

Das Letzte – der Erste

Gott denken

*Festschrift für Ingolf U. Dalferth
zum 70. Geburtstag*

herausgegeben von

Hans-Peter Großhans, Michael Moxter
und Philipp Stoellger

Mohr Siebeck

HANS-PETER GROSSHANS, geboren 1958 (Professor für Systematische Theologie und Direktor des Instituts für Ökumenische Theologie an der Evangelisch-Theologischen Fakultät der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster).

MICHAEL MOXTER, geboren 1956 (Professor für Systematische Theologie mit den Schwerpunkten Dogmatik und Religionsphilosophie an der Universität Hamburg).

PHILIPP STOELLGER, geboren 1967 (Professor für Systematische Theologie: Dogmatik und Religionsphilosophie an der Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg).

ISBN 978-3-16-156091-0 / eISBN 978-3-16-156366-9

DOI 10.1628/978-3-16-156366-9

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

© 2018 Mohr Siebeck Tübingen. www.mohrsiebeck.com

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für die Verbreitung, Vervielfältigung, Übersetzung sowie die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Das Buch wurde von Gulde Druck in Tübingen gesetzt, auf alterungsbeständiges Werkdruckpapier gedruckt und von der Buchbinderei Spinner in Ottersweier gebunden.

Printed in Germany.

Digitaler Sonderdruck des Autors mit Genehmigung des Verlags.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
HANS-CHRISTOPH ASKANI	
Ist die „Ohnmacht Gottes“ eine theologische Lösung?	1
STEFAN BERG	
Ärgernis und Torheit. Jesus Christus als Ereignis der Störung der Unterscheidung von Gott und Mensch	19
BRIGITTE BOOTHE	
Warten, Wünschen, Hoffen. Ein psychoanalytischer Rundgang	41
PIERRE BÜHLER	
Gott denken – immer nur gebrochen. Fragmentarische Überlegungen zu Blaise Pascals Pensées	67
JÖRG DIERKEN	
Selbstkonstruktion des Absoluten und Spannungen im System. Hegels Systemkonzept im Werden	79
THOMAS ERNE	
„Theodizee goes Hollywood“. <i>Bruce Allmächtig</i> und die Popularisierung der Theodizee im Block-Buster Format	95
ELISABETH GRÄB-SCHMIDT	
In Tempus Praesens: Die Zeit als Horizont von Sein	105
HANS-PETER GROSSHANS	
Das Apriori in der evangelischen Theologie	127
ERIC E. HALL	
Eternal Contingency	141
EBERHARD HERRMANN	
Begriffliche Voraussetzungen verantwortlicher Rede über Gott in einer pluralistischen Gesellschaft – ein philosophischer Essay	165

REBEKKA ALEXANDRA KLEIN Gottes Verheißung – Abgrund des Glaubens. Ein Versuch über Theologie als Subversion Gottes	179
SIMO KNUUTTILA Realism in Coakley, Dalferth and Early Christian Mysticism	193
DIETRICH KORSCH An Gott denken. Eine theologische Meditation	207
CHRISTOF LANDMESSER Mit Paulus Gott denken	221
JEAN-LUC MARION Remarques sur l'utilité en théologie de la phénoménologie	243
ANSELM K. MIN How <i>Not</i> to Think God: Aquinian Reflections on the Coherence of Panentheism	257
MICHAEL MOXTER Gott in Differenzgedanken gefasst	281
HARTMUT VON SASS Hoffnung, mit Optimismus!	297
STEPHAN SCHAEDE Lebt Gott?	315
KONRAD SCHMID Gott denken, ohne ihn zu nennen. Einige nichtexplizite Denkformen alttestamentlicher Theologie	339
PHILIPP STOELLGER Gott als Medium und der Traum der Gottunmittelbarkeit	351
ELEONORE STUMP Atonement and Sacrifice	395
HANS WEDER Konturen der Kreativität. Gott denken – im Anschluss an Paulus	415

CLAUDIA WELZ
Das Gebet als Schlüssel zur Gotteserkenntnis?
Anselm von Canterburys Proslogion 443

Bibliographie Ingolf U. Dalferth 467

Verzeichnis der Autorinnen und Autoren 497

Namensregister 501

Gott als Medium

und der Traum der Gottunmittelbarkeit

PHILIPP STOELLGER

I. Gott als Zwischenbestimmung

Gott als ‚Der Erste und Der Letzte‘ benennt Anfang und Vollendung als Grenzwerte der Theologie oder Ursprung und Ziel, Alpha und Omega. *Jenseits und diesseits* dieses doppelten Grenzwertes ist Gott offenbar dazwischen, in aller Diachronie seiner *ὀκνομοία*. Vom Dornbusch und seinen Namen über die Rauch- und Feuersäule, den Glanz vom Sinai und die Tora bis zu Christus als Mittler und seinen nachösterlichen Medienleibern *zeigt* sich: Offenbarungserfahrung gibt es gnädigerweise durch Gott als *Zwischenbestimmung* im Laufe der Geschichte Gottes mit seinem Volk. Gott ist der, der einem dazwischenkommt, so gerecht wie heilsam. Das provoziert die Frage nach ‚Gott als Medium‘, in gewisser Spannung zum Begehren nach Gottunmittelbarkeit, wie sie sich als Figur des Imaginären durch die Theologiegeschichten zieht und manche ‚religiösen Subjekte‘ fasziniert.

Damit sind zwei Variablen im Spiel: *Gott* und *Medium*, beide von intrikater Vieldeutbarkeit. Zu *Gott* sei vorab gesagt, dass hier vom *Singulären* aus gedacht wird, maßgebend christologisch, im Unterschied zu einem generellen, theistischen Gotteskonzept oder der beliebten Verdünnungsform ‚des Heiligen‘. Theologie im Horizont einer Hermeneutik der Differenz fragt nach Gott im Zeichen der christologischen Differenz.

Zum *Medium* sei vorab notiert, dass darunter im Folgenden die *Wahrnehmungsform* verstanden wird im Unterschied zu wahrgenommenen Formen (wie mit Fritz Heider auszuführen sein wird). Medium ‚ist‘ ein Dazwischenliegendes, *worin und wodurch* wir wahrnehmen und das daher unsere Wahrnehmung formt. Als Medium operiert all das, was uns auf bestimmte Weise sehen *lässt* und so sehen *macht*, wie wir sehen (bzw. wahrnehmen, sprechen, glauben, fühlen, wissen, wollen und leben). Die theologische Konsequenz ist absehbar: Gott als Medium ist der, in, mit und durch den wir auf andere Weise wahrnehmen, sofern er uns anders sehen lässt – wobei die Frage entsteht, wie das näher zu verstehen ist.

Als Wahrnehmungsform sind Medien bemerkenswert *deutungsmächtig*. ‚Sehen lassen und machen‘, das können Sprache, Schrift und Buch, aber auch Bild, Szene und Verkörperung, Medien des Sagens *wie des Zeigens*. Denn Gott spricht nicht nur, er *zeigt* sich auch, wenn er denn *revelatus* ist und zugänglich, namhaft und ansprechbar. Die damit markierte ‚*zweite Hälfte*‘ der *Theologie* sollte nicht übersehen werden: all die Medien des *Zeigens* im Unterschied zu und in Verschränkung mit denen des Sagens. Metaphern und Metonymien oder Erzählungen können uns sehen lassen und machen, wie auch Bilder, Szenen und Verkörperung, indem sie zu Wahrnehmungs- und Deutungsmustern werden: Gott *als* Mensch etwa, oder der leidende Gott, für manche auch der *tote*, für andere der *trotz allem* lebendige.

Gott als Medium ist zweifach verstehbar, ‚de dicto‘ und ‚de deo‘. ‚Gott als Medium‘ ist zunächst und epistemisch unverdächtig eine Art und Weise, von Gott zu denken und zu sprechen, ein *Deutungsmuster* also, das es ermöglicht, einen Unterschied zu machen etwa gegenüber Gott als Absolutum oder den Unmittelbarkeitsfiguren mit ihrem Begehren nach unio und ‚Gotteskontakt‘. Das nominalistische oder interpretationistische Verständnis ist das eine; aber ‚Gott als Medium‘ kann auch als These ‚de deo‘ entfaltet werden, die *Gott* nicht allein als Ersten und Letzten begreifen lässt, sondern als lebendige *Zwischenbestimmung* des Lebens coram deo (oder auch remoto deo). De deo heißt allerdings in christlicher Perspektive de Christo.¹ Christus als Mittler und seine nachösterlichen media salutis, seine ‚supplementären Medienleiber‘, provozieren die Frage nach der Medialität Gottes: *Gott* als Medium zu verstehen, ohne generell das Medium als Gott zu überhöhen (es sei denn, man verstünde es singular von Christus aus); und zugleich Gott als *Medium* zu verstehen, nicht als Unmittelbarkeitsfigur, sei es im höchsten Seelenteil, im Selbstbewusstsein oder im Gefühl. Sind doch weder Wissen, Wollen noch Fühlen je immediat, schon gar nicht, wenn sie als *Gottesverhältnis* angesprochen werden.

Vom Medium als Deutungsmuster mit Deutungsmacht, von der Metapher über Bild und Bildlichkeit zum Medium, wie auch von der Passivität zum Medium: um die Medienfrage führt kein Weg herum. Da muss man *durch*. Denn *Theologie* ist Medientheorie ‚avant la lettre‘. Sie ist nicht ‚nur‘ Medientheorie, aber stets auch und wesentlich dies. Daher sollte sie auch medientheoretisch kompetent sein.

