

Inhalt

VORWORT	1
NOTIZ FÜR LESER	3

DRITTER TEIL: MARKTGESELLSCHAFT

I. EINE UNHEIMLICHE ERFAHRUNG	17
1. Identität der Moderne?	17
2. Märkte, Marktsystem, Kapitalismus	34
3. Figuren Balzacs	53
4. Geld: dämonische Macht oder der neue Gott?	61
5. Die Rätselhaftigkeit des Geldes	86
6. Der Bruch mit der rationalreligiösen Marktauffassung	108
II. DIE RELIGION DER WISSENSCHAFT	137
1. Der Positivismus	137
2. Wissenschaftsreligion und Markterfahrung	160
3. Glauben und Wissen	186
4. Gelehrtenreligion, Erkenntnis als Erlösung	208
5. Wege zum Utilitarismus	231
6. Die Verwissenschaftlichung des Sollens	248
III. DER NATURALISMUS	273
1. Popularisierung des Wissenschaftsglaubens	273
2. „Atheismus“ und „Materialismus“	299
3. Weltbilder im Dickicht der Spezialisten	328
4. Fortschritt, Entwicklung, Ökonomie des Lebens	355
5. Monistische Synthesen	378

IV. DER KATHOLIZISMUS AUF DEM WEG ZUR MARKTFORM	409
1. Konfession, Nation, Marktform	409
2. Katholizismus und Moderne	440
3. Kunstreligion und katholische Massenkunst	470
4. Katholische Evidenz und Wissenschaftsreligion	489
V. RELIGIONSMARKT: WERTE UND WELTANSCHAUUNGEN	521
1. Neue Produktbezeichnungen auf dem Religionsmarkt	521
2. Religionsunternehmer und Weltanschauungsfirmen	555
3. Pessimismus, der Wert des Nichts	583
4. Asiatische Religionsimporte	613
VI. DIE WISSENSCHAFTEN VON DER RELIGION	657
1. Religion wissenschaftlich definieren	657
2. Émile Durkheim und die Religionssoziologie in Frankreich	690
3. Ernst Troeltsch und der Protestantismus in der Religionssoziologie ...	716
4. Max Weber und die Religionen des Wirtschaftens	740
5. Weber, Nietzsche und die Selbstauflösung christlicher Religion	776
6. Georg Simmel und die Religion vor der Religion	797
<i>Zusammenfassung: Markterfahrung, Wissenschaftsreligion, Religionsmarkt und die Wissenschaften von der Religion</i>	<i>821</i>