

Kim Knibbe

Spiritualiteit en commercie: aandacht voor 'volkse' vormen van religie

Spiritualiteit in commerciële vorm verdraagt zich goed met de wens van hedendaagse mensen om vrij te zijn van religieuze autoriteit en instituties, aldus antropoloog Kim Knibbe. Met name op paranormaalbeurzen wordt dit duidelijk. Anders dan in de 'zelfspiritualiteit' van de hoger opgeleiden, zijn mensen hier niet zozeer op zoek naar een nieuw wereldbeeld als wel naar praktische kennis en methoden voor het eigen leven.

oernieuws-
gierig naar het
paranormale

Sinds begin jaren negentig lijkt overal in Nederland interesse voor spiritualiteit op te leven. Elke stad heeft tegenwoordig wel een winkel in New Age boeken. In de media wordt er ook steeds meer aandacht aan besteed. In de NRC gaat het over 'ietsisme', de glossy's hebben het over Zen, wellness en Happinez, maar uit de Privé, de Telegraaf en in de lokale gratis zondagsblaadjes blijkt een heel andere interesse in alternatieve spiritualiteit. Deze speelt in op een soort sensatiezucht, een oernieuwsgierigheid naar het paranormale: bestaan er echt engelen, geesten, geleidegidsen enzovoort? En hoe zou men dat kunnen bewijzen? Bij nader inzien blijkt ook deze 'sensatiezucht' bediend te worden door mensen die zichzelf als 'spiritueel' omschrijven.

Er zijn veel verschillende manieren om je bezig te houden met spiritualiteit, maar veel van de vormen hebben gemeen dat je ervoor moet betalen. Over het algemeen wordt er denigrerend gedacht over de relatie tussen spiritualiteit en commercie. Ik wil dit fenomeen vooral sociaalwetenschappelijk benaderen en

aan de hand van mijn eigen, voornamelijk etnografische onderzoek de vraag verkennen waarom mensen spiritualiteit 'kopen' (*casus*). Vaak blijven sociaal-wetenschappelijke theorieën steken in de constatering dat het religieuze landschap is veranderd in een spirituele 'supermarkt' waarin mensen naar believen hun eigen levensbeschouwing samenstellen. Door te analyseren wat er gebeurt tijdens de interactie tussen aanbieder en cliënt kan zichtbaar gemaakt worden welke processen van discursieve macht in deze context een rol spelen, ondanks de schijn van vrijblijvendheid (*ver = beter*). Onder het kopje '*spirituele revolutie?*' vergelijk ik vervolgens mijn eigen bevindingen met de invloedrijke these van Heelas en Woodhead¹ dat religie langzamerhand plaats zal maken voor spiritualiteit. Hieruit blijkt dat mijn bevindingen op een aantal cruciale punten niet aansluiten bij deze theorie, en vooral het onderscheid dat zij maken tussen 'religie' enerzijds en 'self spirituality' anderzijds problemen oplevert. De belangrijkste verandering lijkt plaats te vinden in de *vorm* en niet noodzakelijkerwijs in de inhoud van het (religieuze of spirituele) gedachtegoed.

wat je van
ver haalt,
is lekker

Door dit fenomeen vanuit de etnografische context te benaderen kan er wellicht iets meer gezegd worden over de wijze waarop deze zogenaamde 'supermarkt' gestructureerd is, om welke redenen mensen deze supermarkt betreden en op welke wijze zij daarin navigeren. Hiervoor doe ik een beroep op het werk van Colin Campbell² die naar analogie van Max Weber een relatie heeft gelegd tussen 'the Romantic ethic' enerzijds, en de opkomst van consumentisme anderzijds.

