniger) als sein Bruder, der Metzger ‘Abdallah, der den Festen sehr positiv gegenüber steht. Amulette sind, wie Starrett zeigt, in allen gesellschaftlichen

¹⁰Vgl. Starrett, “The Political Economy of Religious Commodities”, S. 61-63, Douglas, Mary, *Natural Symbols*, London etc.: Routledge, 2003 (1970¹), S. 22: “[t]he move away from ritual is accompanied by a strong movement towards greater ethical sensitivity”

¹¹Schielke, *Snacks and Saints*, S. 94.

Schichten verbreitet und in der Tat keineswegs nur Praxis für Arme und Benachteiligte, sondern ebenso für soziale Aufsteiger und Wohlhabende. Amulette sollen außer der eigenen Gesundheit vor allem Kapitalgüter schützen: Taxis, Minibusse, Ladenlokale, Gemüsekarren, also alles, was Wohlstand schafft und somit Neid stiftet.

Die Kritik an der *baraka* religiöser Güter drückt vielmehr die intellektuelle Distinktion seitens Menschen aus, die ihren sozialen Status primär durch ihre Nähe zur intellektuellen Produktion (im weitesten Sinne) definieren: Angestellte, Beamte, Lehrer, Studenten, Freiberufler und Intellektuelle.¹² Verkompliziert wird diese Distinktion, weil die gesamte Ideologie der rationalistischen Auslegung von Religion gleichzeitig eine selbst gestellte Aufgabe wahrnehmen will, nämlich "die Massen" zu leiten und zu erziehen. Obwohl ein Mittel zur Distinktion, ist Religion in diesem rationalistisch-ethischen Sinne potentiell Bestandteil einer umfassenden gesellschaftlichen Reform.

Man könnte nun voreilig annehmen, Vertreter einer rationalistischen Sicht des Heiligen würden sich zumindest im Allgemeinen gegen die Kommerzialisierung der Religion wenden. Dem ist nicht so. Aus ihrer Sicht, die sonst wohl dem Eliad'schen Gegensatzpaar am nächsten käme, stellt selbst ein offenkundiger Warencharakter der Religion nicht unbedingt ein Problem dar. Dieselben Leute, die den Handel mit Kichererbsen bei einem Heiligenfest aufs Schärfste verurteilen, finden die Allgegenwart und den Warencharakter des Koran selbstverständlich. Dass der Koran industriell gedruckt, in Pappkartons vertrieben und in Geschäften verkauft wird, ist unwesentlich, da nicht Produktion und Handel, sondern der Endzweck das primäre Kriterium darstellen.¹³ (Unwesentlich ist auch die Herstellung von religiösen Postern und Aufklebern in chinesischen Fabriken, die gleichzeitig andere Religionen mit ähnlichen Produkten beliefern.) In der älteren Handschriften-Tradition stellte das Anfertigen einer Koranhandschrift noch eine fromme Tat dar und unterlag rituellen Reinheitsregeln. Heute sind Produktion und Konsum konzeptuell getrennt: Sobald sie über die Ladentheke wandern, überqueren Poster, Audiokassette und Buch eine

¹²Starrett, "The Political Economy of Religious Commodities", S. 64-65.

¹³Ibid., S. 58

Grenze und wandeln sich vom profanen Erzeugnis zum nötigen Utensil für religiöse Inspiration und Meditation.¹⁴

Daher ist, weiter gefasst, nicht der Handel an sich ein Problem, sondern die althergebrachte, auf *baraka* fußende ethische Ordnung. In der rationalistischen Lesart kann das Heilige nur für das stehen, was es sanktioniert, es darf aber niemals eine breite, undefinierte Skala von Dingen und Handlungen legitimieren, die vielleicht mit seiner Botschaft im Widerspruch stehen. Religion muss ethisch disziplinieren und religiöse Güter müssen zu dieser Disziplinierung beitragen, sonst ist sie von Banalisierung oder gar Verunreinigung bedroht.