¹ Dass sich in der Entfaltung der Christologie die These ‚de trinitate‘ weiterführen lässt, ist leicht absehbar. Ob man bei innertrinitarischen Relationen als Medienrelationen ansetzt oder zugänglicher mit dem Kreuz als Riss und der trinitarischen ‚Vermittlung‘ dessen, ist dann eine Frage der dispositio: der Disposition und des theologischen Dispositivs.

II. Zum Medienbegriff

Das Hin und Her zwischen Theologie und Medientheorie ermöglicht beiden eine Horizonterweiterung: einen komplexeren Gottesbegriff, der nicht nur Ursprung oder Supersubjekt meinen kann, Mediensouverän oder Immediatheit; dementsprechend einen medial differenzierteren Glaubensbegriff, der nicht an mystischen Unmittelbarkeitsfiguren hängt – ohne die Paradoxierung der Medienunmittelbarkeit zu verkennen; und von Christus als Medium her auch einen verdichteten Medienbegriff: Christus und der Geist Christi – die nicht so luftig und leiblos sind wie der reine Geist oder die Engel, aber auch nicht so apparativ und technisch wie die Schreibmaschine. Der Geist Christi ist nicht leiblos – sondern leibhaftig, verkörpert. Exemplarisch zeigt sich das im Abendmahl als Verkörperung einer offenen Gemeinschaft. Blieb im bisherigen der Medienbegriff von kurzen Vorgriffen abgesehen noch operativ, ist dem ausstehenden Klärungsbedarf im Folgenden exemplarisch nachzugehen.

II.1 Thomas' Erfindung des Mediums und die Ameisen im Himmel

Der Begriff des Mediums ist eine theologische Erfindung Thomas von Aquins – so lautet der Befund der historischen Semantik.² Thomas hat den Medienbegriff in seiner Übersetzung und den Kommentaren zu Aristoteles' *Περὶ ψυχῆς* eingefügt. Diese Konjektur hat die Medientheorie bis ins 19. Jahrhundert dominiert.

In Aristoteles' Seelentraktat geht es im zweiten Buch um die Wahrnehmungstheorie, näherhin um die Farbwahrnehmung. „Sichtbar ist die Farbe und das, was [...] keine Benennung hat.“³ Das heißt, die Farbe ist nur *in* oder *durch* etwas sichtbar, wofür Aristoteles keinen Namen hat, weswegen er hier vom *ἀνόνομον* (einem Unbenennbaren) spricht – das er aber kurz darauf ‚das Durchsichtige‘ nennt (*τι διαφανές*). Das hat Wirkungsgeschichte gemacht: Denn daraus wurde das Medium des *Lichts*, *in* dem wir sehen und später der Äther, die Quintessenz, oder *ἄνω σωματί*, der Stoff, der die Götter umgibt.⁴

Bei *Aristoteles* selber geht es ‚nur‘ um die elementare Differenz der *Elemente* der Wahrnehmung von der *Wahrnehmungsfunktion*: worin und wodurch wir wahrnehmen. So hören wir den Schall *in* oder *durch* die Luft. Wir sehen Farben, aber nur *im Durchsichtigen*, dessen ‚Vollendung‘ das Licht sei. Zur Klärung zitiert Aristoteles *Demokrit*, der ein Gedankenexperiment ausführte: Man könne *selbst eine Ameise im Himmel noch sehen, wenn und nur wenn ‚das Dazwischen leer wäre‘* (*τὸ μεταξὺ*). Dieses ‚Dazwischen‘ *ermöglichte* aber erst die Wahrneh-

² Vgl. zum Folgenden W. HAGEN, *Metaxy*. Eine historiosemantische Fußnote zu einem Medienbegriff (in: S. MÜNCKER / A. ROESLER [Hg.], *Was ist ein Medium*, Frankfurt a.M. 2008, 13–29).

³ Aristoteles, *De anima* II, 7, 418a 26.

⁴ Vgl. HAGEN (s. Anm. 2), 20f.

mung. Denn ohne Abstand, ohne Distanz, ohne dieses sonderbare ‚Dazwischen‘ sehe man überhaupt nichts. Tomaten auf den Augen sieht man nicht. Erst mit einer gewissen Distanz wird Ding- und Farbwahrnehmung möglich. Nötig ist also für die Wahrnehmung von Farbe und Gestalt: „Etwas Anonymes, Diaphantisches, ein gleichermaßen Durchsichtiges wie Undurchsichtiges“⁵.

Μεταξύ erscheint als ein Verlegenheitsausdruck, ein Unbegriffliches, wo sonst Anonymität herrscht. Es ist ein Lehnwort, das sich Aristoteles von Demokrit leiht, um das ‚Diaphane‘ zu benennen. Von *Medium* ist im Griechischen keine Rede. Aus der Beobachtung des Aristoteles, Farbe sei nur ‚bei Licht‘ wahrnehmbar und überhaupt etwas nur mit einer gewissen *Distanz*, wird *durch Thomas’ Erfindung* der Anfang der Medien-Begriffsgeschichte gemacht.

Thomas musste seinen Aristoteles in Latein lesen, weil er kein Griechisch konnte. Exegetisch unzulässig trug er in Aristoteles die systematisch folgenreiche Wendung ein, *das ‚Dazwischen‘ mit Medium* zu benennen. Das Unnennbare bekam einen Namen, den es bis heute trägt. Als exegetisch unzulässiger, aber systematisch hochproduktiver Eintrag in den Text des Aristoteles wurde diese Erfindung kanonisiert und tradiert als Schulwissen bis ins 19. Jahrhundert.

Die Ameise im Himmel wäre also sichtbar, wenn es zwischen ihr und uns kein Medium gäbe, d. h. wenn wir unvermittelt bzw. unmittelbar wahrnehmen könnten. Die entsprechenden theologischen Figuren einer ‚Gottunmittelbarkeit‘ klingen hier mit. Aber statt solches Unmittelbarkeitsbegehren zu bedienen, argumentiert Thomas für die Unhintergebarkeit der Medialität. Dabei *trübt* das Medium die Wahrnehmung ebenso, wie es sie erst *ermöglicht*. Das Medium, so Thomas, sei eine Notwendigkeit, weil alles, was überhaupt wahrnehmbar ist, nur *in und durch* Medien wahrnehmbar wird.

Hier ist eine systematische Rückfrage möglich: Hätte Thomas das ‚Dazwischen‘, den ‚Abstand‘ von Himmel und Erde auch ‚Gott‘ nennen können? Den *Namen Gottes* als Namen des ἀνώγειον setzen können? Dann wäre Gott der, *durch den* überhaupt erst Sichtbares sichtbar wird, Wahrnehmung möglich wird und zugleich der Abstand gewahrt wie überbrückt wird (aber auch getrübt)? Daraus wäre eine Lehre der ebenso *absoluten* wie *generellen* Medialität geworden, der Medialität *Gottes* kraft seiner Schöpfung als Grundsatz natürlicher Theologie zum Beispiel. Das hätte begründet (oder ergänzt) werden können durch eine *spezielle* Medialität, genauer eine *singuläre*: Christus als Medium, durch den sich alles erst erschließt.

Für Thomas war solch eine ‚Medialisierung‘ des Gottesbegriffs verständlicherweise ausgeschlossen, weil er einer Prinzipientheorie und Ursprungsmetaphysik folgte: Gott ist principium primum, ἀρχή von allem – und nicht Medium. Er ist Erster, nicht Zweiter oder Zwischenbestimmung. Versteht man Gott hingegen nicht unter der Ägide einer ursprungslogischen Metaphysik, sondern ver-

⁵ AaO 22.

sucht strikt, ihn *angesichts Christi* zu denken, würde passend zu sagen: *„Im Anfang war das Medium, und das Medium war bei Gott und Gott ist das Medium“* (in Weiterführung von Joh 1,1). Die Medialisierung Gottes lässt den Anfang neu verstehen und die Bundesgeschichte von daher: Gott als ‚μεταξύ – wie der ‚vorübergehende Jahwe‘ vom Sinai, der an seinen *Spuren* erkannt wird, christlich verstanden an der Spur Christi und seinen nachösterlichen Spuren der Spur.

Dass aus Thomas' ‚Aristoteles-Fälschung‘ (das *Diaphane als Medium* zu ‚übersetzen‘ und damit seinen Medienbegriff in Aristoteles' Text zu übertragen) unendliche *Medienmetaphysik* gemacht wurde (im Verein neuplatonischer und idealistischer Metaphysik), gehört zu den Hypotheken dieser Problemgeschichte. Das Medium wurde zum „Großkonzept der Durchsetzung christlich-abendländischer Metaphysik“⁶, notierte Wolfgang Hagen kritisch. Der Äther oder die Empfindung (Novalis), die Erkenntnis (Hegel) oder die Kunst (Rilke), alle höchsten Güter oder Werte konnten zum Leitmedium ernannt werden.

Für Licht- oder Geistmetaphysiker gilt:

- Geist ist Medium, Gott ist Geist, Gott ist Medium, oder
- Wahrheit ist Licht, Licht ist Medium, Wahrheit ist Medium, oder etwas moderner:
- Religion ist Sinn, Sinn ist Medium, Religion ist Medium – und so weiter.

Das gilt selbst für den Erzvater neuerer Medientheorie, McLuhan, und zwar mit christologischer Pointe: Christus ist der Bote, der Bote ist die Botschaft, Christus ist die Botschaft, so der nur zu naheliegende Schluss aus der These: the medium is the message. So gesehen ist die Synthesis von Gott und Medium kein Problem, im Gegenteil, allzu naheliegend – so gesehen, durch das Medium des Mediums. ‚Der Bote ist die Botschaft‘ ist zwar bekannt aber nicht ganz banal: so wie die Form des Gleichnisses bereits die Vergegenwärtigung des Reiches Gottes ist – das wird bis in Predigt und Seelsorge relevant.