Casus

Mijn eerste onderzoek vond plaats bij Jomanda en haar bezoekers, eind jaren negentig. Zij was op een gegeven moment heel populair; tegelijkertijd werd zij fel bekritiseerd en geridiculiseerd.³ Een van de vele kritiekpunten was de verdenking dat het haar alleen om het geld ging: je moest betalen voor haar 'healingservice bijeenkomsten' en voor de flessen ingestraald water die in Tiel werden verkocht (deze kritiek ging voorbij aan het gegeven dat je ook via de radio, en later, via internet, gratis 'ingestraald' kon worden).

Tijdens mijn tweede onderzoek naar religieuze verandering in Zuid Limburg kwam ik veel meer te weten over de achtergrond waaruit een fenomeen als Jomanda voortkwam.⁴ In deze context was duidelijk zichtbaar dat de macht van de katholieke kerk beduidend was afgenomen, maar nog steeds duidelijk aanwezig op allerlei manieren: in de rituelen van doop, communie, trouwen en vooral sterven, in het landschap in de vorm van wegekruisen die onderhouden worden en in de jaarfeesten. Bovendien, zo zei men, is een Limburger eigenlijk bijna automatisch katholiek. Desondanks is de verhouding van mensen in de lokale gemeenschappen tot de kerk nu uiterst ambivalent. Men heeft de kerk nodig, maar houdt haar tegelijkertijd op een veilige afstand. De last van het verleden, toen de kerk een zwaar stempel drukte op het leven in de dorpen en zelfs op het gezinsleven, speelt nog steeds een belangrijke rol, evenals de polarisering tussen progressieve katholieken en neoconservatieve geestelijken sinds de aanstelling van bisschop Gijsen in 1972.

ambivalentie
t.o.v. kerk

Door het afnemen van de greep van de katholieke kerk op het culturele en sociale leven in Limburg kwam er ruimte voor een nieuw fenomeen: spiritualiteit. In het concrete sociale leven in Zuid Limburg kan men zich op verschil-

lende manieren bezighouden met spiritualiteit. Er zijn paranormaalbeurzen,⁵ er zijn allerlei 'spirituele verenigingen' en er zijn natuurlijk de boekwinkels. Vooral de spirituele verenigingen zijn instrumenteel in het creëren en in stand houden van lokale netwerken, via leerling/leraar-relaties en natuurlijk via specialist/klant-relaties.

oude traditie
van spiritisme

In deze vorm van spiritualiteit doet een veel oudere tak van de Romantische traditie (waartoe ook New Age behoort) zich gelden: die van het spiritisme.⁶ In Nederland, en ook in Limburg, heeft deze traditie zich sinds eind negentiende eeuw verankerd via zogenaamde 'spirituele verenigingen', al dan niet verenigd onder de koepel van Harmonia (er doen zich nogal eens splitsingen voor). Hoewel deze spirituele verenigingen vroeger gedomineerd werden door leden van de hogere klassen die zich vanuit een wetenschappelijke interesse met dit fenomeen bezighielden, worden zij nu bevolkt door mensen uit de lagere klassen of lagere middenklassen: arbeiders en kleine ondernemers.

Bij de spirituele verenigingen, paranormaalbeurzen, de prikboards van bepaalde boekwinkels en de advertentiepagina's van huis aan huis bladen treft men veelal dezelfde netwerken. Al deze plekken kenmerken zich door een, althans in eerste instantie, zeer vrijblijvende relatie tussen de specialisten en de geïnteresseerden. In de commerciële context van een paranormaal beurs of een winkel lijkt er veel minder sprake te zijn van sociale druk dan in bijvoorbeeld een kerkgemeenschap: men betaalt gewoon voor een boek of een dienst, of men kijkt zonder iets te kopen. Het maakt niet uit of men er ironisch, uiterst serieus of gewoon voor de gezelligheid is.

Geloof en overtuigingen zijn niet noodzakelijk, integendeel. De specialisten op een paranormaalbeurs gaan er vanuit dat mensen overtuigd moeten worden en gebruiken daarvoor alle middelen die zij hebben. Een van die middelen tot overtuiging is het nemen van een aurafoto. Dit is op de meeste paranormaalbeurzen een populaire stand. Hier ik wil ik wat dieper ingaan om te laten zien wat er gebeurt.

commerciële
vrijblijvend-
heid een
illusie?

