

Modelle und Modellierung

Archiv für Mediengeschichte No. 15 (2015)

EDITORIAL

Nachdem es seit ca. 50 Jahren ›Medientheorie‹ gibt und seit ca. 25 Jahren auch so etwas wie Medienwissenschaft, scheint die Rede von den ›Medien des Heiligen‹ nichts Provozierendes (mehr) zu haben. Zumindest nicht, wenn man darunter ›Medien der Religion‹ versteht: Man kann über die Medien der Religionen ebenso selbstverständlich forschen wie zum Beispiel über Medien der Aufklärung oder Medien des Faschismus. In diesem Sinne untersuchen Frühneuzeithistoriker schon seit vielen Jahren die Bedeutung der Gutenberg'schen Erfindung für die Geschichte des Protestantismus und Literaturwissenschaftler die geistliche Poesie als Medium des Pietismus oder das Jesuitentheater als Medium des Katholizismus. In der Regel wird dabei der Begriff, der im Genitiv steht und die jeweilige Religion spezifiziert, als Gegebenes angesehen; Medien werden folglich entweder in einem instrumentell-kommunikativen Sinn oder im Sinne von Darstellungsmedien begriffen: Die Frage ist dann entweder, wie sich eine bestimmte Religion eines Mediums bedient oder wie in einem gegebenen Medium religiöse Inhalte vermittelt werden. Die Möglichkeit eines inneren Zusammenhangs zwischen Medien und Religion wird hingegen in der Regel verworfen: Auf die Behauptung, dass der Protestantismus ein Effekt des Buchdrucks gewesen sei, reagieren Historiker gewöhnlich allergisch. Mit anderen Worten: Die historische Forschungsmethode übernimmt unhinterfragt das Kategorienschema der Aufklärung, wenn sie Medien und Religion thematisiert. Sie unterscheidet Urheber, Instrument und Zweckbestimmung, und sie unterscheidet insbesondere Form und Inhalt, das Medium und die Botschaft.

Die Fragestellung des 15. Bandes des *Archivs für Mediengeschichte* geht bewusst in eine andere Richtung. Zum ersten thematisiert sie nicht die Medien der Religion, sondern die Medien des Heiligen. Während Religion ohne Zweifel Teil menschlicher Kultur ist und einen Bereich verfügbarer Lehren, Praktiken und Rituale bezeichnet, bezeichnet das Heilige stets etwas Unverfügbares, etwas, das den Bereich von Natur und Kultur transzendiert. Mit Jean-Luc Nancy (*Am Grund der Bilder*) kann man das Heilige (*sacré*) der Religion gegenüberstellen und es als das Getrennte, das Ausgegrenzte oder das Verschanzte definieren, die Religion dagegen als das, was eine Verbindung zum abgetrennten Heiligen herstellt. Auf die Operationen der Trennung, denen sich das Heilige verdankt, reagiert die Religion mit diversen Praktiken der Verbindung. Die Bestimmung des Heiligen als eines Abgetrennten oder Abgesonderten knüpft an Émile Benveniste an, der in seinen *Indoeuropäischen Institutionen* das heteronome Wesen des *sacrum* betont hat: als das zugleich »den Göttern Geweihte« und das »mit einem unauslöschlichen Makel Behaftete«,¹ das Erhabene und das Verfluchte, das Verehrungswürdige und das Schrecken Verbreitende – ein Gedanke, der auch schon Georges Batailles Schriften zum Heiligen zugrunde lag. Verstanden im Sinne eines Unberührbaren, einer Gewalt, der sich zu nähern technische Mittel erfordert, transzendiert das Heilige die Welt des Profanen sowie die Natur des Menschen.