Es kommt offenbar auf den Medienbegriff an, wenn Gott *als* Medium begriffen wird. Daher seien exemplarisch einige Medienbegriffe genannt – um deren Konsequenzen für die theologische Perspektive sichtbar zu machen. Wie auf diese theologisch geladenen Medienbegriffe seitens der Theologie zu antworten wäre, wird sich zeigen. Neigt die theologische Tradition zur instrumentellen Unterschätzung der Medien (obwohl doch von Christus her anders zu denken wäre), neigt die medientheoretische Tradition zur theologischen Überschätzung des Mediums – als könnten die Medien als Erben der Eigenschaften Gottes leisten, woran Gott als Medium schwer zu tragen hatte. Verkennt man einerseits die christologische Verschärfung und Verdichtung des Mediums im Namen Christi, verkennt man andererseits die Fragilität des Mediums, wenn man es ‚remoto Christo‘ divinisiert. Dann auf ‚die Engel‘ als Medienparadigma zu rekurrieren, wirkt wie eine seltsam luftige Umbesetzung Christi.

⁶ AaO 28.

II.2 Von der Angelologie zur Trinitätslehre

In der neueren Medientheorie gibt es eine erstaunlich verbreitete Neigung zur Angelologie: ausgerechnet die *Engel* als medientheoretische Grundfigur zu ‚reanimieren‘ (durch Benjamin inspiriert?). Von Cacciari (1987)⁷ über Serres (1993)⁸, Debray (1997)⁹, Pleșu (1997)¹⁰, Macho (1997)¹¹, Gehring (2004)¹², Geimer (2004)¹³, Agamben (2007)¹⁴, Siegert (2007)¹⁵, Weigel (2007)¹⁶ bis zu Krämer (2008)¹⁷ wird *aus Angelologie Medientheorie gemacht*. Um nur exemplarisch an Michel Serres These zu erinnern: „Leser: – Warum sollten wir uns heute für die Engel interessieren? Autor: – Weil unsere Welt um Botschaften organisiert ist und die Engel Boten sind, noch zahlreicher, komplexer und raffinierter als der eine, falsche und diebische Hermes. Jeder Engel ist Träger einer oder mehrerer Relationen; nun gibt es aber Myriaden von Relationen, und jeden Tag erfinden wir Milliarden neue; was uns fehlt, ist eine Philosophie dieser Relationen“¹⁸. Das reizt natürlich, die Trinitätslehre in Erinnerung zu rufen, oder auch Leib-

⁷ Vgl. M. CACCIARI, *Der notwendige Engel*, Klagenfurt 1987.

⁸ Vgl. M. SERRES, *La légende des anges*, Paris 1993; deutsche Fassung: DERS., *Die Legende der Engel*, Frankfurt a. M./Leipzig 1995.

⁹ Vgl. R. DEBRAY, *Transmitting Culture*, New York 2000, original: ders., *Transmettre*, Paris 1997.

¹⁰ Vgl. A. PLEȘU, *Engel: Elemente für eine Theorie der Nähe* (in: C. PICHLER [Hg.], *Engel, Engel: Legenden der Gegenwart*, Wien / New York, 1997, 15–31); DERS., *Actualité des anges*. *Essai*, Paris 2005; DERS., *Das Schweigen der Engel*, Berlin 2007.

¹¹ Vgl. T. MACHO, *Himmlisches Geflügel – Beobachtungen zu einer Movigeschichte der Engel* (in: C. PICHLER [Hg.], *Engel, Engel: Legenden der Gegenwart*, Wien / New York 1997, 83–100).

¹² Vgl. P. GEHRING, *Engelszunge, Engelszungen. Einige Feststellungen zur Physiologie der Engel* (in: K. RÖTTGERS / M. SCHMITZ-EMANS [Hg.], *Engel in der Literatur-, Philosophie und Kulturgeschichte*, Essen 2004, 52–61).

¹³ Vgl. P. GEIMER, *Das Gewicht der Engel. Eine Physiologie des Unmöglichen* (in: H. SCHMIDGEN / P. GEIMER / S. DIERIG [Hg.], *Kultur im Experiment*, Berlin 2004, 170–190).

¹⁴ Vgl. G. AGAMBEN, *Die Beamten des Himmels. Über Engel*, Frankfurt a. M. / Leipzig 2007; vgl. DERS., *Il Regno e la Gloria. Per una genealogia teologica dell'economia e del governo*, Vicenza 2007; deutsche Fassung: DERS., *Herrschaft und Herrlichkeit. Zur theologischen Genealogie von Ökonomie und Regierung*, Frankfurt a. M. 2010.

¹⁵ Vgl. B. SIEGERT, *Vögel, Engel und Gesandte* (in: H. WENZEL [Hg.], *Gespräche – Boten – Briefe. Körpergedächtnis im Mittelalter*, Berlin 1997, 45–62).

¹⁶ Vgl. S. WEIGEL, *Die Vermessung der Engel – Bilder an Schnittpunkten von Kunst, Poesie und Naturwissenschaften in der Dialektik der Säkularisierung* (*Zeitschrift für Kunstgeschichte* 2, 2007, 237–262).

¹⁷ Vgl. S. KRÄMER, *Medium, Bote, Übertragung. Kleine Metaphysik der Medialität*, Frankfurt a. M. 2008; DIES., *Über die Heteronomie der Medien. Grundlinien einer Metaphysik der Medialität im Ausgang einer Reflexion des Boten* (*Journal Phänomenologie* 22, 2004, 18–38); DIES., *Erfüllen Medien eine Konstitutionsleistung?* (in: S. MÜNKER [Hg.], *Medienphilosophie. Beiträge zur Klärung eines Begriffs*, Frankfurt a. M. 2003, 78–90); DIES., *Sagen und Zeigen. Sechs Perspektiven, in denen das Diskursive und das Ikonische in der Sprache konvergieren* (*Zeitschrift für Germanistik* 3, 2003, 509–519); DIES., *Symbolische Maschinen. Die Idee der Formalisierung in geschichtlichem Abriß*, Darmstadt 1988.

¹⁸ SERRES, *Die Legende der Engel* (s. Anm. 8), 293.

niz' Ontologie der Relationen, oder Peirce und die Folgen. Wenn Medien kreative plurale Relationen sind, die Relate erzeugen und freisetzen – wie die Liebe im Verhältnis von Vater und Sohn, oder Gerechtigkeit im Verhältnis von Christus und Seele –, dann erscheint die Rechtfertigung des Sünders als ausgesprochen rekreatives Medienereignis.

Seltsam nur, dass Serres und viele mit ihm sich in Medienfragen so prominent auf die Engel berufen. In der Theologiegeschichte wurde bereits in den Johannesbriefen der ‚Doketismus‘ zum Problem, der später zur prominenten Häresie ernannt wurde: Die These einer Fleisch- und Leiblosigkeit Christi, als wäre er ‚nur zum Schein‘ Mensch geworden, nicht selber gekreuzigt und schon gar nicht gestorben. Ein analoger Doketismus scheint auch medientheoretisch eine Versuchung zu sein: ins Schweben zu geraten wie die Wellen der Information, auf denen sich (fast) leiblos surfen lässt. Dazu passt der Eindruck, dass Medientheorien nicht selten zu doketisch leibarmen (um nicht zu sagen: zu anorektischen) Leitfiguren neigen: Engel, himmlisches Geflügel, Vögel und Signale aus Schall und Lichtwellen.¹⁹ Auffällig ist bei den Angelologen unter den Medienwissenschaftlern das Vergessen, Verkennen oder Verschweigen der Christologie, die doch religionsmediengeschichtlich eine gewichtige Tieferlegung des Medienbegriffs darstellt.

Zu diesem medienhäsiologischen Eindruck passt, dass in erwartbarer Schubumkehr der Aufmerksamkeit Leib und Körpermedien wie Medienkörper wieder relevant werden als das Vergessene, in der Sublimierung auf der Strecke der Mediengeschichte Gebliebene: als zur Strecke gebrachte Materialität. Ein Antiidealismus der Medientheorie ist auch ein Antidoketismus.²⁰ Die Medientheorie operiert nicht nur mit theologischen Figuren, sondern an der Wahl der Figur entscheidet sich dann der Medienbegriff.

Anders hingegen Bernhard Siegert, den man den Trinitätstheologen unter den Medientheoretikern nennen könnte. Auf dem Hintergrund seiner Arbeiten zum ‚Postwesen‘²¹ ist er am Botenwesen interessiert (zu dem die Engel gehören). Der Bote, exemplarisch der päpstliche Nuntius, der *legatus a latere*,²² steht im Zentrum seiner medientheoretischen Reflexion: „Im *legatus a latere* wird der Papst gegenwärtig und die päpstliche *auctoritas* bedingt, daß die menschliche Person, ja sogar die ekklesiastische Person des Gesandten vergessen wird.“²³

¹⁹ Dem gegenüber entfaltet Agambens Medientheorie vom ‚*homo sacer*‘ aus seine ganze Härte. Wie eine pagane (?) Gegenbesetzung zur Christologie tritt das nackte Fleisch des Tötbaren zwischen die geschmeidigen Medientechniken, die solche ‚*ζωή*‘ produzieren und regulieren.