Das Heilige in seiner rationalistischen Lesart ist also, obwohl exklusiv, keineswegs getrennt vom profanen Alltag. Im Gegenteil: Religion muss überall präsent sein. Dies ist besonders ausgeprägt in der Welle religiösen Moralismus, die Ägypten seit den 1970er Jahren überrollt. Im Sinne der Salafiya-Bewegung und des politischen Islam, und entgegen der liberalen Vorstellung vom religiösen Subjekt, ist Religion keine Privatsache. Frömmigkeit und moralische Aufrichtigkeit jedes einzelnen Gläubigen sind vielmehr der Schlüssel zum Schicksal der gesamten Gemeinschaft. Religion ist folglich eine allgegenwärtige Ordnung, die nicht auf Moschee und Gebet beschränkt bleiben darf; sie muss eine verbindliche Richtschnur für den gesamten Lebenswandel bilden. (Es sollte nicht überraschen, dass liberal eingestellte Ägypter, die einer Trennung von religiöser Privatsphäre und säkularer Gesellschaft das Wort reden, in genau dieser Allgegenwart die Gefahr einer Verwässerung und Banalisierung sehen.)¹⁵

In der Tat ist der ägyptische Alltag heute durchdrungen von Religion in Form verschiedener (nicht immer kommerzieller) Güter: Poster, Aufkleber, Korane, Audiokassetten mit Koranrezitationen oder Predigten. Heute findet man den Koran in beinahe jedem Taxi an einer sichtbaren Stelle und jede längere Busfahrt wird mit einigen Minuten Koranrezitation eröffnet. Nahezu jedes Haus und Geschäft, das Muslimen gehört, ist mit Koranversen, mit Fotos von heiligen Stätten und mit dem Porträt des 1998 verstorbenen Fernsehpredigers Scheich Muhammad Mutawalli al-

¹⁴Ibid., S. 58-59.

¹⁵Vgl. *ibid.*, S. 64.

Sha‘rawi geschmückt. Und damit kommen wir zum dritten und vielleicht komplexesten Bild: dem Aufkleber mit dem Bild von Sha‘rawi.

4. Der Prediger

Scheich Muhammad Mutawalli al-Sha‘rawi entwickelte in den 1970er und 80er Jahren eine unvergleichliche Popularität. Durch seine Fernsehpredigten, die immer freitags ausgestrahlt wurden, war er in jedem Wohnzimmer und jedem Café mit seiner konservativen Moral und seiner leicht zugänglichen, umgangssprachlichen Interpretation des Korans präsent. “Der Mann, der dem Koran ein Gesicht gab”¹⁶, entwickelte sich zur Ikone einer gesellschaftlich konservativen, politisch staatstragenden Religiosität. Er ist es auch nach seinem Tod geblieben, verewigt auf Postern, Aufklebern und natürlich mit Wiederholungen seiner Predigten im Fernsehen. Auf dem dritten Foto sehen wir ihn als Ikone in einem Minibus. Einen aufgeschlagenen Koran vor sich, schaut der Prediger hinüber zu den Fahrgästen. Oberhalb der Windschutzscheibe befinden sich weitere Aufkleber, allesamt Koranzitate, Gebete und Aufrufe wie “Vergiss nicht, Gott zu gedenken!”.

Diese Aufkleber sind Amulette, repräsentieren daneben aber die rechte religiöse Gesinnung, sie sind Aufrufe an die Fahrgäste und dienen als Dekoration. Sie bieten ein ambivalentes Bild, stehen sie doch für ein Fortbestehen von *baraka* – der Name und das Wort Gottes sind kraftvolle Amulette, die vor Neid und Unheil schützen. Aber als Amulette sind sie auch eingebettet in die Praxis eines ethischen Konsums. Anders als Kichererbsen besitzen diese Aufkleber *baraka*, weil sie auf den rechten Pfad führen und zu einer frommen Gesinnung beitragen. Sie bilden indes ebenso wenig eine eigene dingliche Kategorie wie gewöhnliche Aufkleber, sondern zeichnen sich durch ihren disziplinierenden und schützenden Charakter aus. Damit besteht kein Gegensatz mehr zwischen sakraler Religionsausübung und profanem

¹⁶Vgl. Chih, Rachida / Catherine Mayeur-Jaouen, “Le cheikh Sha‘râwî et la télévision: l’homme qui a donné un visage au Coran”, in Mayeur-Jaouen, Catherine (ed.), *Saints et Héros du Moyen-Orient contemporain*, Paris: Maisonneuve et Larose, 2002, pp. 189-209.



Bild 3: Aufkleber mit dem Bild von Scheich Muhammad Mutawalli ash-Sha'rawi in einem Minibus nahe dem Dorf Minyat al-Murshid im Nildelta. Foto: Samuli Schielke 1999.