Op het moment dat een nieuwsgierige bezoeker op een paranormaalbeurs een dergelijke foto laat maken, betekent dat natuurlijk niet dat die persoon zich verbindt met een geloof in het bestaan van aura's. Dit wereldbeeld is iets dat men zich slechts langzamerhand eigen kan gaan maken, dat meestal begint met scepticisme en ongelooft. Juist de commerciële vorm van de relatie van dienstverlener en consument stelt mensen in staat om zich vrij te blijven voelen. De vraag is echter, of deze vrijblijvendheid niet een illusie is. De algemene uitspraken die worden gedaan aan de hand van een aurafoto sluiten namelijk aan op denkbeelden die breed gedeeld worden en waarvan de meeste Nederlanders tegenwoordig doordrongen zijn.

Ver = beter⁷

Aurafoto's worden vaak geïnterpreteerd in termen van 'hoe ver' iemand is. Dit is een continu onderwerp van gesprek bij de mensen die achter de tafeltjes zitten op een beurs maar ook bij mensen die vaker naar een medium gaan of zelf bezig zijn hun paranormale vermogens te ontwikkelen. Ze gaan er namelijk vanuit dat ieder mens een bepaalde ontwikkeling moet doorlopen, door vele verschillende incarnaties heen, om uiteindelijk steeds dichterbij 'de bron' of 'het licht' te komen. Wanneer men doodgaat, komt men terecht in een van de

verschillende spirituele sferen en van daaruit gaat men terug naar de aarde om opnieuw geboren te worden. De hemel is dus hiërarchisch ingedeeld: elke keer dat men doodgaat, kan men een treetje hoger komen totdat men het hoogste niveau heeft bereikt, waar alles één is. Een ver mens is natuurlijk ook automatisch een 'beter' mens.

Dit wordt ook uitgedrukt in de kleuren van de aura, een regenboog van donkerrood (de 'onderbuikgevoelens') naar dieppaars. Aan de hand van de kleuren van iemands aura kan worden afgelezen hoe deze persoon in het leven staat. De waardeoordelen die verbonden zijn aan het interpreteren van aura's sluiten goed aan op algemene culturele beelden met betrekking tot het goede, de locatie van bepaalde emoties (het hart, het hoofd, de onderbuik). Zij hebben ook sterk betrekking op de relaties van een persoon met anderen: een persoon met veel rood in de aura is dominant, terwijl iemand met violet anderen in hun waarde laat. Iemand met veel blauw is erg communicatief, iemand met veel groen heel liefdevol, etc.)

In de interactie tussen de persoon die deze foto's interpreteert en de consument wordt een interpretatie van de werkelijkheid gecreëerd die erg plausibel wordt gemaakt omdat de opbouw van de interpretatie en de inhoud goed aansluiten bij de wijze waarop wij in onze samenleving gewend zijn plausibiliteit te creëren. De aurafoto's, met hun kleuren, de meetapparatuur waar men de handen op moet leggen, dragen bij aan het idee dat hier 'bewijs' wordt geproduceerd. De meeste mensen geloven wel in 'iets' meer. Vervolgens is het een kleine stap naar de gedachte dat deze aurafoto vast wel 'iets' zegt over de eigen staat van zijn. Bovendien zijn de ideeën over persoonlijke ontwikkeling steeds meer gemeengoed: het belang van de ontwikkeling van jezelf als persoon staat voor de meeste Nederlanders buiten kijf.

plausibele
interpretatie
lijkt bewijs

Zonder er bewust een beslissing over te nemen, kunnen de uitspraken en de achterliggende ideeën waarop deze uitspraken een beroep doen, veel meer invloed hebben op hoe mensen zichzelf in relatie tot anderen zien dan men op het eerste gezicht zou denken. De ideeën die worden aangereikt via de interpretatie van een aurafoto worden op allerlei manieren een klankbord om over het leven na te denken, ondanks, of misschien wel dankzij de vrijblijvende context waarin zij geopperd worden.