²⁰ Seltsam nur, dass die christentumsgeschichtliche Urimpression des nackten Toten dabei ungesagt und anscheinend unsäglich bleibt. Als gälte, wer glaubt, dem glaubt man nicht.

²¹ Vgl. B. SIEGERT, *Relais. Geschicke der Literatur als Epoche der Post (1751–1913)*, Berlin 1993.

²² Vgl. SIEGERT, *Vögel* (s. Anm. 15), 50.

²³ AaO 55.

„Kurz: Der *legatus* ist der Papst“²⁴, so Siegert. Was an der Realpräsenz des Papstes in seinem Legaten als Extremfall des Boten thematisch wird, verfolgt Siegert in seine Ursprünge in der Christologie und Trinitätslehre – darin besteht seine ungewöhnliche Zuspitzung des Problems. Hier erkennt sich die Medientheorie als ‚Revenant der Theologie‘, mit der feinen Wendung allerdings, die Theologie sei eigentlich der Revenant, ursprünglich verspätet gegenüber der Medientheorie.

Was sonst präsent bleibt, wird hier explizit: die *Christologie als Medientheorie*, bzw. *Christus als ‚Leitmedium‘*. Nur wird leider der pointierte Singuläre als Wiedergänger des generellen Botenwesens integriert und damit der Außerordentliche ‚in Ordnung‘ gebracht. Gilt für Jochen Hörisch das Abendmahl als das paradigmatische Versprechen der Einheit von Sein und Sinn, ist es doch (ex post erschlossen) vielmehr Christus ‚selbst‘, der die Erfüllung dieser Verheißung verkörpert, in persona als Christus praesens. Ist das Abendmahl dessen ‚ordentliche‘ rituelle Version, galt im Hochmittelalter der vicarius Christi als die ordnungsgebende Verkörperung dessen – was zu analogen Problemen führt. Denn wie verhalten sich Christus und Sakrament oder Papst und sein Legat zueinander?

Siegert riskiert es, passenderweise in der *Trinitätslehre* den Ursprung der Medientheorie zu erkennen, und zwar im Anschluss an Hilarius von Poitiers. Hilarius meinte, dass in Gen 1,26a („Und Gott sprach: Lasset uns Menschen machen, ein Bild, das uns gleich sei“) Gott kein Selbstgespräch führe, sondern *zu jemandem* sprechen müsse. Um das zu erklären, unterschied er einen ‚befehlenden‘ von einem ‚handelnden‘ Gott. „Der Vater wirkt dadurch, daß er spricht; der Sohn stellt her, indem er das Befohlene verwirklicht.“²⁵ Siegert schließt daraus: „Die Trinität entsteht mithin aus der Unmöglichkeit, von sich selber zu reden und dabei einer zu bleiben. Um ein Bild von sich zu schaffen (den Menschen), mußte Gott sich spalten in Vater und Sohn. Somit ist die Dekonstruktion der Mimesis lange vor Derridas ‚La double séance‘ bereits in Hilarius‘ von Poitiers ‚De trinitate‘ durchgeführt. ‚L’imité est avant l’imitant. [...] l’image précède le modèle et le double le simple.“²⁶ Gott muß sich verdoppeln, um im Bild des Menschen einen Selbstbezug unterhalten zu können“²⁷. Dass das eine retrospektive Eintragung ist, wäre historisch leicht einzuwenden. Dass damit im Zentrum der Ontotheologie die *différance* entdeckt wird, ist bemerkenswert – zumal wenn man der neuplatonischen oder hegelschen Metaphysik mit Derrida begegnet. Von dieser Grundsatzfrage der ‚Disposition‘ der eigenen Perspek-

²⁴ AaO 58.

²⁵ Hilarius von Poitiers, *Über die Dreieinigkeit IV, 16–17* (Bibliothek der Kirchenväter 2, V), übers. v. Anton Antweiler, München 1933, 187f.; vgl. aaO IV, 21.

²⁶ J. DERRIDA, *La double séance* (in: DERS., *La dissémination*, Paris 1972, 216).

²⁷ SIEGERT, Vögel (s. Anm. 15), 54.

tive aus, *muss* man nicht von einem ‚sich spaltenden‘ Gott sprechen. Es würde reichen, dass er sich verschiebt, differenziert und trinitarisch strukturiert.²⁸

Siegert (er)findet bei Hilarius „mehr [...] als nur eine unfreiwillige Dekonstruktion der Trinität“, eine Logik von Stellvertretung, in der sich ein ‚mediologisches Grundgesetz‘ zeige: „Das Primat [sic] des Abbilds vor dem Urbild, des Kanals vor dem Absender“²⁹. Das ist mit Derrida nur zu plausibel. Aber – würde damit die Urbild/Abbild-Relation nicht doch wiederholt und invertiert? Wäre nicht die weitergehende Aufgabe, Bildverhältnisse *nicht* mit dem Dual von Ur- und Ab- zu begreifen? Auch nicht durch deren Umkehr? Oder wird von Siegert (nicht ohne feinen Sinn für Ironie) genau die Vergeblichkeit der Gegenbesetzung vorgeführt und ausgestellt? Ist doch der ‚Primat‘ des Abbildes weder klassischer Primat noch Abbild mehr, sondern diachrone Verschiebung und irisierender Entzug. Sein Fazit lautet jedenfalls: „Die Analyse der Aporien der Trinität sollte andeuten, daß die Geschichte des Gesandtschaftswesens u. a. die Geschichte der Erfindung der Möglichkeit eines wirkungsmächtigen Sprechens in der 1. Person Singular ist. Das Problem Gottes, von sich ein Bild nicht schaffen zu können, einen Narzißmus auszubilden oder das Ich als Objekt zu besitzen, ohne sich zu spalten, dieses Problem, dessen Gestalt die Trinität ist“³⁰. Die Medientheorie erweist sich letztlich doch als ‚Revenant der Theologie‘. Und die Trinitätslehre erscheint dann als *das* Arkanum der Medientheorie.³¹

Siegert neigt dabei allerdings zur Logik der Gegenbesetzung, in der er um den Ursprung und Anfang von allem *konkurriert*: „Gott ist also kein Großer Anderer, der am Anfang aller Zeiten als DAS WORT gewesen wäre. Am Anfang war die POST, und die Post ist der Ursprung Gottes.“³² Weniger ‚postalisch‘ formuliert: *Im* Anfang war das Medium – aber nicht, dass das Medium *Gott* war und ist, sondern *es erzeugt* Gott, so klingt es bei Siegert. Damit ist die ‚différence‘ zum Ursprung ernannt, zur ἀρχή. Die Konsequenz ist dann, ‚die Post‘ (oder das Medium) zum ‚Übergott‘ zu ernennen, zum Gott hinter Gott? Oder zum Ursprungsmedium? Es wäre etwas arg eleatisch konzipiert: der Ursprung ist der Medienflow, im Anfang Tohuwabohu?

²⁸ Das *könnte* man mit Hegel auffangen, wenn man dem folgen wollte. Dann würde die Medientheorie der Begriffslogik folgend zu einer dialektischen Vermittlungstheorie, in der die Ursprungslogik anerkannt und fortgeschrieben würde.

²⁹ AaO 58.

³⁰ AaO 58 f.

³¹ Ob es zentral um das ‚wirkungsmächtige Sprechen in der 1. Person Singular‘ geht, kann man gerade *medientheoretisch* rückfragen. Hermeneutisch wäre das nur zu naheliegend, dem Leitmedium von Wort, Sprache und Sprechen folgend. Aber wenn Sagen *und* Zeigen die mediale Duplizität wären (anfänglich zwei also, different und chiasmisch verschränkt), ginge es gleichermaßen um die ‚Realpräsenz‘ nicht im Wort allein, sondern in Bild und Körpermedien und allen Formen des Zeigens. Auch im ‚Sichzeigen‘ tritt der ‚Ur-sprung‘ auf, den Siegert fokussiert, im Vorübergehen.

³² AaO 55.

Die Rückfrage wäre, ob damit der Post nicht zu viel zugemutet wird. Die Post als Metasouverän? Das wäre die Maximaldivinisierung des Mediums. Es scheint, als ließe sich Siegert von der Trinitätslehre in eine Kompetition verstricken, in der dann das Eine gegen das Andere antritt und die Post hochgetrieben werden muss zum ‚eigentlichen‘ Ursprung.

Bei ‚Gott als Medium‘, trinitarisch wie christologisch, mag das passen. Bei der Gegenbesetzung ‚Medium als Gott‘ wird es prekär. Wie gesagt, neigt die theologische Tradition zur instrumentellen Unterschätzung der Medien (obwohl doch von Christus her anders zu denken wäre); neigt die medientheoretische Tradition zur divinisierenden Überschätzung des Mediums – als könnten die *Medien* als Erben der Eigenschaften Gottes leisten, woran Gott als Medium schwer zu tragen hatte.

II.3 Theologen unter den Mediologen: Luhmann, Hörisch, Tholen

Luhmann spricht und denkt anders. Seine Theorie der ‚generalisierten Kommunikationsmedien‘ klingt abstrakt, ist es aber nicht. Medien seien schlicht Formen, um Kommunikationsprobleme zu lösen: Macht, Geld, Liebe, Wahrheit und Kunst können nicht zaubern, aber immerhin wundersam wandeln: Unwahrscheinliches wahrscheinlich machen. Ein Auto zu bekommen, geht mit Geld. Erkenntnisse zu übertragen, geht per Wahrheit. Und die Liebe als Passion³³ sei kein Gefühl, sondern viel mehr: ein Code, der ähnlich dem Geld Kommunikation möglich macht. Wie hieß es bei Luther: „anima copulat cum Christo“³⁴.