Konsum, sondern zwischen einem - religiös begründeten - ethischen und einem hedonistischen Konsum.¹⁷

Anders gesagt besitzt Konsum eine religiöse Dimension, wie Gregory Starrett

¹⁷Dies ist allerdings keine generell gültige Unterscheidung, sondern nur die Art und Weise, wie Menschen ethischen Konsum durch den Kontrast zu "unethischen" Formen (von der Popmusik bis hin zur Pornografie) definieren. Darüber hinaus gibt es eine große Skala an Konsumgütern – Autos, Kochtöpfe, Milch usw. –, die nicht von diesem Gegensatz betroffen sind. Auch bei solchen, moralisch und religiös unbelasteten Gütern kann es Tendenzen zu einem ethischen Konsum geben, wengleich dies im Allgemeinen nicht ihr wesentliches Charakteristikum ist. So sind viele Menschen darüber besorgt, ob bestimmte Waren rituell erlaubt (*halal*) oder verboten (*haram*) sind. Einmal für *halal* erklärt, ist eine Ware unproblematisch und erhält dadurch meist noch keinen religiösen Status. Die neuerliche Tendenz zu Boykottkampagnen gegen Israel, USA und zuletzt Dänemark kann allerdings auch den scheinbar neutralsten Konsumgütern eine neue ethisch-politische Dimension verleihen.

schon 1995 angemerkt hat: "[T]he commodity situation of religious objects has become a permanent rather than a temporary feature."¹⁸ Es ist weder möglich noch sinnvoll, zwischen "eigentlicher" Religionsausübung und dem Konsum religiöser Güter zu unterscheiden. Dies zeigt sich täglich in Ägypten. Kassetten mit Koranrezitationen und Predigten findet man auf Marktständen und in Geschäften neben gewöhnlichen Musikkassetten, Poster religiösen Inhalts neben denen von Popstars – und dies nicht nur im öffentlichen Leben, sondern auch daheim. Diese Güter ermöglichen es, fromm zu sein und sich bei alltäglichsten Situationen auf die Religion zu besinnen: im Auto, in der U-Bahn, bei der Arbeit. Durch ihren öffentlichen Charakter führen insbesondere Kassettenpredigten auch regelmäßig zu Diskussionen und Debatten über die richtige Deutung und Anwendung religiöser Normen.¹⁹ Schließlich bieten sie eine alternative, moralisch unbedenkliche Form von Unterhaltung. Statt Liebeslieder zu hören oder Pin-up-Fotos anzusehen, besinnt man sich auf seine moralische Verantwortung, lernt den Tag der Auferstehung und die Höllenqualen fürchten²⁰ und versucht, ein besserer Gläubiger zu werden. Dass Religion dabei mit materiellem Wohlstand, ästhetischem Genuss und Lebensfreude in Verbindung gebracht wird, ist meist kein Gegensatz, solange dies dem Primärzweck der ethischen Selbstdisziplin nicht widerspricht. Die Kombination hat daher ganz wesentlich zum Erfolg einer neuen Generation von Predigern beigetragen (mit 'Amr Khalid als dem berühmtesten); sie sprechen ein sozial aufstrebendes Publikum an, dem sie die Einheit religiöser Gesinnung und kapitalistischen Wohlstands verheißen. Schließlich trägt der ethische Konsum auch zur Entwicklung einer Wertegemeinschaft (*moral community*) bei. Er formt nicht nur individuelle

¹⁸Starrett, "The Political Economy of Religious Commodities", S. 64.

¹⁹Hirschkind, Charles, "Cassette Ethics".

²⁰Saba Mahmood hat gezeigt, dass in der gegenwärtigen *salafyya*-Bewegung Gottesfurcht nicht bloß eine Antriebskraft zur Frömmigkeit ist, sondern als wesentliches Element der religiösen und moralischen Urteilskraft gilt. Sich vor der Hölle zu fürchten, heißt in der Lage sein, Richtiges vom Falschen zu unterscheiden und das Richtige anstreben zu können. Mahmood, Saba, *Politics of Piety: The Islamic Revival and the Feminist Subject*, Princeton: Princeton University Press, 2005, S. 140-145.