Spirituele revolutie?

Hoe moeten wij deze ontwikkelingen nu begrijpen? Volgens Heelas en Woodhead vindt er een 'spirituele revolutie' plaats. Zij stellen dat de traditionele religies, vooral het christendom, het veld ruimen voor holistische spiritualiteit.⁸ Er zijn een aantal problemen met deze stelling. Ten eerste is er de tegenstelling die zij signaleren tussen religie en spiritualiteit. Zij definiëren religie als gericht op een transcendente God, terwijl spiritualiteit meer gericht is op immanentie en de sacralisering van het zelf. In sociologische zin associëren zij religie met een samenleving die vooral gericht is op de rol die mensen in het geheel innemen als vader, moeder, leraar, en met hiërarchie ('life as'). Spiritualiteit wordt door hen geassocieerd met toenemend individualisme, met 'subjective life' en een samenleving waarin rollen niet vaststaan maar individuele ontplooiing het allerbelangrijkst is.

spiritualiteit
i.p.v. religie?

Vanuit mijn eigen onderzoek zijn hierbij enkele kritische kanttekeningen te

plaatsen. Bij de spirituele verenigingen en paranormaalbeurzen was er een grote nadruk op 'gene zijde' en 'wetenschappelijk bewijsbare kennis', niet kennis die men verkrijgt door 'diep in jezelf' af te dalen; de kennis die 'verkoopt' op een paranormaalbeurs. Spiritualiteit kan dus ook gericht zijn op transcendentie. Verder zien we duidelijk dat ook christendom vercommercialiseert en vormen van individualisme bevordert.⁹

Het onderscheid tussen religie en spiritualiteit is ook bekritiseerd als een manier van uitsluiting:

We argue that the assumption of spirituality as neutral and non-sectarian — one that transcends history, culture and ideological interpretation, and is elevated as 'pure' and 'good' and free from baggage — is less detectable and thus more persuasive in leading us to impose and reproduce status quo exclusions. Such claim sets up the hierarchy of spirituality and religion, and a colonial othering of racialized ethnic groups who are often represented as 'more religious than spiritual'. Given the rootedness of the term 'spirituality' in Euro-Christianity, we must recognize that spirituality is no less particular than religion. Indeed, to many people of different historical-cultural contexts, the separation of spirituality and religion may not make any sense ontologically and epistemologically.¹⁰

spiritualiteit
pas recent los
van religie

Met inachtneming van deze en de voorgaande kritiek, is het wellicht beter de categorieën 'religie' en 'spiritualiteit' te zien als twee ankerpunten van discourses en praktijken die elkaar niet uitsluiten en die bovendien zelf ook van plaats veranderen. Het ankerpunt 'religie' is van vrij recente datum in de Europese geschiedenis, terwijl het ankerpunt 'spiritualiteit' pas sinds kort buiten het domein van 'religie' wordt geplaatst. Wat Heelas en Woodhead in hun boek aanduiden als 'holistic spirituality', 'spiritualities of life' en 'self spirituality' werd voorheen, ook in de publicaties van Heelas zelf, aangeduid als 'New Age'. Zij volgen daarmee de trends in de populaire cultuur, waarin de term New Age nauwelijks meer wordt gebruikt, terwijl de term 'spiritualiteit' een goedverkopende, allesomvattende term is geworden voor producten, diensten en praktijken die gericht zijn op persoonlijke ontwikkeling die 'iets' met bovennatuurlijke, hemelse, transcendentie zaken te maken hebben.