Luhmanns Medienverständnis ist bekanntlich Simmels These zum ‚Geld‘ abgesehen. Geld als Nullmedium ist ohne Sinn und daher universal übertragbar, ein Kommunikationsmedium von maximaler Generalität (sofern man vergisst, was keinen Preis hat, nicht veräußerlich ist – Gabe statt Tausch). Was beim ‚Geld‘ schnell einleuchtet, sollte für ‚Gott‘ nicht weniger passend sein. Mehr noch, Geld als der alte Konkurrent Gottes prätendiert generalisierte Medialität im unfriendly takeover: Universale Konvertibilität und Kommunikation wirkt wie eine funktionale Auskopplung von Gottes Kommunikationspotenz.

Luhmann überträgt die Simmelthese zwar nicht auf Gott als Medium, sondern nur, aber immerhin auf *Eigenschaften* Gottes, wie Wahrheit, Liebe, wohl auch Vertrauen (Treue) und das Schöne. Warum nicht auf Gott selber? Warum erkennt er nicht, dass die These eigentlich an Gott entwickelt und ursprünglich auf ihn zugeschnitten ist? Ist doch *das* symbolisch generalisierte Kommunikationsmedium *Gott* – und *deswegen* passt die These auch auf seine Eigenschaf-

³³ Vgl. N. LUHMANN, *Liebe als Passion. Zur Codierung von Intimität*, Frankfurt a.M. 1994; vgl. DERS., *Liebe. Eine Übung*. Herausgegeben von ANDRÉ KIESERLING, Frankfurt a.M. 2008.

³⁴ WA 7,54,31 f.

ten. Die Medien sind verselbständigte Eigenschaften Gottes auf Wanderung durch die modernen Kommunikationswege.

„Unwahrscheinliches wahrscheinlich machen“ ist eine Wendung für *Deutungsmacht*, die etwas neu und anders sehen lässt und uns so sehen macht, fühlen, handeln, leben macht. Unwahrscheinliches wahrscheinlich machen, das war in der Rhetorik das Plausibilisieren, Überreden und Überzeugen; anders gesagt: *glauben* machen. In der paulinischen Rhetorik wird das christologisch gewendet: den Gekreuzigten vor Augen malen – um die Adressaten an das Wort vom Kreuz *glauben* zu machen: dass Jesus der Christus ist, dass der Tote lebt, der Gekreuzigte der Auferweckte ist und umgekehrt.³⁵

Gott als Medium kann noch mehr und anderes als Luhmanns Medien: Unwirkliches wirklich machen (in der Schöpfung), oder (für uns) Unmögliches wirklich machen: die *soteriologische* Allmacht der Versöhnung des Gottlosen. Luhmann erscheint bei aller Generalisierungslust doch erstaunlich bescheidener. Wenn nur die Eigenschaften von Gott übrig bleiben, ermöglichen sie *communicatio* und *communio*. Aber von Schöpfung und Versöhnung bleibt nur noch die sinnfreie Inklusion übrig. Von Heil keine Rede, aber immerhin von Anschluss – in Online-Zeiten wohl das entscheidende Lebensmittel.

Jochen Hörisch schließt so dezidiert wie produktiv an Luhmann an. Hörischs These ist, Abendmahl, Geld und neue Medien seien „die drei großen Formationen“³⁶ der Synthesis von Sein und Sinn. Den Rahmen seiner großen Mediengeschichte bilden zwei Grenzwerte: die ‚*metaphysische* Grundannahme‘, „daß Sein per se sinnvoll und daß umgekehrt Sinn überhaupt vorhanden ist“³⁷, und die ‚*nihilistische* (von Nietzsche geliehene) These vom Zeitalter der ‚Bedeutungslosigkeit‘³⁸, in dem kein Sinn mehr sei oder gesucht werde. Nietzsche habe damit ‚lediglich‘ artikuliert, was sich in der ‚Realgeschichte‘ der Medien um 1900 ereignete: Die zentrifugale Drift von Sein und Sinn in den neuen (analogen) Medien zerstreute „jedes Vertrauen in ursprüngliche und göttlich garantierte Verdichtungen von Sein und Sinn“.³⁹

Mit diesen (spekulativen) Grenzwerten von ideal versus real identifiziert Hörisch die ‚alten‘ und die ‚neuen‘ Medien. Die ‚alten‘ versammeln die Subjekte auf ein Zentrum hin, in dem Sein und Sinn „semantologisch zu einer unio zusammengefaßt“ seien. Die ‚neuen‘ Medien kennen hinter ihrer Sinnlichkeit (der reinen sinnlichen Gewissheit⁴⁰) keinen Sinn, suchen oder kennen also mit

³⁵ Dass Gott bei noch so großer Macht und Freiheit immer noch mehr gebunden und treu ist oder alttestamentlich: bei noch so gerechtem Zorn auf Israel immer noch barmherziger ist.

³⁶ J. HÖRISCH, *Das Abendmahl, das Geld und die Neuen Medien. Poetische Korrelationen von Sein und Sinn*, Bremen 1989, 18.

³⁷ AaO 11.

³⁸ Vgl. aaO 9–11; vgl. J. HÖRISCH, *Brot und Wein. Die Poesie des Abendmahls*, Frankfurt a. M. 1991, 9–12.

³⁹ HÖRISCH, *Brot* (s. Anm. 38), 12.

⁴⁰ Vgl. R. Menasse, *Sinnliche Gewißheit*, Frankfurt a. M. 1994.

McLuhans These formuliert „schlechthin keine andere Botschaft als eben die des Mediums, das sie sind“⁴¹.

Warum Christentümer dann den neuen Medien gegenüber zurückhaltend sind, scheint klar. Für die Theologie interessanter noch ist seine Urimpression: „Daß etwas nicht stimmt, daß etwas und jemand nicht mit anderem etwas und einem anderen jemand übereinstimmt, daß Sein und Sinn, daß Gott und Welt, daß alter und ego nicht miteinander zurechtkommen, kurzum: daß im Ursprung ein Sprung, daß schon im Anfang ein Riß ist – das ist die mediale Erfahrung schlechthin“⁴². Medien sind dann a limine und auf ewig *Heilsmedien*: Medien der Heilung dieses Risses, sei es mit großem Sinnversprechen wie im Abendmahl als Gemeinschaftsmedium – sei es in ‚sinn-freier‘ unendlicher Verschiebung in ‚Zerstreuungsmedien‘. Was Gottes Geschäft war, die Heilsökonomie, wird übertragen auf die Medienökonomie: den Riss von Sein und Sinn zu vermitteln – sei es zu versöhnen oder: vergessen zu machen. Gott erscheint als alter Mann ohne Eigenschaften – und die Medien als Eigenschaften ohne Mann: als *verselbständigte* Eigenschaften Gottes auf der Wanderung durch die neuen Wirklichkeiten, in denen wir surfen. Dass damit die Medien divinisiert werden, soteriologisch qualifiziert, wenn nicht überladen, ist schwer zu vermeiden. Dass sie allerdings diese divine Last erstaunlich leistungsfähig tragen, ist für Skeptiker irritierend. Kein Riss, kein Bruch, kein Schnitt, kein Tod, der nicht *durch* Kommunikation vermittelt und so ‚eingeschlossen‘ werden könnte. Die universale Inklusionspotenz der Medienkommunikation kann einem unheimlich erscheinen.

Georg Christoph Tholen entwirft einen weder nur technischen, noch überladenen metaphysischen Medienbegriff: Medium ist schlicht Übertragung, μεταφορά (oder Metaphorizität) als Überschreitung einer Grenze oder Differenz „gleichsam ereignishaft, die Überbrückung des Disparaten, wobei das Mediale den ‚Ort‘ des Sprungs, die nichtrationale Stelle seiner nichtkausalen Vermittlung besetzt“⁴³. Da könnte sich der Theologe freuen und etwa Eberhard Jüngels These aufrufen: Christus sei *die* Metapher Gottes: Gottes Selbstübertragung in die Welt. Die Metaphernthese der Medialität passt dem Theologen nur zu gut: Christus als Medium ist Christus als Metapher, als Inkarnations- und Offenbarungsmetapher.

Auch Tholen folgt einer Logik des ‚μετά‘. Medien seien Metapher, ‚Übertragung‘ oder ‚Übersetzung‘ wie die *Transsubstantiation*, die Jochen Hörisch in seiner Medien-Trilogie erörtert hat.⁴⁴ Die ‚wundersame‘ Wandlung als Grund-

⁴¹ HÖRISCH, Abendmahl (s. Anm. 36), 7; vgl. HÖRISCH, Brot (s. Anm. 38), 8.

⁴² J. HÖRISCH, *Der Sinn und die Sinne. Eine Geschichte der Medien*, Frankfurt a. M. 2001, 33.

⁴³ D. MERSCH, *Meta/Dia. Zwei unterschiedliche Zugänge zum Medialen* (Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung 2, 2010, 186–208), 200.

⁴⁴ Vgl. HÖRISCH, Brot (s. Anm. 38); vgl. DERS., *Gott, Geld und Medien. Studien zur Medialität der Welt*, Frankfurt a. M. 2004.

figur der Medialität aufzurufen, zeigt zugleich die Stärke und die Schwäche des Modells. Es wird dem Medium zugemutet, *transzendenzkompetent* zu sein: Gott und Welt zu vereinen oder mit Hörisch ‚Sein und Sinn‘, oder mit Luther: Christus und die Seele im Ereignis der Rechtfertigung. *Dass* diese Großereignisse letztlich ‚nur‘ Medienprozesse seien, bürdet dem Medium auf, was sonst als Aufgabe des ‚Handelns Gottes‘ galt. Das ominöse ‚Zwischen‘ (μεταξύ, μετά) trägt die Last der Welt, mehr noch, des Zusammenseins, der *communio* von Gott und Welt. Das Medium sei dann, was die Welt im Innersten zusammenhält, und nicht nur die Welt, sondern *Gott* und Welt. Denkt man trinitarisch weiter, ist das Medium auch das, was den Dreieinigten vereint, hoffentlich ohne selber ein Viertes zu sein.

