

Inhaltsverzeichnis

I. Einleitung	11
1. Was ist Scientology oder: Die Problematik problemorientierter Perspektiven	11
2. Erkenntnisinteressen, Verlauf und Methoden	19
II. Ideelle Grundlagen des scientologischen Wirklichkeitsmodells	25
1. Die dianetische Verstandesmechanik	26
2. Die Spiritualisierung der Dianetik: Scientology	30
3. Die Entwicklung zur „applied religious philosophy“	33
III. Jenseits der Spekulation:	
L. Ron Hubbard und die Scientology-Organisation	41
1. L. Ron Hubbard	41
1.1 Der mythische Hubbard	42
1.2 Der reale Hubbard	47
2. Gegenöffentlichkeit und verschwörungstheoretischer bias	61
2.1 Gegenöffentlichkeit	61
2.2 Der doppelte verschwörungstheoretische bias	64
3. Die Organisation Scientology	73
3.1 Geschichte und Verbreitung	74
3.2 Organisationsstruktur	82
3.3 Größe	90
IV. Der religionssoziologische Diskurs:	
Scientology als Religion	95
1. Allgemeiner Teil: Interessen und Perspektiven	96
1.1 Das wissenschaftliche Objektivitätsinteresse	96
1.2 Religion als Betrachtungskategorie?	101

2. Scientology als Religion?	106
2.1 Religiöse Subtexte	107
2.2 Religiöse Metatexte	112
2.3 Institutionelle Aspekte	117
2.4 Die traditionelle Dimension	121
3. Scientology als moderne Religion	126
V. Exkurs: Überlegungen zum kulturwertperspektivischen Rationalitätsverständnis	131
1. Die (moderne) Kulturwertperspektive als soziologische Rahmentheorie	131
2. Der Gehalt der modernen Kulturwertperspektive	134
2.1 Die moderne Gesellschaft als rationale Gesellschaft	134
2.2 Die moderne Rationalitäts-Axiomatik	139
2.3 Ambivalenzen der okzidentalen Rationalisierungsbewegung	140
3. Die kulturwertperspektivische „Methode“	148
VI. Das scientologische Wirklichkeitsmodell	153
1. Allgemeiner Teil: Interessen und Perspektiven	153
1.1 Das subjektive Authentizitätsinteresse	153
1.2 Die utopische Idealgesellschaft als Betrachtungskategorie? ..	155
Teil A. Scientology als Ideologie: Die Naturgesetze der Kultur	157
2. Die formale Axiomatik des scientologischen Wirklichkeitsmodells	158
2.1 Die Axiome der Dianetik	159
2.2 Die Axiome der Scientology	163
3. Die abendländische Spezifik der scientologischen Axiomatik ...	163
3.1 Theta und Thetan: Die „res cogitans“	164
3.2 Die dynamischen Prinzipien des Lebens: Fortschritt und evolutionäres Überleben	165
3.3 Die mechanischen Gesetze der „res extensa“: Die Naturgesetze	168
3.4 Die universalen Gesetze des Lebens: Konflikt und Wettbewerb	169
4. Die Realität des fraglos Gegebenen: Die Dynamiken	174
4.1 Die materiell-ökonomischen Seins- und Handlungsmotive ...	175
4.2 Persönlichkeitsentwicklung und andere „objektive“ Funktionen der sozialen Wirklichkeit	177
5. Die Phänomenologie des scientologischen Wirklichkeitsmodells	184
5.1 Scientology als Wissenschaft	184
5.2 Scientology als Technologie	187

5.3 Scientology als „Naturwissenschaft des Geistes“	190
6. Die Naturgesetze der amerikanischen Kultur	191

Teil B. Scientology als Produkt:

Die Modernisierung des Bewusstseins 196

7. Die Begründung der Produktperspektive	197
7.1 Das Produkt als authentische Erscheinungsform der Idee	197
7.2 Scientologen als Produkt-Nutzer	198
7.3 Der dianetische Charakter der scientologischen Produktpalette	199
7.4 Die Produktziele: Kognitive Modernisierung und ökonomische Rationalisierung	201
8. Die Produktphilosophie: Die Vermessung der Wirklichkeit	203
8.1 Die psycho-medizinische Vermessung des Erfolges	204
8.2 Persönlichkeitswert und utilitaristische Glücksphilosophie ...	207
9. Die Leistungen des Produktes	211
9.1 Individualisierung durch Entsozialisierung	211
9.2 Kommunikative Kompetenz	215
9.3 Die sozialen Erfolgsindikatoren: Kontrolle und Macht	225
10. Aspekte der scientologischen Ethik: „character ethic“ und „buissness identity“	229
10.1 Die allgemeine Bestimmung der Ethik: „character ethic“ ...	231
10.2 Die spezielle Bestimmung der Ethik: „buissness identity“ ...	234
10.3 Der ökonomische Zweck der Ethik	246
11. Scientology im Kontext der „american idea of success“	251

VII. Der öffentliche Diskurs: Die soziale Konstruktion

kulturwertperspektivischer Devianz 255

1. Allgemeiner Teil: Interessen und Perspektiven	256
1.1 Das Bewertungs- und Stigmatisierungsinteresse	256
1.2 Die „Normalgesellschaft“ als perspektivischer Standort	260
1.3 Scientology als „Phänomenologie des Bösen“	262
2. Der szientistische Referenzrahmen: Wissenschaftliche Legitimität und technische Funktionalität	265
2.1 Das wissenschaftliche Referenzsystem	265
2.2 Die „Verifizierung“ der scientologischen Technologie	269
2.3 Die Inszenierung wissenschaftlicher Legitimität	279
3. Der informelle Referenzrahmen	284
3.1 Die demokratische Semantik	284
3.2 Die ökonomisch-ethische Dimension	285
3.3 Das Selbstbestimmtheitsaxiom: Individuelle Autonomie, geistige Gesundheit und soziale Konformität	295

4. Die normative Dimension: Legalität, Legitimität und die wahren gesellschaftlichen Interessen.....	301
4.1 Legalität und Legitimität der Devianzkonstruktion.....	301
4.2 Die Überlegalität der wahren gesellschaftlichen Interessen ...	312
5. Die Ambivalenz der Devianzkonstruktion	315
VIII. Schlussdiskussion	319
1. Probleme und Möglichkeiten einer gesellschaftsdiagnostischen Religionssoziologie	321
2. „Normalität“ als positive Passungsqualität.	329
3. Über die Möglichkeiten der Gewinnung eines (Scientology-)kritischen Standpunktes.....	337
Literaturverzeichnis	343
A) Primärliteratur Scientology.....	344
B) Primärliteratur – Öffentlicher Diskurs	355
C) Sekundärliteratur – Religionssoziologischer Fachdiskurs	384
D) Sekundärliteratur – Allgemeine Literatur	400
Nachwort	419