Zweitens kennzeichnet es das hier (dem AMG schon immer) zugrunde gelegte Verständnis von Mediengeschichte, dass diese mehr umfasst als die durch Einzelmedienwissenschaften etablierten technischen Medien der Datenspeicherung, -übertragung und -verarbeitung, also Buchdruck, Post, Photographie, Radio, Film, Fernsehen, Computer und Internet. Vielmehr sind mit den Medien des Heiligen die religiösen Objekte, Praktiken, Körpertechniken und Riten selbst gemeint, durch die das Heilige sich manifestiert, also die Liturgie des Gottesdienstes, Sakramente wie die Eucharistie und die Beichte, das Triptychon, das Kirchenfenster, der Vorhang,

¹ Émile Benveniste, *Indoeuropäische Institutionen*. Wortschatz, Geschichte, Funktionen, übers. von Wolfram Bayer, Dieter Hornig u. Katharina Menke, hg. von Stefan Zimmer, Frankfurt/M-New York-Paris 1993, S. 441.

der Tabernakel, Reliquiare usw., aber auch Techniken der mystischen Ekstase, die Glossolalie oder prophetische Visionen hervorrufen. Das Kirchenfenster, um ein Beispiel herauszugreifen, dessen buntes Glas die Gestalten der Heiligen zeigt, macht die Wand der Kathedrale zu einer Grenze zwischen dem Weltlichen und dem Himmlischen (auf deren Schwelle als Mittler die Heiligen stehen). Die modernen technischen Medien des Bewegtbildes haben in Momenten der Hellsicht gewusst, dass der Schrecken, den sie mobilisieren können, genealogisch mit diesen alten, aber um nichts weniger technischen Medien des Heiligen in Verbindung steht: In *Young Sherlock Holmes* (USA 1985)² zum Beispiel halluziniert ein Priester in seiner Kirche, nachdem ihm eine Droge verabreicht wurde, die Belebung des Bildes eines Heiligen in einem Kirchenfenster. Der Vorhang, um ein anderes Beispiel zu nehmen, verbirgt in der alttestamentarischen Überlieferung das innerste Mysterium des Heiligen. Wenn er im perspektivischen Tiefenraum von Raffaels Sixtinischer Madonna eine ambivalente Schwellensituation erzeugt, aufgrund deren die Madonna sich sowohl hinter als auch vor dem Vorhang zu befinden scheint, wird der Vorhang dadurch einerseits zum Medium einer Vision, andererseits spielt er aber auch auf den Gebrauch von Textilien zur Bezeugung der Wahrhaftigkeit von Bildern an, der möglicherweise in der typologischen Verbindung von Christus mit dem Tempelvorhang begründet ist.

Daraus folgt drittens, dass auch für die Medien des Heiligen gilt, dass auf den ›linguistic turn‹ ein ›practical turn‹ folgen muss. Spätestens seit der kulturtechnischen Wende in der Medienwissenschaft können sich Untersuchungen von Medien des Heiligen nicht mehr allein auf die Analyse theologischer Texte verlassen, sondern müssen diejenigen Praktiken und Techniken rekonstruieren, die den theologischen Medien-Begriffen (der Schrift, des Bildes, des Göttlichen, des Menschlichen) vorausgehen wie zum Beispiel Ekstasetechniken oder Praktiken des Opfers, die in verschiedenen Religionen der Kommunikation mit dem Numinosen dienen. Seit den für den Themenkomplex des Kultbildes bahnbrechenden Untersuchungen von Hans Belting und Gerhard Wolf wissen wir zum Beispiel, dass es nicht reicht, die

² Regie: Barry Levinson, Produktion: Steven Spielberg.

Theologie der Ikone zu kennen; um ihre mediale Macht zu verstehen, ist es notwendig, die Praxis der Prozessionen zu rekonstruieren, in die das ›Leben‹ der Ikonen eingebettet ist, die eine politische Praxis ist, um bestimmte Orte zu heiligen Orten oder umgekehrt heilige Orte zu profanen Orten zu machen.

