

antwoord; de functie ervan in het betoog is lang niet altijd duidelijk. Omdat aan dit alles geen aandacht wordt geschonken, weet de lezer niet of de auteur zelf ervan overtuigd is of hij zijn ambitieus project – via het bespreken van grote denkers – tot een goed einde heeft gebracht.

Een vraag die zich herhaaldelijk bij mij opdrong bij het doornemen van dit werk, was voor wie de schrijver het boek heeft bedoeld. In zijn inleiding vermeldt hij dat hij het heeft geschreven voor een ieder die belangstelling heeft voor geloofs- en levensvragen. Tot die categorie zou ik mijzelf willen rekenen, maar het heeft mijn interesse maar nauwelijks kunnen bevredigen. Voor iemand die wat meer dan algemene kennis heeft van het Westerse filosofisch en theologisch denken, biedt dit boek te weinig nieuws, voor hem kan het hoogstens een opfrissing van kennis zijn. Of het voor een heel breed publiek geschikt is, waag ik te betwijfelen, daarvoor vind ik de stijl niet “publieksvriendelijk” genoeg. Maar misschien vergis ik mij en vindt dit werk, dat voor de geïnteresseerde leek zeker wel een goede inleiding kan zijn, toch zijn weg naar die doelgroep.

*Lammert G. Jansma*  
Veenwouden

Stolz, Jörg (red.), (2007) *Salvation goods and religious markets. Theory and applications*, Bern etc.: Peter Lang, pp 287, ISBN 978-3-03911-211-1, € 30,90

Als we spreken over een religieuze markt, wat zijn dan de ‘goederen’ of ‘producten’ die op die markt verhandeld worden? Dat is de vraag die in deze publicatie centraal staat. Het boek is geredigeerd door de Zwitser Jörg Stolz, een *coming man* in de Europese gods-dienstsociologie. Hij is hoogleraar in Lausanne en directeur van het ‘observatorium’ van religies in Zwitserland, gevestigd in diezelfde plaats. De bundel is het resultaat van een conferentie in 2005, waaraan een aantal bekende en minder bekende, voornamelijk Europese sociologen, deelnam. Op de conferentie werd gepoogd om, aan de hand van Weber en Bourdieu, enige diepte te geven aan het begrip ‘salvation good’, iets wat volgens de inleiding van Stolz bij rational choice theoretici gemist wordt. Heilsgoederen staan volgens hem in een cultureel-politiek krachtenveld, en ze worden ook niet allemaal op een markt verhandeld. Ook wil hij een discussie op gang brengen over de toepassing van het begrip. Gezien deze interessante, spannende insteek is het jammer dat er niet een rational choicer uitgenodigd is om stelling te nemen in dit debat.

In het eerste deel gaat het over de theorie. Merz-Benz legt aan de hand van Weber uit hoe het begrip ‘heilsgoed’ is te verstaan. Hij ziet het als de actuele manifestatie van religieuze waarden in en door menselijke actie, die alle aspecten van het leven doordringt en zich richt op het goddelijke. Vervolgens werkt hij dit uit in ascetisch en mystiek handelen. Een interessante bijdrage, waar aan het eind bij mij de vraag bleef hangen hoe heilsgoederen, zo bekeken, op een markt te verhandelen zijn. Schultheis haalt in een andere bijdrage Bourdieu en diens veldtheorie naar voren. Terecht pleit hij er op basis van deze

analyse voor om markt niet als iets abstracts en steriels te zien, maar veelmeer als een open veld waar behoeften, tradities en machtsverhoudingen een rol spelen. Ook Bruce heeft een bijdrage in de bundel. Helaas haalt hij zijn oude en eenzijdige thema's weer op. Hij schiet op Stark, Finke en Iannaccone, i.h.b. op de veronderstelde tekortkomingen van monopolies en de manier waarop zij religie zien. Dit verhaal vertelt hij overal dus de details kunnen we hier weglaten.

Het 'pièce de résistance' van het eerste deel is de bijdrage van de redacteur zelf, eerder gepubliceerd in *Social Compass* (2006/1). Hij probeert rational choice theorie en Webers opvattingen met elkaar te verbinden via de vraag: wat zijn heilsgoederen en onder welke condities spreken we van een markt? Aan de hand van een aantal simpele stellingen bouwt hij zijn eigen visie op: 1. religie is een verzameling culturele symbolen die antwoorden op problemen van zin en contingentie doordat zij verwijzen naar een transcendente realiteit; een heilsgoed is een product of middel aangeboden door een religie; 2. het rationaliteitsframe is slechts één frame om beslissingen te nemen, vooral in religies worden ook beslissingen genomen op basis van traditie bijvoorbeeld; 3. er moet onderscheid worden gemaakt tussen strategische (speltheoretische, sociale) en parametrische (besliskundige, individuele) situaties; 4. goederen hebben verschillende kenmerken (divisibility, exclusiveness, rivalry, alienability); 5. een markt is een bijzondere vorm van sociaal systeem, namelijk het geheel van ruilrelaties tussen aanbieders en vragers. Op basis van deze punten komt hij tot een heldere, overtuigende onderscheiding van zes verschillende typen religieuze goederen en beschrijft hij hoe deze op een markt staan.