Einstellungen, sondern prägt auch Umgangsformen in der Öffentlichkeit. So werden religiöse Güter gleich Handlungen zu Zeichen und Konstituenten einer moralisch aufrechten, frommen Gesinnung. Dorothea Schulz sieht darin in ihrer jüngsten Studie über Kassettenpredigten in Mali ein wesentliches Merkmal ethischen Konsums:

“Moral community, then, emerges not only through empathy and moral identification with a religious leader but also through the physical and sensory experiences related to the circulation and consumption of media products. Cassette sermons simultaneously index and create the community of believers to which they appeal. Although they circulate as commodities, they are imbued with a relevance that transcends conventional understandings of their use value.”²¹

Die Ausweitung von Religion durch ethischen Konsum bedeutet, so Schulz, daher keineswegs deren Banalisierung oder Verwässerung:

“[T]he increasing engagement with emblems and products of a commercial, mass-mediated Islam does not dilute believers’ religious conviction. Neither does it undermine the sincerity of their claims and search for moral improvement.”²²

Dennoch hat dieser Prozess zu neuen Spannungen und Widersprüchen geführt, die das gesamte Projekt der moralischen Reform zu relativieren drohen – die Widersprüche sind nicht so sehr eine Folge der Auswirkungen des Konsums auf die Religion, sondern der Erwartungen, die auf Grund der Allgegenwart von Religion an das Alltagsleben gestellt werden.

Wenn nämlich das Leben durchsetzt ist von Dingen, Konsumpraktiken und Diskursen, zugleich Zeichen von und Mittel zur Religiosität, entsteht früher oder später ein Widerspruch zwischen den oben beschriebenen Erwartungen und dem tatsächlichen Lebenswandel der Menschen, wie bereits meine eingangs zitierte Diskussion mit Salah gezeigt hat. Der Alltag ist immer “halb-und-half” und folgt nicht unbedingt rationalistischen Definitionen. In der Vergangenheit hat *baraka* die Widersprüche aufzufangen vermocht. Seine inklusive Qualität ermöglichte eine weit gehende Toleranz für kleinere und bisweilen größere Abweichungen von religiös-

²¹Schulz, “Promises of (im)mediate salvation”, S. 220.

²²Ibid., S. 223

moralischen Idealen, war das Heilige doch kraft seiner selbst mächtig und durch kleine Vergehen der Gläubigen nicht gefährdet. Hieraus resultierte eine flexible Auffassung von Ordnung, die Reinheit nur im Kernbereich der Religion vorschrieb und eine ambivalente Alltagserfahrung zuließ. Die Idee der ethischen, persönlichen Läuterung (ein zentrales Anliegen nicht nur für das Projekt einer religiösen Reform, sondern auch für dessen Zwillingschwester, die säkulare Moderne) verbietet indes eine solche Ambivalenz. Aus diesem Grund, nicht weil Kichererbsen an sich eine wie auch immer geartete Gefahr für die Religion darstellen, gilt diese Tradition seit dem 20. Jahrhundert als Ursache für Schwäche und Rückständigkeit der Muslime. Nach dem Verständnis der aufsteigenden nationalistischen und modernistischen Bewegungen – religiöser wie säkularer Spielart – sollten seither Fortschritt und moralische Qualität der Nation ganz wesentlich auf disziplinierten Bürgern beruhen.²³

Offen zu Tage treten die Spannungen zwischen religiösem Konsum und rationalistischer Religionsinterpretation besonders dort, wo Letztere an ihre Grenzen stößt. Denn ein rationalistisch akzeptabler Konsum setzt nicht nur voraus, dass religiöse Güter zur moralischen Disziplin beitragen, sondern stellt die – nur scheinbar paradoxe – Erwartung auf, dass dem auch immer so sei. Dies zeigt sich in aller Deutlichkeit an den oft sehr heftigen Reaktionen, wenn religiöse Güter mit Liebe und Sexualität in Verbindung gebracht werden. Nehmen wir zum Beispiel das Kopftuch. Das Kopftuch der Frauen gilt bis heute als Symbol eines guten, religiösen, moralisch einwandfreien Lebenswandels, und die Kritik am Kopftuch wird leicht als Angriff auf die Integrität muslimischer Frauen interpretiert. Inzwischen trägt aber die überwältigende Mehrheit ägyptischer Frauen Kopftuch, das Kleidungsstück ist längst kein Zeichen besonderer Frömmigkeit mehr. Eigenartigerweise sieht man es im Kino und Fernsehen jedoch so gut wie nie. Dort agieren weibliche Filmstars mit offener Haarpracht ebenso wie Popsängerinnen, Theaterschauspielerinnen, Fernsehmoderatorinnen und Nachrichtensprecherinnen. Dies liegt zum Teil an der stark säkularistischen Tradition dieser Medien,²⁴ vor allem aber an Gegensätzen

²³Vgl. Schielke, *Snacks and Saints*, S. 105-110.