Volgens Crette en King is de commercialisering van spiritualiteit in feite niets anders dan de 'privatisering' van religie in economische zin:

Like the selling to private companies of public utilities and services in our modern neoliberal economies, such as gas, electricity, water, healthcare and transport systems, the material and cultural 'assets' of the various religious traditions are being plundered, 'downsized' and sold off as commodities. 'Religion' is facing a takeover bid' from the business world...¹¹

religie van
kritische kant
ontdaan

Zij betogen dat religie door deze ontwikkeling ontdaan wordt van haar kritische potentieel. Wat verkocht wordt als radicale en transformerende spiritualiteit is in feite niet meer dan 'technologieën van het zelf' waardoor vooral de motivatie, efficiëntie en productiviteit verhoogd worden. Bij het bespreken van deze vormen van spiritualiteit in de collegezaal vertelde een van de oudere

studenten die als manager had gewerkt dat hij en zijn collega's inderdaad op die wijze keken naar spiritualiteit. Wanneer een team slecht functioneerde, bespraken ze een aantal opties: een survivalweekend in de Ardennen of een meditatieworkshop. Kortom, religie verpakt als spiritualiteit bestendigt vooral de kapitalistische wereldorde.

Uit de analyse van Carrette en King en veel andere literatuur blijkt dat er vrijwel geen religieuze tradities zijn die *niet* gecommmercialiseerd kunnen worden. We zouden daarom kunnen concluderen dat vooral de *vorm* verandert van de wijze waarop religie en spiritualiteit aanwezig zijn in de samenleving. Dit heeft uiteraard ook gevolgen voor de inhoud, maar niet op de manier waarop Heelas en Woodhead stelden: ook vormen van religie en spiritualiteit die wèl expliciet naar een transcendente wereld verwijzen verkopen goed, zoals ook tijdens mijn eigen onderzoek bleek.

De vraag is nu waarom mensen een gecommmercialiseerde vorm van religie en spiritualiteit verkiezen boven de meer traditionele vormen. Hierboven gaf ik al aan dat de vrijblijvendheid die is ingebouwd in de relatie aanbieder – consument een belangrijke factor is. Tijdens mijn onderzoek in Limburg bleek duidelijk dat mensen religieus gezag op een 'veilige' afstand willen houden. Tegelijkertijd blijkt door de populariteit van de beurzen en programma's over het paranormale dat er veel belangstelling is juist voor kennis van buiten 'het zelf'. Het is een niet-hiërarchische en praktische manier om bezig te zijn met levensvragen. Maar de sleutel tot het antwoord op deze vraag ligt in het feit dat winkelen in het algemeen een steeds belangrijker activiteit is geworden.

De geest van het consumentisme

Opnieuw wil ik erop wijzen dat de afkeurende reflex die consumentisme vaak oproept het inzicht in het belang en de betekenis ervan weinig goed heeft gedaan. Een belangrijke socioloog die zich hiermee heeft beziggehouden is Colin Campbell, in een briljant boek dat, hoewel het in 1987 verscheen nog steeds even relevant is: 'The Romantic Ethic and the Spirit of Consumerism'.¹² Door zijn titel verwijst hij expliciet naar de beroemde these van Weber over de affiniteit van een bepaalde vorm van calvinisme en de ontwikkeling van het kapitalisme (the Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism). Campbell probeert op eenzelfde wijze de relatie tussen de opkomst van de consumptie-maatschappij en de 'romantic ethic' te analyseren.

De argumentatie van Colin Campbell is te complex om in zijn geheel weer te geven, maar in het kort komt het hier op neer: zowel in de romantische traditie als in de moderne consumptie-maatschappij staat de praktijk van dagdromen centraal. De romantische traditie is bovendien veel minder afkerig van genot dan de strenge calvinistische ethiek beschreven door Max Weber. Moderne vormen van consumentisme gaan, volgens Campbell en na hem vele anderen, niet slechts over het bevredigen van behoeften of om het tentoonspreiden van rijkdom en status. Modern consumentisme gaat veel meer om genieten, plezier hebben, ervaringen. Juist in de romantische traditie wordt dit hoog gewaardeerd. Deze verbeelding, de praktijk van dagdromen, wordt geactiveerd door winkelen: niet zozeer de activiteit van iets kopen, maar het bekijken van allerlei verschillende opties, nadenken over wat wel en niet bij je past.