Dieter Mersch meinte zu dem ganzen Modell kritisch: „Es gibt, wie man sagen könnte, ein theologisches Moment im Medialen, das inmitten der Figuren des Sprungs und des Meta an ein Enigma rührt, um – in Verbindung mit dem Konstitutionsgedanken – die gesamte Bürde der klassischen Metaphysik und ihrer Rätsel, von der Kluft zwischen Natur und Kultur oder Körper und Geist bis zum ‚Balken‘, der Signifikat und Signifikant voneinander trennt, auszutragen. Mit einem Schlag scheint sich der Riss ‚zwischen‘ ihnen aufzulösen, sobald ein ‚Drittes‘ ‚dazwischen‘ tritt – das jedoch die Vermittlung nur besorgt, um die Differenz ebenso zu eskamotieren wie sie gleich einem Widergänger [sic!] an anderer Stelle zurückkehren zu lassen, weil nunmehr das Medium selbst, vergleichbar einer *black box*, die Dimension der Spektralität übernimmt.“⁴⁵ Metaphysische Lasten werden früher oder später zum Problem für die Medientheorie, sei sie angelologisch, trinitarisch oder sakramental konzipiert.

II.4 Der Negativist oder Hamartiologe: Mersch

Mersch macht eine entscheidende Differenz in der Medientheorie, die von μετά oder διά: Meta-pher oder aber Dia-pher, so wie wir ‚per Schiff reisen‘ oder ‚per Boten eine Nachricht übermitteln‘.⁴⁶ Diese Differenz macht er, „[...] um die Transzendenz des Sprungs, wie sie dem Meta eignet, auf Verfahren zurückzuführen, die in Materialitäten fundiert sind.“⁴⁷ Wurde eingangs eine angelologische Luftigkeit und doketische Leiblosigkeit der Medientheorie kritisch markiert, scheint auf anderem Wege Dieter Mersch zu einer ähnlichen Diagnose zu kommen. Und überraschender Weise ist auch sein *Therapeuticum theologiae* fin, wenn auch negativistisch maskiert.

Schließt Mersch doch (eher nolens als volens?) an Thomas von Aquin an,⁴⁸ indem das *Diaphane* als Medium verstanden wird, als das „*was überhaupt er-*

⁴⁵ MERSCH (s. Anm. 43), 201.

⁴⁶ Vgl. aaO 202.

⁴⁷ AaO 203.

⁴⁸ Vgl. HAGEN (s. Anm. 2), 13–29.

*scheinen lässt*⁴⁹ (wie Mersch formuliert). Die lateinische Übersetzung als ‚Transparenz‘, führt dann leicht in die Irre, als gebe es ein Opakes, einen Gott an sich, einen Verborgenen, der sich durch ein Scheinendes zeige wie durch einen Schleier. Das Diaphane würde zum Mittel der Ver- und Enthüllung im Spiel der Kleidung des Herrschers oder des Vorhangs im Jerusalemer Tempel.⁵⁰ Das wäre ein gut ägyptisches, platonisches oder christlich-neuplatonisches Spiel von Verbergen und Enthüllen. Ein Deus nudus verhüllt sich, um sich partiell zu enthüllen. Das Eigentliche bleibt verborgen, der Schleier ist Mittel zum Zweck, sowohl der Ver- als auch der Enthüllung.

Mersch's Pointe dagegen lautet, „das *Diaphane*“ bedeute „die Sichtbarmachung selbst“⁵¹. Theologisch wäre man geneigt *Offenbarung* zu sagen, sei es in Schöpfung oder Versöhnung und Vollendung. Kaum sagt man das, stockt man schon. Denn wenn das keine Vereinnahmung der Medientheorie sein soll, könnte es als ‚theologische Besitzstandswahrung‘ erscheinen. Ist die These doch immerhin von Thomas dem Aristoteles zugeschrieben worden – und darüber zu Mersch gewandert. Sollte man sagen, Thomas' Medientheorie ist das, *wodurch* die moderne Medientheorie erst sichtbar und sagbar wird? Das Diaphane ist dann jedenfalls nicht nur Mittel zum Zweck der Enthüllung durch einen ‚uneigentlichen Schleier‘, sondern: die Sichtbarmachung – oder aber mehr noch: die Ermöglichung von Sichtbarkeit überhaupt? Nur bleibt das recht generell, als wäre zwischen Schöpfung und Offenbarung nicht mehr zu unterscheiden: zwischen der Diaphanie des Schöpfers im Sagen der Welt *durch* das Wort Gottes, der Offenbarung in Christus als Verkörperung – und der ‚erleuchtenden‘ Eröffnung einer neuen Wahrnehmungsform (mit Heider) der Welt, meiner selbst und Gottes.

Diese Mehrdeutigkeit nur notiert ist mit Dieter Mersch's Differenz Entscheidendes genauer bestimmt: Medialität als Diaphanie ist das Ereignis (oder Praxis und Pathik), *durch die* etwas sichtbar wird: etwa Gott durch sein Wort, durch Christus, durch supplementäre Medien des Geistes. Der absoluten Metapher verwandt ist dann vom ‚absoluten Medium‘ zu sprechen. ‚Absolut‘ im Sinne von nicht rückführbar, unentbehrlich, wesentlich oder unersetzlich. Was der ehemals uneigentlichen Metapher widerfuhr, zum Leitmedium der religiösen Rede nobilitiert zu werden, kommt nun dem Medium in genere zu: die Absolutheit der Medialität – statt einer sekundären Medialität des Absoluten namens Gott.

Es gilt nicht Medium als Gott, sondern Medium als Grundfigur, um Gott neu zu erschließen – *als* Medium. Denn das singuläre Medium Christus erschließt,

⁴⁹ MERSCH (s. Anm. 43), 204.

⁵⁰ Vgl. O. HOFIUS, Der Vorhang vor dem Thron Gottes. Eine exegetisch-religionsgeschichtliche Untersuchung zu Hebräer 6,19f. und 10,19f. (Wissenschaftliche Untersuchungen zum Neuen Testament 14), Tübingen 1972.

⁵¹ MERSCH (s. Anm. 43), 204.

was ‚deus revelatus‘ heißt. Die Unhintergebarkeit des Deus *revelatus* bedeutet, Gott wird zugänglich nur *durch* seine Diaphanie (anders gesagt *per* revelationem), als *dasjenige* Erscheinen Gottes, das alles weitere Erscheinen und Wahrnehmen eröffnet und formt. Theologisch formuliert: soviel Schein, soviel Sein, oder soviel Offenbarung, soviel Gott. Dann noch nach einem Gott hinter Gott zu suchen, erscheint abwegig. In christlich-theologischer Perspektive wird damit die Absolutheit *des* ‚Mittlers‘, also Christi neu verständlich.

Kaum ist das geklärt, ergibt sich eine Zweideutigkeit. Gilt die These der Absolutheit des Medialen *generell* (für alle Medialität) oder *speziell*, mehr noch: *singulär*: solus Christus? Im *Anfang war das Medium* kann auch meinen, die Medialität sei die ἀρχή von allem, etwa: das Medium als Schöpfer und Versöhner, nicht aber der Schöpfer und Versöhner als Medium. Das kritische Potential der These von Gott als Medium wird hier merklich: *Gott* als Medium spricht gegen eine Divinisierung der Medien, ohne dann einen unmittelbaren Ursprung aufzurufen, sei er Gott oder Subjekt oder was auch immer. Die mediale Kondition des Wahrnehmens, Denkens und Kommunizierens zugestanden, gilt die auch für Gott. Aber nicht so, dass darum gleich die Medialität zum Gott hinter Gott werden müsste.

Dieter Merschs medienkritische negativistische Position gibt der Medientheorie ein Gewicht und eine eigene Härte, die bei Hörisch schon anklang: Im *Anfang war der Riss*; aber alle Medienpraxis, durch die wir leben, sprechen, sehen, heilt oder kittet diesen Riss nicht, sondern lebt mit und gegen ihn, aber letztlich auch *von* ihm. Die Medientheorie wird ‚stachelig‘ und dornig. Anders gesagt: Alle Medialität bleibt von der liminalen Negativität gezeichnet.

Das ist theologisch ähnlich zu sehen, nur nicht generalisierend, sondern vom Singulären aus: Dass Religion *remedium mortis* sei, mag generell gelten (wie für alle Kulturpraktiken gegen den Tod). Kritisch und darum differenzierend ist die singuläre Perspektive, dass das Christentum in der Deutung des Todes Jesu seinen Anfang findet, einen abgründigen Anfang.

