
François Gauthier: *Religion, Modernity, Globalisation. Nation-State to Market* (London: Routledge 2020), 332 S., ISBN: 9778-0-367-22623-7.

Besprochen von **Sebastian Rimestad:** Erfurt, E-Mail: sebastian.rimestad@uni-erfurt.de

<https://doi.org/10.1515/zfr-2020-0014>

Der kanadische Religionssoziologe François Gauthier, der im schweizerischen Fribourg lehrt, lädt mit diesem Buch zu einem fundamentalen Paradigmenwechsel in der Religionssoziologie und Religionswissenschaft ein. Für Gauthier ist der

immer wiederkehrende Versuch, das Verhältnis zwischen „dem Religiösen“ und „dem Säkularen“ zu bestimmen, eine Sackgasse, die es zu überwinden gilt, indem die gesamte Grammatik (*grammar*) der Forschung über Religion in der Gegenwart neu ausgerichtet wird. Selbst die Bezeichnung „Religion“ sei ein konstruiertes Konzept einer bestimmten Epoche. Und auch dieses ist, meint Gauthier, deshalb nicht mehr zeitgemäß.

Für Gauthier ist klar, dass die Gesamtheit gesellschaftlicher Phänomene sich von dem epistemischen Regime des Nationalstaates hin zu einer „Grammatik des globalen Marktes“ (*grammar of the global market*) bewegt. Religiöse Phänomene seien in dieser Entwicklung von zentraler Bedeutung, was allerdings erst dann richtig zum Vorschein kommt, wenn man sich von der Konzentration auf institutionalisierte Religion löst. Eine wichtige Grundlage dafür: Den Blick vor allem auf Phänomene außerhalb des globalen Westens zu lenken. Institutionalisierte Religion sei ein Relikt aus dem „Projekt der Moderne“, das den Nationalstaat zum Garanten der Autorität und sozialen Ordnung erhöhte. Religiöse Gemeinschaften seien in dieses Projekt mit einbezogen gewesen, was zu nationalstaatlich gegliederten religiösen Institutionen führte. In der gegenwärtigen Welt werden, so Gauthier, diese Institutionen jedoch von weniger klar strukturierten, nach Logiken des Marktes agierenden religiösen Angeboten abgelöst, insbesondere in der nicht-westlichen Welt.

Das Narrativ Gauthiers entfaltet sich über das knapp 300 Textseiten umfassende Werk in einer klaren und nachvollziehbaren Sprache. Das Buch ist in zwei Teile gegliedert. Der umfassendere erste Teil entwickelt den analytischen Rahmen, in den Gauthier die Beschäftigung mit Religion in der Gegenwart stellen möchte. Im zweiten Teil wird der Rahmen dann stichprobenartig auf empirisch nachweisbare Entwicklungen angewandt. Der Autor erwähnt mehrfach, dass eine Fortsetzung mit weiteren Fallbeispielen geplant ist, welche ohne den analytischen ersten Teil auskommen kann.

Die sieben Kapitel des ersten Teiles setzen sich kritisch mit einer beeindruckenden Fülle von Autoren und theoretischen Ansätzen auseinander, wobei Gauthier seine Forderung nach einer Neuorientierung der gesamten Forschung nie aus den Augen verliert. Die beschriebenen Autoren werden nicht grundsätzlich negativ oder positiv bewertet, sondern es wird aufgezeigt, wie ihre Werke den epistemischen Ansprüchen ihrer Zeit gerecht wurden – aber im Regime des globalen Marktes oftmals nicht mehr angemessene Antworten auf die Forschungsfragen liefern können.

Nach einem ersten Kapitel über das Projekt der Moderne, das den Nationalstaat als das Ordnungssystem par excellence hervorbrachte, widmet sich Gauthier der Entwicklung marktwirtschaftlicher Theorien, die er für absolut grundlegend für die Analyse der gegenwärtigen Welt hält. Mit einer an Michel Foucault

erinnernden Methodik zeigt er in diesen beiden Kapiteln auf, wie sich bestimmte Formen der Machtbeziehungen durchgesetzt haben und dann wieder abgelöst wurden. Der Nationalstaat sei in Zentraleuropa nach den verheerenden konfessionellen Kriegen der postreformatorischen Zeit entstanden, als ein Ordnungssystem jenseits der Theologie. Das dabei herausgebildete ideologische Konstrukt wurde in den folgenden Jahrhunderten erfolgreich in die gesamte Welt exportiert.

Der post-westfälische Staat hatte von Anfang an mit dem Widerspruch zwischen Republikanern und Liberalen zu schaffen. Erstere befürworteten einen starken, paternalistischen Staat, während Letztere mehr individuelle Freiheit forderten. Die tatsächliche Entwicklung der kapitalistischen Marktwirtschaft im 19. und 20. Jahrhundert sei als Kompromiss zu deuten, was insbesondere im Keynesianismus der Nachkriegszeit zu erkennen ist. Für John M. Keynes war der Staat für die Regulierung des Marktes verantwortlich, indem er als marktwirtschaftlicher Akteur Angebot und Nachfrage künstlich steuerte.