²⁴Vgl. Abu-Lughod, Lila, *Dramas of Nationhood: The Politics of Television in Egypt*, Cairo:

zwischen einem öffentlichen Bild von Weiblichkeit, Romantik und Erotik und einem öffentlichen Bild des Islams. Beide Bilder sind legitime Bestandteile der ägyptischen Öffentlichkeit, aber sie öffentlich zusammenführen hieße, die Geltungsansprüche sowohl der Religion als auch der säkularen Moderne zu untergraben. In der Praxis kommen sie indes tagtäglich zusammen: Menschen, die religiöse Aufkleber in ihren Autos und Häuser anbringen, halten meist auch islamische Kleidung für Frauen wünschenswert, sie kaufen Kassetten mit Koranrezitationen und spielen sie ab – aber die gleichen Menschen gehen ins Kino, in ihren Wohnungen hängen neben religiösen Aufrufen weltliche Poster mit Sängerinnen und Sängern, sie flirten in Straßen und an Arbeitsplätzen, sie schauen sich Pornos zu Hause an und vieles mehr. Und sie tun es oft beinahe gleichzeitig. Darin liegt der Grundwiderspruch eines ethischen Konsums, der zum Bestandteil einer umfassenden religiös definierten Ethik geworden ist: Wenn sich die Allgegenwart der Religion als moralische Disziplin zum allgemeinen Idiom entwickelt, ist sie nicht auf einige wenige engagierte religiöse Aktivisten beschränkt, sondern umfasst nahezu die gesamte Gesellschaft mit all ihren Widersprüchen, was wiederum die Glaubwürdigkeit ethischen Konsums unterwandern kann.

4. Die Busfahrt

Kein Wunder also, dass ein in 2005 gedrehter Kurzfilm, der beide Bilder und ihre Widersprüchlichkeit zusammengeführt hat, für einige Kontroverse sorgte. Mein viertes Foto stammt aus jenem Film, *Das fünfte Pfund* von Ahmed Khaled.²⁵ Ein junger Mann und eine junge Frau, letztere mit Kopftuch, treffen sich jeden Freitag in einem Bus, der, mit Klimaanlage ausgestattet und mit wenigen Fahrgästen, zu einem verhältnismäßig hohen Preis von zwei Pfund (ca. 70 Cent) zum anderen Ende Kairos aufbricht. Das Liebespaar sitzt ganz hinten in der Hoffnung auf einen intimen Moment, während der Busfahrer Koranrezitationen aus dem Autoradio hört, dabei

The American University Press, 2005.

²⁵*al-Gunaih al-khamis* (The Fifth Pound), Regie: Ahmed Khaled, mit Hisham Fouad, Yafa Qwealy, Ahmed Tawfik u.a., Ägypten 2005.



Bild 4: *Der Fünfte Pfund* von Ahmed Khaled.

die jungen Leute durch den Rückspiegel beobachtet, raucht und aus dem Fenster spuckt. Während das Paar versucht, gegenseitige Berührungen möglichst heimlich zu halten, fantasiert der Fahrer, wie er zu der Frau geht, sie küsst und auszieht. Zurück in der Realität und an der Endhaltestelle angekommen, steigen die Liebenden aus und der junge Mann drückt dem Fahrer einen Pfundschein in die Hand (zusätzlich zu den vier Pfund, die die Fahrt für beide zusammen gekostet hat, daher das “fünfte Pfund”). Die Erzählerstimme im Off schließt mit dem Satz: “Wir hatten nichts getan und er hatte nichts gesehen.”

Der Film löste einen kleinen Skandal aus. Zwei unabhängige Kulturzentren weigerten sich, ihn zu zeigen.²⁶ Was als skandalös empfunden wurde, war jedoch

²⁶Es hadelte sich um Saqiyat as-Sawy und das französische Kulturzentrum. Anschliessend zeigte das russische Kulturzentrum den Film in Kairo. Gleichzeitig wurde der Film auch auf vielen Filmfestivals in Europa und im Nahen Osten gezeigt. Interessanterweise hatten staatliche Kulturbehörden kein Problem damit, den Film auf internationalen Festivals zu zeigen, was vielleicht auf die bereits erwähnte starke