In het tweede deel gaat het over de toepassing van de begrippen 'heilsgoed' en 'religieuze markt'. Brandt en Marcini bespreken de toepassing in het Christendom. Brandt laat aan de hand van de vroege kerk zien hoe het Christendom, door met religieuze termen in te spelen op psychologische behoeften, aantrekkelijk was. Marcini toont aan de hand van twee Zuid-Italiaanse volksheiligen de parallelliteit aan tussen economische en mythisch-rituele activiteit. Pace, Bastian en Rey bespreken de toepassing van de centrale begrippen van de bundel binnen de Pinksterbeweging. Aan de hand van de geschenkeconomie geeft Pace aan dat niet alles binnen religie utilitair is, en hij onderbouwt die stelling met veldonderzoek naar pinkstergroepen in Brazilië en Italië. Wat hij volgens mij over het hoofd ziet, is dat juist bij deze groepen opgaat dat de genade weliswaar gratis, maar niet goedkoop is: de leden en deelnemers moeten in de ogen van de organisaties veel doen om de geschenken te krijgen. Bastian en Rey laten aan de hand van resp. Latijns-Amerikaanse pinkstergroepen en Haïtiaanse immigranten in Amerika zien dat 'markt' breed moet worden opgevat, met aandacht voor cultuur en biografie. In de laatste bijdragen van Altglas, Burger en Mayer wordt de toepassing verbreed naar nieuwe religies. Altglas laat zien dat neo-hindoeïstische groepen hun aanbod in het Westen zo hebben aangepast dat ze aansluiten bij sociaal mobiele groepen. Burger geeft weer hoe de boodschap van yoga op een markt functioneert. En Mayer geeft een overzicht van het cultische milieu in Zwitserland.

Al met al een interessante bundel, met goede uitgangspunten en goed gecomponeerd. Twee artikelen, van Stolz en Pace, steken wel ver boven de andere uit. Bij de overigen bleef

bij mij soms toch de vraag hangen wat zij nu te maken hadden met heilsgoederen, met religieuze markt, of met beide. De diversiteit aan toepassingen is goed gekozen, hoewel Nieuwe Religieuze Bewegingen en Pinksterbewegingen erg dankbare en voor de hand liggende onderwerpen zijn voor dit thema.

*Erik Sengers*

(Vrije Universiteit Amsterdam)

Xanten, Harry J. van (2007), *'Katholieken, wat zijt Gij toch een wonderlijk volk!'. De Katholiekendag in Nederland 1899-1940*, Nijmegen: Valkhof Pers, pp. 1130, ISBN 978905625252, €45.

Derks Marjet, (2007) *Heilig moeten. Radicaal-katholiek en retro-modern in de jaren twintig en dertig*, Hilversum: Verloren, pp. 431, ISBN 9789065509826, €34.

In de historiografie van het Nederlands katholicisme wordt het interbellum vaak gezien als het hoogtepunt van de katholieke verzuiling. De publicatie *Het rijke roomsche leven* van Van der Plas heeft aan deze periode zelfs een eigen naam gegeven. Toch verschoof er in deze periode veel in het katholieke bastion onder invloed van de grote en snelle maatschappelijke ontwikkelingen en de realisatie van de katholieke emancipatie. Luijckx was de eerste die voor deze veranderingen aandacht vroeg in zijn *Andere katholieken*, waarna er meer over het katholicisme in het interbellum verschenen is. Vorig jaar werden in Nijmegen twee proefschriften verdedigd, die nieuwe onderzoeksresultaten aandragen. Derks' *Heilig moeten* gaat over enkele stichtingen van de beroemd/beruchte pater Van Ginneken s.J., en de vuistdikke dissertatie van Van Xanten (1.130 pagina's en ruim 2 kilo zwaar) behandelt het tot nu toe ondergewaardeerde thema van de Nederlandse Katholiekendagen.

De rode draad in beide boeken is het groeiende zelfvertrouwen van de katholieken na het herstel van de bisschoppelijke hiërarchie, de uitbouw van de katholieke sociale organisaties, de groei van de katholieke bevolking en de eerste politieke successen. Dit leidde ertoe dat katholieken zich meer in het publieke domein gingen begeven en plannen gingen ontwikkelen voor de omvorming van de Nederlandse samenleving in christelijk-katholieke zin. Verschillende merkwaardige en stoutmoedige plannen kwamen uit de koker van Jac. van Ginneken, jezuïet, hoogleraar taalkunde in Nijmegen, en missionair ijveraar. In haar prachtig geschreven proefschrift beschrijft Derks zijn plannen voor niets minder dan de kerstening van de Nederlandse samenleving, ja zelfs van de hele wereld. Na een inleiding op het thema geeft ze eerst een mooie, coherente biografie van haar hoofdpersoon. Wat me bijzonder is bijgebleven, ook gezien haar aandacht voor gender en religie, is de grote rol die krachtige vrouwen in zijn leven speelden na het overlijden van zijn vader, die een succesvol bierbrouwer was.

Om zijn ideaal van de kerstening te realiseren stichtte Van Ginneken verschillende religieuze genootschappen, die nu nog steeds tot de verbeelding spreken. Het bijzondere aan deze stichtingen is dat Van Ginneken expliciet gebruik wilde maken van leken in zijn