Mit der Ölkrise der 1970er Jahre und dem Heranwachsen der Babyboomer-Generation fand ein langsames Umdenken statt, das sich im neoliberalen Wirtschaftsdenken und der Konsumgesellschaft äußerte. Die beiden folgenden Kapitel sind diesen beiden Phänomenen gewidmet. Der Neoliberalismus geht von einem freien, sich selbst regulierenden Markt als Grundlage der erfolgreichen Gesellschaft aus und sieht die Rolle des Staates nur noch als Ermöglicher des freien Marktes. Zur gleichen Zeit sei das Paradigma des freien Marktes eigennütziger Individuen auch auf alle anderen gesellschaftlichen Bereiche übertragen worden, was zum Beispiel in der Rational Choice Theory von Rodney Stark und Roger Finke für die Religion erkennbar ist. Die weitere Vertiefung neoliberaler Politik zeigte sich in den 1990er Jahren, als übernationale Organisationen wie der Internationale Währungsfonds und die Europäische Union immer mehr die Aufgabe der Marktregulierung von den Nationalstaaten übernahmen. Als Folge davon, so Gauthier, „the Market has overthrown the State as the preferred actor for social regulation, social progress, and social renovation.“ (112)

Die Entwicklung der „Konsumgesellschaft“ (*consumerism*) wird genauso ausführlich dargestellt. Es geht nicht nur darum, dass Konsum allgegenwärtig geworden ist, sondern damit einher ging auch das Phänomen, dass persönliche Identität in der Nachkriegszeit zunehmend durch Konsum konstituiert wurde. Gauthier rekurriert hier auf den expressiven Individualismus, der im Gegensatz zu den früher vorherrschenden moralischen und eigennützigen Formen des Individualismus (Durkheim) auf Sichtbarkeit und Anerkennung zielt. Durch diesen Aspekt der Konsumgesellschaft bekommt Werbung (*cultural branding*) eine quasi-religiöse Funktion.

Während diese ersten vier Kapitel sich vornehmlich mit politischen und wirtschaftlichen Entwicklungen beschäftigten, geht Gauthier in den drei folgenden

näher auf Religion ein. Zunächst wirft er einen sehr kritischen Blick auf die schon erwähnte Rational Choice Theory, deren Vertreter einen religiösen Markt zu erkennen glauben. Für Gauthier sind solche Theorien dem nationalstaatlichen Denken verpflichtet und können nicht auf der epistemischen Grundlage des globalen Marktes funktionieren. Die Markttheorien gehen davon aus, dass Religion eine abgrenzbare soziale Sphäre bestimmter institutioneller Angebote sei, die von der ebenso abgegrenzten Marktsphäre beeinflusst wird. Dagegen setzt Gauthier eine holistische Perspektive, nach der religiöser Wandel in der gegenwärtigen Welt der Marktlogik an sich folgt und dadurch nicht mehr als abgrenzbarer Raum zu konzeptualisieren sei: „The development of a religious market is the result of an ideological process, not its explanation.“ (180)

Es folgt ein kurzes Kapitel zu (Hyper-)Mediatisierung, ein Konzept, das die Rolle der (elektronischen) Massenmedien in der modernen Gesellschaft beschreibt. Auch hier zielt der Autor auf eine holistische Lesart und kritisiert sozialdifferenzierende Ansätze. Es geht, so Gauthier, darum, zu erkennen, dass „Medien“ und „Religion“ keine autonomen sozialen Gebilde seien, die sich gegenseitig beeinflussen. Vielmehr sind Medien „constitutive of the very processes of cultural production and reproduction“ und ermöglichen somit neue Formen der expressiv gearteten Religion, was man an Beispielen wie Oprah Winfrey oder christlichen und muslimischen Fernsehpredigern gut erkennen könne.

Im letzten analytischen Kapitel wird die gesamte bisherige Diskussion zusammengefasst, indem Gauthier die Auswirkungen der „Vermarktlichung“ (*marketisation*) der Religion aufzeigt. „Vermarktlichung“ definiert er dabei als *consumerisation* und *neo-liberalisation*, zwei Prozesse, die innerhalb des Säkularisierungsparadigmas nicht erklärbar sind. Ersteres hat mit dem expressiven Individualismus der Konsumgesellschaft zu tun, in dem die Unterscheidung zwischen öffentlich und privat ausgehöhlt wird, letzteres mit der De-Politisierung religiöser Regelung und der *lifestylisation* religiöser Angebote: „its [religion’s] reshaping in the service of the reform of personal life“ (222). Die charismatische Autorität, die Max Weber für die rationalistische Moderne als überwunden ansah, sei in einer neuen Form wieder zurückgekehrt. Neue religiöse Charismatiker werden nicht mehr von der Religion legitimiert, sondern durch ihr mediatisiertes Auftreten. Das wiederum bedeute für die bisher dominierenden religiösen Institutionen, allen voran die Kirchen, dass ihre Autorität schwindet und sie sich neue Strategien ausdenken, die dem Vermarktlichungszwang Genüge tun. Theologisch fundierte Diskurse seien nicht mehr angesagt, sondern Sichtbarkeit, Effizienz und Ästhetik.