Vom medienhistorischen Standpunkt aus ist das Heilige unmittelbar mit Medien verknüpft, weil es immer schon durch Medienpraktiken konstituiert ist und mittels Medien gefertigt wird. Wenn das Heilige nichts weiter ist als gemacht, wenn Sakralisierung nichts ist als eine Kulturtechnik oder Medienpraxis, dann stellt sich allerdings viertens die Frage, wie dann die Existenz des Heiligen erklärt werden kann, da es als Heiliges stets einen ›anderen Ursprung‹ haben muss als menschliche Praxis. Auf diesen Ursprung kann grundsätzlich mithilfe von zwei verschiedenen Operationstypen referiert werden, die zu zwei verschiedenen Arten von sakralen Medien führen. Zum einen ist die Rede von Medien des Heiligen, die aufgrund eines Aktes der Konsekration heilig sind (wie zum Beispiel die Hostie), die mithin das Amt des Priesters und eine Institution voraussetzen, die dieses Amt verleiht – sei es ein Tempel, die Kirche oder sonst etwas –, eine Institution, die wiederum von einem Gott eingesetzt ist. Weil dieser Typ der Ursprungsreferenz auf dem Verfahren der Stellvertretung beruht, kann man ihn dem Modell der Metapher zuordnen. Zum anderen geht es um Medien des Heiligen, die ohne institutionelle Einsetzung aufgrund einer unmittelbaren Manifestation des Heiligen existieren: Acheiropoieta zum Beispiel oder Reliquien. Da dieser Typ der Ursprungsreferenz stets mit einem Kontakt operiert, kann man in diesem Fall von einem metonymischen Modell sprechen. Diese beiden Typen der Ursprungsreferenz korrespondieren in etwa den beiden Typen der Magie, die James Frazer unterschieden hat: imitative Magie und Übertragungsmagie. Die Referenz auf einen Ursprung des Heiligen, durch die Kulturtechniken und Medien des Heiligen metaphorisch oder metonymisch auf etwas verweisen, das für das menschliche Subjekt unverfügbar ist, und sei dies auch nichts anderes als eine Leerstelle, das Nichts oder der Mangel schlechthin, muss daher die Frage nach den Medien des Heiligen konsequenterweise an einen Punkt führen, an dem sich die Frage nach der Verteilung von Handlungsmacht bei der Konstitution des Heiligen stellt. Die medialen Operationen, durch die

das *sacrum* und dessen Handlungsmacht hergestellt werden, konstituieren zugleich auch die Unterscheidung von Subjekten und Objekten und deren Handlungsmacht.

Fünftens schließlich ist das Heilige nicht etwas, das ein beliebiger Gegenstand der Mediengeschichte wäre. Das Konzept des Heiligen ist vielmehr wissenschaftlich nicht zu trennen vom Konzept des Mediums (und umgekehrt), insofern dieses nicht anders denn mittels der Subversion des modernen Konzepts der Kommunikation zu haben ist.

Die Abstraktion, die es erlaubt, alle Medien in Form eines Kommunikationsmodells anzuschreiben, dergestalt, dass Medien gleich welcher Art stets durch einen Sender, einen Empfänger, einen Kanal, einen Code, eine Nachricht, eine Störquelle, eine Datenquelle und eine Datensenke definiert sind, kann als Resultat einer langen Geschichte der Säkularisierung betrachtet werden. Es tut dabei nichts zur Sache, ob man das Shannon-Weaver'sche Modell der Kommunikation oder Jakobsons Variante des Sechsfunktionen-Schemas vorzieht. Wie viele Jahrhunderte hat es gedauert, bis die westlichen Gesellschaften gelernt hatten, Abbilder von Urbildern, den Sender vom Kanal, die Nachricht vom Rauschen, äußere von inneren Bildern zu unterscheiden, und die Wirkung von Medien nicht ihrer Materialität, sondern den Intentionen von Sendern und Empfängern bzw. den durch sie übermittelten Inhalten zuzuschreiben? War nicht die Erlangung des universalen Geltungsanspruchs des Kommunikationsmodells sowie die Möglichkeit, von Medien in ihrer historischen Materialität zu abstrahieren, *ein* wenn nicht gar *der* Triumph der Aufklärung? Oder, mit Heidegger gesprochen, wird nicht in dem Moment, in dem sich das Kommunikationsmodell über den verschiedenen historischen Medienkulturen schließt, das Wesen der Technik, das Ge-Stell, als Wahrheit des Seienden entborgen? Ist nicht alles, was man dem Aberglauben zuschrieb, letztlich rational als Falschadressierung von Funktionen oder Wirkungen im Kommunikationsmodell zu erklären – etwa, dass man dem Medium Wirkungen der Botschaft zuschrieb oder dass man die Botschaft mit dem Sender verwechselte?