vorm van
aanwezigheid
van religie en
spiritualiteit
verandert

consumentis-
me in roman-
tische traditie
want uit op
ervaring

Winkelen is daarmee een manier van werken aan de identiteit, wie ben je, wie wil je zijn, wie zou je kunnen zijn?

voeden van
dagdromerij
zonder hiër-
archisch gezag

Dit zijn precies de soort vragen die ook centraal staan bij gecommmercialiseerde vormen van spiritualiteit. Zij bieden geen directe behoeftebevrediging, maar voeden de activiteit van het dagdromen over wie je misschien zou kunnen zijn; hoe je leven zich misschien zou kunnen ontwikkelen; hoe je wellicht de relaties met anderen zou kunnen verbeteren; welke morele waarden wellicht van belang zouden kunnen zijn. Wat 'verkocht' wordt, zijn niet de achterliggende wereldbeelden, maar vooral de praktische uitwerking daarvan. Men hoeft niet in aura's te geloven, of in de voorspellende waarde van handlijnen en tarotkaarten om toch een aurafoto te laten maken, de hand te laten lezen of een tarotconsult te vragen. Bovendien zijn gecommmercialiseerde vormen van spiritualiteit niet gebonden aan hiërarchische structuren. Men betaalt ervoor, dus men behoudt de controle. Op die manier blijft het altijd mogelijk om te beslissen dat het geen betekenis heeft.

Discussie

Spiritualiteit in commerciële vorm lijkt dus te voldoen aan de behoefte aan religie zonder macht en instituties, waardoor religieus gezag op een veilige afstand gehouden kan worden. Toch is het belangrijk om te blijven zien dat het hier niet gaat om kleren die teruggebracht kunnen worden naar de winkel wanneer ze niet lekker zitten. We hebben hier te maken met discursieve vormen van macht die wellicht net zo sterk zijn als ouderwetse 'autoritaire' structuren van geïnstitutionaliseerde vormen van religie.¹³ Juist omdat deze vormen van macht zo diffuus zijn, niet aan te wijzen en daarom ook moeilijk om je tegen te verzetten, blijft het van belang om ze te bestuderen, ook in de meer 'volkse' en commerciële varianten. Gaat het hier alleen om 'technologieën van het zelf' die in dienst staan van een kapitalistische wereldorde, zoals Carrette en King suggereren, of wordt hier ook een kritische tegenmacht gerealiseerd? En hoe hangen de vormen van discursieve macht die hier worden gerealiseerd samen met gender?

meer
aandacht voor
diversiteit in
spiritualiteit

Tot nu toe hebben wetenschappers vooral aandacht gehad voor de spiritualiteit die voorkomt onder hoger opgeleiden, bijvoorbeeld in het bedrijfsleven. Fenomenen zoals Jomanda en paranormaalbeurzen worden, meer nog dan New Age, gezien als te bizar om serieus te bestuderen. Dit heeft ook te maken met de invloedrijke gedachte dat hedendaagse spiritualiteit vooral 'zelfspiritualiteit' is. Ik wil er voor pleiten dat er meer aandacht komt voor de grote diversiteit aan ideeën en praktijken die zich achter de noemer spiritualiteit verschuilen, en dan vooral voor de volkse vormen die te vinden zijn via de aankondigingen in gratis zondagskrantjes, tv-programma's overdag en 's avonds, en op paranormaalbeurzen. Sociaalwetenschappelijke analyses van spiritualiteit en esoterie zijn vaak gebaseerd op literatuuronderzoek en internetbronnen. Door deze methodologische bias is er te weinig aandacht voor de praktijken die niet goed vertegenwoordigd zijn in de literatuur en op internet. Bovendien blijft de wijze waarop spiritualiteit en macht met elkaar vervlochten zijn, juist in de snel gegroeide domeinen van het leven als winkelen, tv-kijken en consumeren, uit het zicht.