nicht die (für ägyptische Maßstäbe) erotische Handlung – Ähnliches kann man in fast jedem ägyptischen Film sehen –, sondern dass die Frau ein Kopftuch trug und der Busfahrer Koranrezitationen hörte, derweil er rauchte, spuckte und erotische Fantasien hatte. Viele Kritiker erachteten es als unakzeptabel, eine islamisch gekleidete Frau bei derart "intimen" Handlungen zu zeigen, noch dazu untermalt von Koranrezitationen. Die Empörung ist umso interessanter, weil es sich bei der intimen Busfahrt des Liebespaares um keine erfundene Szene handelt, sondern um etwas, was durchaus öfter in öffentlichen Verkehrsmitteln vorkommt. Doch zeigt sich in den ablehnenden Reaktionen die Erwartung, religiöser Konsum – islamische Kleidung, die auditive Koranrezitation – *müsse* (und solle nicht nur) mit einer hohen religiösen Moral einhergehen. Deswegen war die öffentliche Vorführung des Films gleichbedeutend mit einer Diskreditierung des Projekts der moralischen Reform von Individuum und Gesellschaft. Bedingt durch das Abhängigkeitsverhältnis von individueller Moral und islamischer Gemeinschaft als Ganzem (zusätzlich verstärkt vom weit verbreiteten Gefühl vieler Muslime, ständig von anti-islamischen Verleumdungskampagnen heimgesucht zu werden), wird jede Repräsentation von Menschen, die in ihrer Eigenschaft als Muslime handeln, zugleich als eine Repräsentation des Islam als Ganzes angesehen. Während also der Filmmacher (aus einer deutlich liberalen Perspektive, muss angemerkt werden) die Doppelmoral im Alltag kritisieren wollte, sahen viele Kritiker darin eine Gleichsetzung des Islams mit Doppelmoral und Respektlosigkeit. Zu zeigen, dass Frauen mit Kopftuch oder Männer, die Koranversen zuhören, keine ideale islamische Moral verkörpern, ist ein Schlag gegen die Grundfesten der Vorstellung von Religion als einer allgegenwärtigen

säkularistische Tradition der staatlichen Medien und Kulturinstitutionen zurückzuführen ist. *Cairo Magazine*, 24.5.2005: Ursula Lindsey, "Anti-climax: A film about sex leaves its director frustrated"

http://www.cairomagazine.com/?module=displaystory&story_id=950&format=html

(30.6.2006); *al-Abram al-'arabi*, 16.4.2005: Sami Kamal ad-Din, "al-Gunaih al-Khamis fi al-otobis al-mukayyaf mamnu",

<http://arabi.ahram.org.eg/arabi/ahram/2005/4/16/WEEK13.HTM> (30.6.2006); *al-Abram*

al-'arabi, 30.4.2005: 'Ala ash-Shafi'i, "Ahdath tadur dakhil al-otobis al-mukayyaf: al-gunayh al-khamis yuwagih izdiwagiyat al-mugtama'!",

<http://arabi.ahram.org.eg/arabi/ahram/2005/4/30/ARTB1.HTM> (30.6.2006).

Disziplin im Alltag.

Nur sind solche Konflikte auch künftig zu erwarten.²⁷ Das Projekt der Moralisierung der Gesellschaft trägt die Widersprüche in sich. Solange religiöse Güter wie in diesem Fall Kopftuch und Audiokassetten Messlatte und Mittel der Religiosität darstellen, und solange die Einstellung des Einzelnen der gemeinschaftlichen Ordnung gleichgesetzt wird, bleibt eine Spannung bestehen zwischen der Erwartung, religiöse Güter könnten moralische Disziplin bewirken, dem Fortbestehen der *baraka*, die eine solche Disziplin nicht voraussetzt, und der zunehmenden Normalisierung religiöser Güter in einer Alltagswelt, die nicht immer von moralischer Disziplin geprägt ist.

Yael Navaro-Yashin hat eine ähnliche Entwicklung in der islamischen Mode der Türkei beobachtet, wo die Entwicklung eines islamistischen kommerziellen Sektors zu neuen Widersprüchen geführt hat. Das Kopftuch, so argumentiert sie, hat sich immer weiter als Symbol verselbstständigt:

“It appears [...] that the signifier ‘headscarf’ has [...] taken a life of its own, living by itself even beyond its problematic representation. The veil has a social life, a different one now, as a signifier. It does not simply refer to female religiosity or belief. It has gained meaning in and of itself, and almost independently of belief. It symbolises itself, and in itself refers to the politics of identity, opposed to secularists and the ‘secular state’”²⁸

Diese Sicht einer Politik der Identität (*politics of identity*)²⁹ unterstreicht aber nur einen

²⁷Ein weiterer, jüngst aufgeführter Film, der z.T. aus ähnlichen Gründen als skandalös gilt, ist *Marock* (Regie: Laila Marrakchi, Marokko 2006). Er erzählt vom rebellischen Leben einer jungen Frau. Vgl. *NRC Next*, 22.6.2006: Steven Adolf, “Drank, seks en de islam bespotten: De cultfilm ‘Marock’ ontketent in Marokko een fel politiek debat”, S. 6-7.

