Worte

Autor(en): **Postman, Neil**

Objekttyp: **Postface**

Zeitschrift: **Neue Wege : Beiträge zu Religion und Sozialismus**

Band (Jahr): **90 (1996)**

Heft 4

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Dienstbare Geister reichen hundertfach Plastikpüppchen aus dem Wagen, die an rotznäsige Indios verteilt werden. Der Herrgott wird in Englisch und einigen Brocken Spanisch bemüht. Dann geht die Reise rasch wie bei amerikanischen Touristen üblich – wundersamerweise unverknittert und unverschwitzt – weiter zum nächsten Indiodorf.

Wenig später wird die stets perfekt abgedrehte Beglückungsreise in der Mammut-Basketballhallen-Kirche auf mehrere Grossbildwände projiziert und die Gemeinde der verzückten Zuschauer klatscht Beifall; zumal wenn ein des Englischen mächtiger Indio-Zeuge auch noch leibhaftig bekundet, wie just diese Kirche seinen Landsleuten endlich die «Frohe Botschaft» gebracht habe.

«Selling God»

Und so allabendlich, 365 Tage im Jahr. Ich «zieh's» mir immer wieder mal rein. Warum, wofür? Als aktuellsten Beweis dafür, dass in den USA Gott eine «Ware wie soviele andere auch» ist.

Die televangelikale Darbietung der *Ware Gott* ist eben nur die jüngste, modernste Form der marktkonformen Verkündigung, wenn ich dem Religionssoziologen Laurence Moore von der Universität Cornell glauben darf. Der hat ein Buch geschrieben mit dem bezeichnenden Titel «Selling God: American Religion in the Marketplace of Culture» (Gott verkaufen: Amerikanische Religion auf dem Marktplatz der Kultur). Das Buch sollte ins Deutsche übersetzt und unter die Leute gebracht werden, damit wir beginnen, Amerika allmählich zu begreifen.

*

Nachsatz: In den USA kann man für ein geringes Aufgeld das *Autokennzeichen* seiner Wahl bei der Zulassungsbehörde beantragen. Weshalb es denn Autokennzeichen von Aaron bis Zymbali gibt. Und nicht selten enthalten die Autoschilder auch gleich eine ganze Botschaft. Kaum verwunderlich, dass es in einem so «religiösen» Land wie den USA auch endlos viele Schilder mit religiösen Botschaften gibt. Dieser Tage sah ich die definitive: *Get God!*

Religiöse Fernsehsendungen sind erfüllt von guter Laune. Sie feiern den Überfluss. Und ihre Hauptdarsteller werden gefeierte Berühmtheiten. Und obwohl das, was sie mitzuteilen haben, trivial ist, verzeichnen sie hohe Einschaltquoten – nein, gerade deshalb. Das Christentum ist eine anspruchsvolle, ernsthafte Religion. Wenn man es als leichte Unterhaltung darbietet, dann wird aus ihm eine ganz andere Art von Religion... Wie man im National Council (of the Churches of Christ) erkannt hat, besteht die Gefahr nicht darin, dass die Religion zum Inhalt von Fernsehshows wird, sondern darin, dass Fernsehshows zum Inhalt der Religion werden.

(Neil Postman, Wir amüsieren uns zu Tode, Frankfurt am Main 1985, S. 149ff.)