Dr. K. E. Knibbe is universitair docent godsdienstsociologie aan de Rijksuniversiteit Groningen. E-mail kekknibbe@rug.nl

Noten

1. Paul Heelas en Linda Woodhead, *The spiritual revolution: why religion is giving way to spirituality*, Wiley-Blackwell, Oxford etc.: 2005.
2. Colin Campbell *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism* Alcuin Academics/ Writers Print Shop, 2005[1987].
3. Kim E. Knibbe and Ili Westra, Van ongelof naar 'zeker weten'. Betekenisgeving en legitimatie in de context van het fenomeen Jomanda, *Sociale Wetenschappen* 46, nr. 2 (2003) pp. 75-93.
4. Kim E. Knibbe, *Faith in the Familiar: Continuity and Change in Religious Practices and moral orientations in the south of Limburg, the Netherlands*, proefschrift, Amsterdam 2007.
5. Frans Jespers, The paranormal market in the Netherlands. New Age and folk religion, *Fieldwork in Religion* 5, nr. 1 (2010) pp. 58- 77.
6. Wouter J Hanegraaff, *New age religion and western culture. Esotericism in the mirror of secular thought*, Brill, Leiden en Boston 1996).
7. Delen van deze beschrijving zijn eerder gepubliceerd op kennisnet: <http://www.kennislink.nl/publicaties/de-paranormale-shopping-experience>
8. Heelas and Woodhead, *The spiritual revolution*, p. x.
9. Tom Beaudoin, *Consuming Faith. Integrating Who We Are with What We Buy*, Rowman & Littlefield, Plymouth 2007.
10. Yuk-Lin Renita Wong and Jana Vinsky, Speaking from the Margins. A Critical Reflection on the 'Spiritual-but-not-Religious' Discourse in Social Work, *British Journal of Social Work* 39, nr. 7 (October 1, 2009): 1355. Vertaling: "Wij beweren dat je de vinger niet echt kunt leggen op de veronderstelling dat spiritualiteit neutraal is en niet-sektarisch – los van geschiedenis, cultuur en ideologische interpretaties zodat het geacht wordt puur en goed te zijn en zonder ballast; daardoor zijn we eerder geneigd een uitzondering te maken voor een bepaalde stand van zaken. Een dergelijke bewering gaat uit van een hiërarchische verhouding van spiritualiteit en religie en een koloniale uitzondering voor geracialiseerde etnische groepen die vaak worden voorgesteld als meer religieus dan spiritueel. Gegeven de verworteling van de term 'spiritualiteit' in het Europese christendom moeten we erkennen dat spiritualiteit niet minder bijzonder is dan religie. Voor veel mensen uit diverse historische en culturele werelden heeft de scheiding van spiritualiteit en religie noch ontologisch noch epistemologisch betekenis."
11. Jeremy R. Carrette and Richard King, *Selling spirituality: the silent takeover of religion*, Routledge, Oxfordshire and New York, NY 2005, p. 16. Vertaling: "Zoals in onze moderne neoliberale economieën publieke functies en diensten verkocht worden aan particuliere bedrijven, zo worden de materiële en culturele 'meerwaarden' van de verschillende religieuze tradities geplunderd, versimpeld en als koopwaar verkocht. 'Religie' ziet zich gesteld voor een overnamebod uit de zakenwereld."
12. Campbell, *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism* .
13. Zie Carrette and King, *Selling spirituality*, maar ook Stef Aupers en Dick Houtman, *Religions of Modernity: Relocating the Sacred to the Self and the Digital* , BRILL, Leiden and Boston 2010 en Matthew Wood, *Possession, power, and the New Age : ambiguities of authority in neoliberal societies*, Ashgate, Aldershot England and Burlington VT 2007.