²⁸Navaro-Yashin, Yael, “The Market of Identities: Secularism, Islamism, Commodities”, in Kandiyoti, Deniz / Ayse Saktanber (Hrsg.), *Fragments of Culture: The Everyday of Modern Turkey*, London, etc.: I.B. Tauris, 2002, S. 221-253, hier S. 247.

²⁹Vgl. auch White, Jenny B., “The Islamist Paradox”, in Kandiyoti, Deniz / Ayse Saktanber (Hrsg.), *Fragments of Culture: The Everyday of Modern Turkey*, London, etc.: I.B. Tauris,

Aspekt eines Gegenstandes, wie es das Kopftuch darstellt: den Charakter als politisch-religiöses Symbol. Zweifellos trifft dies auf das Kopftuch zu, aber zugleich ist das Kopftuch auch ein Mittel und Zeichen einer moralischen Disziplin³⁰ und ein modisches Kleidungsstück. Alle diese Merkmale, die auch viele andere religiöse Gegenstände auszeichnen, lassen sich nicht harmonisch zusammenführen. Auf diskursiver Ebene existieren sie in parallelen Welten: der Welt der politischen Repräsentation, der Welt des ethischen Konsums, der Welt der kommerziellen Mode – Ebenen, die im Alltag zusammenkommen. Je stärker ein religiöser Gegenstand eine Eigendynamik als Ware entwickelt, und je weiter der Alltag von religiösem Konsum saturiert wird, desto unkontrollierbarer und unberechenbarer werden die Bedeutungen, die dem Gegenstand durch seinen Gebrauch verliehen werden:

“Consumption-based strategies can never take everything into account. The commodity form is never simply amendable to ideological control. The commodity fetish, as Marx constantly reminds us, leads its own life - it ‘thinks us’, no matter how much we like to believe we are capable of ‘thinking it’.”³¹

Die Ambivalenz des Alltags und die konsumptive Eigendynamik können die disziplinierende Funktion eines ethisch definierten Konsums religiöser Güter sogar auf den Kopf stellen: Statt Ambivalenz durch eine klare Ordnung zu ersetzen, erhält ethisch geprägter Konsum doch wieder eine legitimierende Funktion, die er per Definition nicht haben darf. Die Symbiose aus symbolischen und ethischen Funktionen des Konsums ist in der Praxis letztendlich unhaltbar, auf ideologischer Ebene jedoch unvermeidlich. Dies heißt freilich noch lange nicht, dass damit das salafitisch-islamistische Projekt einer Vermoralisierung des Alltags gescheitert wäre. Es verstrickt sich in kleine, alltägliche Widersprüche, die Skandale nach sich ziehen können. Abzuwarten bleibt, ob die durchaus spannungsreiche Situation nicht ein Endergebnis, sondern nur eine Stufe eines Wandels im Verständnis und in der Praxis

2002, S. 191-217.

³⁰Für diese Perspektive siehe Mahmood, *Politics of Piety*, S. 134-139.

³¹Stokes, Martin, “Afterword: Recognizing the Everyday”, in Kandiyoti, Deniz / Ayse Saktanber (Hrsg.), *Fragments of Culture: The Everyday of Modern Turkey*, London etc.: I.B.Tauris, 2002, S. 322-338, hier S. 331.

des Heiligen im modernen Islam darstellt.