Das heißt noch längst nicht, dass Christen *durch den Tod Jesu* alles anders sehen. ‚Durch den Tod‘ würde den Tod als Medium auffassen (mit gefährlicher Bonisierung des Malum). Erst im Rückblick, sofern dieser Tod *durch* die Erfahrung lebendiger Gegenwart des Gekreuzigten anders gesehen wird, kann dann, verspätet und abgeleitet auch *durch* diesen Tod alles anders gesehen werden. Das aber heißt, dieser singuläre Tod wird im Rückblick medial transformiert (oder transfiguriert). Klassisch gesagt: Erst die ‚Auferweckung‘ erschließt diesen (und nur diesen) Tod als Heilsereignis. Daher wird auf das ‚Handeln Gottes‘ geschlossen als Medium des *mors mortis*. Indem dieser Tod zum Anfang alles Folgenden wurde, kreist die Medienpraxis des Christentums um diesen Riss der Medialität, der zum Anfang wurde – durch das Wort vom Kreuz, und dem vorgängig: durch Erfahrungen der Gegenwart des Gekreuzigten, genauer: *Widerfahrungen*, die nicht ‚immediat‘ sind, sowenig wie ein Fall vom Pferd. Szenisch

zeigt sich das in der Emmausgeschichte: ein schlichtes Mahl als Erschließungsmedium der lebendigen Gegenwart.

Und es wird zweideutig: Ist die Deutung des Todes Jesu dann fröhliche Umdeutung in ein Lebens- und Heilsereignis? Das verlockt zu Korinthischem Überschwang, als wäre der Tod überwunden. Wird die Unerträglichkeit des Risses, des Kreuzes, luftig lustig im Osterjubiläum umgedeutet in ein Siegesereignis? Das würde die Härte und das Gewicht dessen vergessen lassen. Dagegen erinnert Mensch – mit theologisch triftiger Härte – an die bleibende Negativität des Todes; vielleicht etwas generalisierend, aber zugleich auch passend für dieses Singuläre des Kreuzestodes. Wenn Gott als Medium in Christus als Medium diesen liminalen Riss vergessen ließe, hätte man den Grund und Abgrund verkannt.

Denn Christi Leben als lebendiges Medium zu verstehen, fällt noch leicht. Seinen Tod als Ende dieser Medialität zu verstehen, auch. Dass die abgründige Unmittelbarkeit des Todes – die Unvermittelbarkeit seines Todes – der Riss – zum Anfang alles Folgenden wurde, fällt schwer. Das erschließt sich nicht generell, sondern – wie in der Emmausszene – nur singulär: ‚*per Christum*‘ als *Medium* (klassisch gesagt: propter Christum per fidem).

Die christliche Wahrnehmung dieses Todes wird geformt *durch* den lebendig Gegenwärtigen, den ‚auferweckten Gekreuzigten‘, wie Ingolf Dalferth titelte. Auch das ist keine unmittelbare Erfahrung, sondern nur in und durch Medien möglich: Der Auferweckte ist nicht anders lebendig gegenwärtig als *durch* Medien – seines Geistes, so die klassische Bestimmung. Dieser singuläre Geist ist wiederum nicht unmittelbar gegenwärtig, sondern an Medienleiber gebunden: Zeugnisse, lebendige Rede, Schriften, Bilder, Szenen, Gesten, Rituale.

Dass in diesem Medienlabyrinth der ‚Geist‘ wirkt, ist *Versprechen* – und zwar ein Versprechen, das die Christen, Gemeinden, Kirchen *nie* halten können.⁵² Nur der in ihnen Versprochene kann das halten.

II.5 Der Phänomenologe unter den Mediologen: Heider

Fritz Heider unterschied schlicht Ding und Medium.⁵³ Medium ist *Wahrnehmungsform* – nicht allein Wahrgenommenes, wahrgenommene Formen, sondern die Form der Wahrnehmung und ihre Formung: wodurch sie formiert wird und wie sie ihrerseits formiert, also die Art und Weise Wahrzunehmen.

⁵² So meinte Christoph Schwöbel: Kirche gehe auf ein Ziel zu, „daß sie nicht selbst herbeiführt“, be-zeuge einen Inhalt, „den sie nicht selbst erzeugt“ (entwerkt/desoeuvre); sie werde von einem höchsten Gut bestimmt, „das sie nicht durch ihr Handeln realisiert“ (also auch nicht in Wort und Sakrament?); und sei von einer Hoffnung bestimmt, „die sie nicht selbst erfüllen kann“, vgl. CH. SCHWÖBEL, Kirche als Communio (in: DERS., Gott in Beziehung. Studien zur Dogmatik, Tübingen 2002, 379–435), 434.

⁵³ F. HEIDER, Ding und Medium, herausgegeben und mit einem Vorwort versehen von Dirk Baecker, Berlin 2005.

Heider entfaltet damit die Grundlegung einer Wahrnehmungstheorie, in der diese Idee für die Operativität der Wahrnehmung (am Ort der Theorie!) von besonderer Relevanz ist. Denn sie beschert dabei einen horizonterweiternden *Wahrnehmungsgewinn*. So notiert Baecker, es sei „verblüffend, was man zu sehen bekommt, wenn man diesem Vorschlag Heiders folgt“⁵⁴. Es sind dann nicht mehr nur ‚Dinge‘ und deren ‚Kausalverhältnisse‘ sichtbar, nicht mehr nur Dinge und „das ‚Nichts‘ um sie herum“⁵⁵, wie Baecker in seinem Vorwort formuliert, sondern – so kann man interpolieren – das ‚Dazwischen‘, was nicht Ding ist, aber darum nicht nichts, sondern *Medien*, als *lose Kopplungen* der Dinge. „Die Luft wird ‚sichtbar‘ [...] die Erwartungen werden ‚spürbar“⁵⁶. Das zuvor *Unsichtbare* wird *sichtbar* im Licht der Medientheorie. Das klingt wie ein Heilungswunder: Die Blinden werden sehend – eine ‚wunderbare Wandlung‘ der Wirklichkeit, die nun nicht mehr nur aus Dingen und Kausalität, sondern aus Dingen und medialen Kopplungen besteht.

Wenn der Normalfall fungierender Wahrnehmung ist, wahrzunehmen, ohne das Wahrnehmen selber dabei wahrzunehmen, oder medial reformuliert: die Medialität von Medienpraktiken nicht wahrzunehmen, da die Medialität unsichtbar bleibt (oder gemacht wird), ist der Vorschlag Heiders eine schlichte Umstellung der *theoretischen* Wahrnehmung auf das ansonsten Invisibilisierte: das Worin und Wodurch wir wahrnehmen. Die Luft wird ‚sichtbar‘ heißt: Das Zwischen als das Mediale ist *lose* Kopplung. Und noch der Rückblick auf das dunkle Woher und contra quem der Medialität ist eine lose *Rückkopplung*, nicht ohne imaginären Überschwang – selbst in negativistischer Perspektive.

Folgt man Heiders Unterscheidung von ‚Figur und Grund‘, ist das medientheoretisch wie theologisch erhellend. Die Unterscheidung stammt *nicht* aus der Informations-, sondern der (anthropologisch angelegten) Wahrnehmungstheorie, wie sie in der Gestalttheorie ebenso wie in der Medientheorie Heiders und der Bildtheorie Boehms (u. a.) aufgenommen wurde. Wie sich die Geste als Figur vom Grund des Leibes abhebt, so die Figur vom Grund des Bildes. Dabei wäre weiterführend zu präzisieren, dass Figuren *figuriert* werden, sei es phänomenologisch kraft der Wahrnehmung, sei es bildwissenschaftlich kraft der Bildwirkung, sei es medienwissenschaftlich durch die Mediendynamiken.

Um es medientheoretisch mit Fritz Heider zu belegen: „In Figur und Grund steckt also schon eine sachliche Bedeutung und wenn wir einen schwarzen Fleck auf weißem Papier als Figur sehen, so heißt das: wir sehen das Ganze schon als ein Bild an.“⁵⁷ Das entfaltete Heider in seinem Medienaufsatz immerhin in einem eigenen Kapitel.⁵⁸ „Figur bedeutet sachlich: ein fester Körper, der

⁵⁴ AaO 16.

⁵⁵ AaO 15–16.

⁵⁶ AaO 16.

⁵⁷ AaO 114.

⁵⁸ Vgl. aaO 112–115.

vor etwas Anderem ist. Grund ist etwas, das nur in bezug auf die Figur einheitlich ist [...]. Nur der größere Zusammenhang macht das Einzelne eindeutig“⁵⁹.

Ein Ding wird zum Bild, wenn es als Figur auf einem Grund wahrgenommen wird, so wie eine Figur *im* Bild auf dessen Grund hervortritt. Diese bildtheoretisch etablierte Differenz wird medientheoretisch generalisiert zu einer Kontrastierung und Verhältnisbestimmung *in der Wahrnehmung*. Das ist nichts besonders Neues. So verweist Heider auf E. Rubins einschlägige Untersuchung von 1921.⁶⁰ Aber es wird von Neuem relevant und interessant, wenn diese ‚distinction‘ zu einer medien- wie kommunikationstheoretischen *Grund- oder Leitdifferenz* gemacht wird, genauer: zu einer Differenzierungsdynamik, in der kraft einer Relation Relate auseinandertreten und gekoppelt werden. Die *Koemergenz von Figur und Grund* ist *Figuration* zu nennen. Zu Formation oder Information tritt dann als medientheoretische Alternative die von *Figur und Figuration*.⁶¹ Ein Aspekt davon ist die *Kontrastierung*, die eskalieren kann bis zur *Dualisierung* in Heilige und Unheilige, Böse, Feinde. Ein weiterer Aspekt ist die *Prägnanztendenz* von Medienpraktiken, die zur *Verdichtung* treibt, oder zur *Verkörperung*.⁶²

III. Von Religion zu Gott als Medium

Der nächstliegende Weg wäre nun ein ‚breiter‘: nicht gleich von Gott, sondern von *Religion* als Medium zu sprechen. Es wäre ebenso einfach wie anschlussfähig. Denn Religion hat es seit jeher mit den Möglichkeiten und Unmöglichkeiten der Kommunikation, der Medien und deren Performanzen im Verhältnis Gott, Welt, Mensch und Mensch zu tun. Das ‚Zentrum für Kunst und Medientechnologie‘ (ZKM) in Karlsruhe überschrieb daher 2008/09 eine Ausstellung

⁵⁹ AaO 113.