Medientheorie, so ließe sich argumentieren, unterscheidet sich von Kommunikationstheorie dadurch, dass sie zwei oder mehr der im Kommunikationsmodell kategorisch geschiedenen Elemente und Funktionen in ›unzulässiger‹ Weise miteinander rückkoppelt oder ineinander kollabieren lässt. Nicht umsonst beginnt (unter anderem!) Medientheorie 1964 mit dem ominösen Postulat *The medium is the message*. Im Grunde ist der Sprechakt McLuhans, durch den das Medium als die Botschaft gesetzt wird, ein Sakralisierungsakt (den übrigens David Cronenberg wie kein anderer verstanden hat, als er McLuhan in *Videodrome*, 1983, als priesterlichen Brian O'Blivion wiedererstehen ließ). Aus Sicht aufgeklärter kommunikativer Vernunft kommt die zentrale These von *Understanding Media* dem Glauben gleich, ein Knochenstück vermittele eine Heilswirkung. Vor diesem Hintergrund lässt sich die ›Verrücktheit‹ oder die Unvernunft religiöser, magischer oder abergläubischer Praktiken stets als Verstoß gegen die im Kommunikationsmodell normativ gesetzten Unterscheidungen begreifen: Wer den Sinn mit der Sache, Information mit Materie, Licht mit Leitung verwechselt, begibt sich auf die Wege der Medientheorie, aber auch auf die des Heiligen. Wer Rauschen für eine Nachricht hält, stellt sich in die Tradition der Mystiker.

Der bekannteste Medientheoretiker der *Societas Jesu*, Walter J. Ong, hat einmal durchgespielt, wie sich die christologischen Aussagen des Johannes-Evangeliums in Medientheorie übersetzen ließen:

Das Wort Gottes ist keine Botschaft, die von einer Person abtrennbar wäre, so wie das, was ich sage, von mir getrennt ist, sondern ist tatsächlich eine Person. Diese Person, Das Wort, wird inkarniert in Jesus Christus. Dieser äußert menschliche Worte wie andere Menschen und diese Worte übertragen die Wahrheit. Sie sind tatsächlich Gottes Worte, denn Jesus ist Gott, und was er sagt, kommt letztlich vom Vater, der auch Gott ist. [...] Die vollständige Botschaft Jesus' in all seinen Äußerungen ist nicht bloß seine Äußerung, sondern seine eigene Person, Das Wort. [...] Jesus Christus, Gott und Mensch, ist in seiner eigenen Person die Frohe Botschaft, die Offenbarung und der Vater. Er ist, was er sagt. Er befindet sich zudem in einer Mittlerposition zwischen Vater und Mensch. In diesem Fall ist es vollkommen wahr, daß das Medium die Botschaft ist.³

³ Walter J. Ong, *Communications Media and the State of Theology*, in: *Cross Currents* 19, Fall 1969, S. 462-480, hier S. 464 f.

Es hat also den Anschein, als würde Mediengeschichte, die nicht Inhaltsanalyse von historischen Medien betreibt, sondern im Sinne medialer Historiographien die Bedingungen untersucht, unter die Medien in ihrer Materialität Geschichte und Geschichtsbetrachtung gestellt haben, ihrerseits einem Medienbegriff unterstehen, dessen Kern die Offenbarung oder Inkarnation eines Gottes ist.

Wenn dem so ist (und es spricht einiges dafür), dann wirft das am Ende die Frage auf, ob nicht die historische Erforschung der Medien des Heiligen *a priori* dazu verdammt sei, nichts anderes als Tautologien zu produzieren. Wäre dann nicht eine Medientheorie des Heiligen nichts anderes als eine Metamedientheorie? Und umgekehrt: Wäre dann nicht eine Medientheorie nie etwas anderes als eine Metatheologie? Wenn Mediengeschichte die medialen Operationen thematisiert, durch die das Heilige konstituiert wird, projiziert sie dann nicht bloß jene Operationen, die es erlauben, Mediengeschichte zu schreiben, in die Geschichte hinein?

Vielleicht kann also eine historische Forschung zu den Medien des Heiligen keine Erkenntnisse über das Heilige als solches anbieten; vielleicht reproduziert sie immer nur die Operationen, auf denen ihre eigenen theoretischen Konzepte beruhen. Dennoch ist sie notwendig. Denn Mediengeschichte vermisst damit nichts weniger als ihr eigenes historisches Apriori. Mit der Thematisierung der Medien des Heiligen lässt sich Mediengeschichtsschreibung auf das Abenteuer ein, ihre eigenen blinden Flecken zu kartographieren.

Die Herausgeber