Literatur

- Abu-Lughod, Lila, *Dramas of Nationhood: The Politics of Television in Egypt*, Cairo: The American University Press, 2005.
- *al-Abram al-'arabi*, 16.4.2005: Sami Kamal ad-Din, "al-Gunaih al-Khamis fi al-otobis al-mukayyaf mamnu", <http://arabi.ahram.org.eg/arabi/ahram/2005/4/16/WEEK13.HTM> (30.6.2006).
- *al-Abram al-'arabi*, 30.4.2005: 'Ala ash-Shafi'i, "Ahdath tadur dakhil al-otobis al-mukayyaf al-gunayh al-khamis yuwagih izdiwagiyat al-mughtama!", <http://arabi.ahram.org.eg/arabi/ahram/2005/4/30/ARTB1.HTM> (30.6.2006).
- Asad, Talal, *Formations of the Secular: Christianity, Islam, Modernity*, Stanford, CA.: Stanford University Press, 2003.
- *Cairo Magazine*, 24.5.2005: Ursula Lindsey, "Anti-climax: A film about sex leaves its director frustrated" http://www.cairomagazine.com/?module=displaystory&story_id=950&format=html (30.6.2006)
- Chih, Rachida / Catherine Mayeur-Jaouen, "Le cheikh Sha'râwî et la télévision: l'homme qui a donné un visage au Coran", in Mayeur-Jaouen, Catherine (ed.), *Saints et Héros du Moyen-Orient contemporain*, Paris: Maisonneuve et Larose, 2002, pp. 189-209.
- Douglas, Mary, *Natural Symbols*, London etc.: Routledge, 2003 (1970¹).
- Durkheim, Emile, *Les formes élémentaires de la vie religieuse: Le système totémique en Australie*, 5th ed., Paris: Librairie Félix Alcan, 1912.
- Eliade, Mircea, *Le Sacré et le Profane*, Paris: Gallimard, 1965.
- Gilsenan, Michael, *Recognizing Islam: Religion and Society in the Modern Middle East*, revised ed., London: Tauris, 2000 [1982¹].
- *al-Gunaih al-khamis* (The Fifth Pound), Regie: Ahmed Khaled, mit Hisham Fouad, Yafa Qwealy, Ahmed Tawfik u.a., Ägypten 2005.
- Hirschkind, Charles, "The ethics of listening: cassette-sermon audition in contemporary Egypt", *American Ethnologist* 28 (August 2001), 3, pp. 623-649.
- Hirschkind, Charles, "Cassette Ethics: Public Piety and Popular Media in Egypt", in Birgit Meyer / Annelies Moors (eds.), *Religion, Media, and the Public Sphere*, Bloomington: Indiana University Press, 2006, S. 29-52.

- Kandiyoti, Deniz / Ayse Saktanber (eds), *Fragments of Culture: The Everyday of Modern Turkey*. London: Tauris, 2002.
- Larkin, Brian, *Uncertain Consequences: The Social and Religious Life of Media in Northern Nigeria*, PhD Thesis, New York University, 1998.
- Madoeuf, Anna: "Les grands mûlid-s: des vieux quartiers du Caire aux territoires de l'islam," in Guy Di Méo (ed.), *La géographie en fêtes*, Paris: Ophrys, 2001, S. 155-165.
- Mahmood, Saba, *Politics of Piety: The Islamic Revival and the Feminist Subject*, Princeton: Princeton University Press, 2005.
- Mayeur-Jaouen, Catherine, *Pèlerinages d'Égypte: Histoire de la piété copte et musulmane (XVe-XXe siècles)*, Paris: Éditions de l'EHESS, 2005.
- Navaro-Yashin, Yael, "The Market of Identities: Secularism, Islamism, Commodities", in Kandiyoti, Deniz / Ayse Saktanber (Hrsg.), *Fragments of Culture: The Everyday of Modern Turkey*, London, etc.: I.B. Tauris, 2002, S. 221-253, hier S. 247.
- *NRC Next*, 22.6.2006: Steven Adolf, "Drank, seks en de islam bespotten: De cultfilm 'Marock' ontketent in Marokko een fel politiek debat", S. 6-7.
- Schielke, Samuli, *Snacks and Saints: Mawlid Festivals and the Politics of Festivity, Piety and Modernity in Contemporary Egypt*, Diss., Universiteit van Amsterdam, 2006.
- Schulz, Dorothea, "Promises of (im)mediate salvation: Islam, broadcast media, and the remaking of religious experience in Mali", *American Ethnologist* 33 (2006), 2, S. 210-229.
- Starrett, Gregory, "The Political Economy of Religious Commodities in Cairo", *American Anthropologist*, 97 (1995), 1, S. 51-68.
- Stokes, Martin, "Afterword: Recognizing the Everyday", in Kandiyoti, Deniz / Ayse Saktanber (Hrsg.), *Fragments of Culture: The Everyday of Modern Turkey*, London etc.: I.B.Tauris, 2002, S. 322-338.
- White, Jenny B., "The Islamist Paradox", in Kandiyoti, Deniz / Ayse Saktanber (Hrsg.), *Fragments of Culture: The Everyday of Modern Turkey*, London, etc.: I.B. Tauris, 2002, S. 191-217.