In den beiden empirischen Kapiteln geht es dann auch darum, wie diese „vermarktlichte“ Form von Religion im konkreten Fall aussieht. Dafür nimmt Gauthier zunächst Indonesien unter die Lupe, eine nicht-westliche Gesellschaft, die auch in der Religionsforschung bisher kaum zentral gewesen ist. Hier zeigt er,

wie die religiöse Szene seit dem Zweiten Weltkrieg mit Hilfe des vorher ausgearbeiteten analytischen Rahmens gewinnbringend analysiert werden kann. Seit der Jahrtausendwende tauchen in Indonesien vermehrt religiöse Formen auf, die man kaum mit dem herkömmlichen Wortschatz der Religionssoziologie beschreiben kann, sondern sie müssen als Marktmechanismen verstanden werden. Es sind keine von der „Religion“ ausgehende Impulse, die die religiöse Landschaft verändern. Es sind meist Laien, die mit einem Angebot auf eine Nachfrage im Markt des expressiven Individualismus reagieren und damit eine Religion von unten, unabhängig von traditionellen religiösen Autoritäten und vor allem unabhängig von der nationalstaatlichen Begrenzung erschaffen. Der Referenzrahmen ist ein globaler, was durch die digitalen Medien ermöglicht wird.

Im letzten Kapitel kommen ähnliche Entwicklungen innerhalb des christlich geprägten Westens zur Sprache. Dabei geht es Gauthier nicht primär um eine tiefgründige Analyse einzelner Fallbeispiele, sondern er macht einen Parforceritt durch die religiöse Landschaft der gegenwärtigen christlichen Welt. Alles von Pfingst-Bewegungen in Lateinamerika über die Katholische Kirche unter Papst Franziskus zu der New-Age- und Spiritualitätsszene wird kurz angerissen und mit dem Paradigma des globalen Marktes neu beleuchtet. Er demonstriert somit, wie ein neuer Blick auf die Materie, der die vorherrschende nationalstaatlich bedingte Sichtweise mit einer globalmarktlichen auswechself, viele religiöse Phänomene analysierbar machen kann.

Das Fazit des Buches fällt mit lediglich fünf Seiten knapp aus, was nicht darüber hinwegtäuschen soll, dass das gesamte Buch konsequent auf diese fünf Seiten hinarbeitet. Gauthier stellt im Fazit vier Grundthesen auf, die er für die weitere Forschung für wichtig erachtet:

1. Religion ist einer der Haupttreiber des globalmarktlichen Regimes, insbesondere außerhalb der westlichen Welt.
2. Der globale Markt ersetzt den Nationalstaat nicht, sondern transformiert ihn, stellt ihn auf eine neue Grundlage.
3. Ähnlich wie die Achsenzeit-Theoretiker im ersten Jahrtausend vor Christus einen grundsätzlichen Wandel von einer lokal verankerten Religion zu einer vertikalen Transzendentalreligion feststellten, meint Gauthier seit den 1960er Jahren einen Wandel hin zu einer horizontalen expressiven Religion als Entwicklung erkennen zu können.
4. Dieser Wandel wird, anders als die Modernisierung, ausdrücklich nicht von westlichen Akteuren dominiert, sondern spielt sich vor allem in der Peripherie und in der nicht-westlichen Welt ab.

Alles in allem plädiert also Gauthier für ein massives Überdenken der gesamten Grundlagen der Religionsforschung. Das Buch ist vom Enthusiasmus für dieses

neue Paradigma geprägt und arbeitet auf diese vier Schlussfolgerungen zu. Mit einer beeindruckenden Fülle von Sekundärliteratur, die von den Klassikern der Soziologie und der Wirtschaftsforschung bis zu gegenwärtigen Anthropologen, Religionssoziologen und Wirtschaftswissenschaftlern reicht, gelingt es François Gauthier, das neue Paradigma dem Leser Schritt für Schritt näher zu bringen. Dabei helfen die klare Sprache, die manchmal auch persönlich und anekdotisch ist, sowie die nachvollziehbare Struktur des Arguments. Jedes Kapitel ist an sich eigenständig und beinhaltet Querverweise auf andere Kapitel. Es ist aber unbedingt empfehlenswert, das gesamte Buch zu lesen, um die Tragweite der Argumente voll erkennen zu können.

Ob sich das Forschungsparadigma des globalen Marktregimes durchsetzen kann, ist noch schwer zu sagen. Aber dass es in der Zukunft auch in der Religionswissenschaft eine Rolle spielen wird, lässt sich kaum bezweifeln.