⁶⁰ Vgl. E. RUBIN, Visuell wahrgenommene Figuren. Studien in psychologischer Analyse, übers. v. Peter Collett, Kopenhagen/u. a. 1921.

⁶¹ Vgl. PH. STOELLGER, Figuration und Funktion ‚un/heiligen Personals‘. Zur Figurenlehre medialer Anthropologie (in: CH. VOSS/L. ENGELL [Hg.], Mediale Anthropologie. Schriften des Internationalen Kollegs für Kulturtechnikforschung und Medienphilosophie Bd. 23, München 2015, 201–250); vgl. DERS., Macht und Ohnmacht des Bildes angesichts des Todes, Figurationen des Todes bei Luther, Holbein, Bruegel und Hirst (in: DERS./J. WOLFF [Hg.], Bild und Tod II. Grundfragen der Bildanthropologie II, Tübingen 2016, 865–935); vgl. DERS., Migration des Heiligen und heilige Migranten, oder: Machen Medien Menschen – heilig? (in: F. BALKE/B. SIEGERT/J. VOGL [Hg.], Medien des Heiligen, Archiv für Mediengeschichte, Paderborn 2015, 176–188); vgl. DERS., Religion als Medienpraxis – und Medienphobie (in: T. BRAUNE-KRICKAU/K. SCHOLL/P. SCHÜZ [Hg.]: Das Christentum hat ein Darstellungsproblem, Freiburg 2016, 192–206).

⁶² Vgl. PH. STOELLGER, Vom dreifaltigen Sinn der Verkörperung – im Blick auf die Medienkörper des Geistes (in: G. ETZELMÜLLER/A. WEISSNRIEDER [Hg.], Verkörperung als Paradigma theologischer Anthropologie, Berlin/Boston 2016, 289–316).

mit dem Programmtitel ‚Medium Religion‘. Peter Weibel entfaltet die These ‚Religion as a Medium – the Media of Religion‘.⁶³

Wenn Medien das sind, was einem dazwischenkommt, störend oder hilfreich, dann geht es der *Religion* als Medienpraxis wie der *Theologie* als Religionsreflexion stets um Medien: Äpfel und Schlangen, Dämonen und Engel, Bilder und Worte oder Sakramente und Musik. Alles Mögliche kann zum Medium werden – und daher gelten demgegenüber (recht restriktiv) als *kanonisch* die *media salutis*: ‚Wort und Sakrament‘ als *remedia mortis*. Allerdings gibt es auch *media mortis* und *media concupiscentiae*, Medien des Falls wie Äpfel und Birnen oder Schlangen, und der verhängnisvollen Folgen vom Tod bis in die ewigen Höllenqualen. *Alles voll von Medien* gilt anscheinend (nicht allein) für die Religionspraxis und -reflexion. Denn das *Gottesverhältnis* ist in Schöpfung wie Fall, Versöhnung wie Vollendung *medial* verfasst (oder kulturell geformt).

Besondere *Spannung* kommt in die Medien durch ihr Woher und Wozu oder Wogegen und Wohin: Das dunkle *Wogegen* des Todes, gegen den Medien als ‚*remedia mortis*‘ antreten: *der Tod* als dunkle Unvermittelbarkeit. Und ihr helles *Wohin*, ihr Versprechen von Leben, Präsenz und Nähe des Begehrten. Ob sie dieses Versprechen halten können, ist nicht generell zu entscheiden, sondern nur an bestimmten Praktiken zu erörtern. Was Medien versprechen (oder ‚wir‘ uns von ‚ihnen‘), ist in der Regel mehr, als sie ‚halten‘. Jedenfalls sind Medien in dem Spiel von Erwartung und Erfüllung nie *neutrale* Mittel zum Zweck oder *indifferente* Mittler, sondern sie spielen *mit*, gespannt zwischen agonalen Grenzwerten, die man metonymisch mit ‚Tod oder Leben‘ benennen kann. Weniger dramatisch hieße das: Riss oder Kontinuität, Bruch oder Heilung, Beziehungslosigkeit oder Anschlussfähigkeit etc. Die Figuren dieser Differenz sind vielfältig. Gemeinsam scheinen ihnen aber stets ihre agonalen Grenzwerte zu sein: *Wogegen* und *Wohin* Medienpraxis operiert. Exemplarisch heißt das, die Mediengeschichte der christlichen Religion als Arbeit am Kreuz zu verstehen – und das Leben und Sterben Christi als Medienereignis, in dem Gott am Werk ist. Nur sind diese Verdichtungen noch zu dicht oder zu schlicht, um das Gewicht des Medienbegriffs darin zu verstehen.

Religion als Medium zu explizieren und sich exemplarischen Praktiken zuzuwenden, ist so naheliegend wie hilfreich und darum auch bereits vielfach erörtert worden im Blick auf Sprache, Schrift und Buch, Kunst und Bild oder alte und neue Medien.⁶⁴ Medien der Religion und Religion als Medium sind ein etabliertes Forschungsfeld. Religion gebraucht nicht nur Medien, sondern *ist* eines: ‚Religion is the proto-medium, the first medium, the original medium of all

⁶³ Vgl. B. GROYS / P. WEIBEL (Hg.), *Medium Religion: Faith, Geopolitics*. Art, Köln 2011, 30–43.

⁶⁴ Vgl. u. v. a. M. MÖXTER, *Medien – Medienreligion – Theologie* (ZThK 101, 2004, 465–488).

media.“⁶⁵ Der These könnte man leicht folgen und fände kulturhermeneutisch unabsehbar viel ‚Material‘. Aber – die These wird *theologisch* spannend vor allem dann, wenn man sie umbesetzt: Gott gebraucht nicht nur Medien, sondern *ist* eines, genauer: *das* Protomedium aller Medien. Dann würde verständlicher, warum ‚Gott und Geld‘ konkurrieren können, wenn schon Calvin meinte, „Gott wird seiner Herrschaft beraubt, wo das Geld regiert“⁶⁶, oder wenn Cusanus Gott als ‚Münzherrn‘ deutete.⁶⁷ War ‚Geld‘ das paradigmatische Medium für Simmels und Luhmanns Medientheorie, wird damit eine frühneuzeitliche Umbesetzung von Gott auf Geld mitvollzogen – und der Hintergrund von Gott als Medium verkannt oder vergessen (gemacht).

Hier soll daher der Versuch unternommen werden, die theologische ‚Grundfrage‘ des Medienproblems zu erörtern. Denn *sofern* Medialität einen *theologisch* ausgezeichneten Ort hat, dürfte der zumindest nicht zuletzt in der Gotteslehre liegen, und erst daraus abgeleitet in den *media salutis*. Dass Religionspraxis Medienpraxis ist, ist so plausibel wie im einzelnen erhellend zu untersuchen. Ob oder inwiefern *zuerst und zuletzt Gott* als Medium zu verstehen ist, wird allerdings schwieriger zu klären. Denn alles Mögliche mag zum Medium der Religion werden oder zu Gottes Medium, aber *Gott als Medium* ist einerseits zentral (Christus als ‚Mittler‘, Geist als Medium, Trinität als Relation), andererseits abwegig (als Mittel zum Zweck).

Das theologische Anliegen und Ansinnen des Folgenden ist demnach nicht eine neutralisierende Arbeit an vermeintlich neutralen Medien oder bloßen Mitteln zum Zweck, sondern es geht darum, einerseits die *Christologie medientheoretisch weiterzudenken* im Blick auf ihre Konsequenzen für das Bild- und Sprachdenken Gottes; andererseits die *Medientheorie christologisch zuzuspitzen und zu verschärfen*, nicht zuletzt gegenüber der Luftigkeit einer Angelologie (sofern als Leitfiguren der Medientheorie ‚die Engel‘ florieren⁶⁸ mit leicht doketischen Neigungen), auch gegenüber der Technizität mancher Medientheorien im Zeichen des Apparats⁶⁹ und der digitalisierten Unsterblichkeitsphantasien im Post- oder Transhumanismus.

Zur Debatte steht damit: 1. ein *starker Medienbegriff*, nicht so schwach wie ein bloßes Mittel oder ein totes Instrument, aber auch nicht *zu* stark: als wären Medien alles was ist oder gar ‚ens realissimum‘; 2. ein *komplexer Gottesbegriff*, der nicht mythischer Ursprung oder allmächtiges Supersubjekt meint, nicht Präsenz in Unmittelbarkeit oder reiner Entzug in Absenz der Vorvergangenheit; und 3. von Christus als Medium her ein *verdichteter Medienbegriff*, weder

⁶⁵ GROYS / WEIBEL, (s. Anm. 63), 41.

⁶⁶ J. CALVIN, *Calvini opera*, Bd. 45, Berlin 1863/1900, 208 (zu Mt 6,24). Vgl. K.-H. BRODBECK, *Die Herrschaft des Geldes. Geschichte und Systematik*, Darmstadt 2009.

⁶⁷ Vgl. K. FLASCH, *Nikolaus von Kues in seiner Zeit*, Stuttgart 2004, 8f.

⁶⁸ Vgl. Anm. 7–18.

⁶⁹ Vgl. Erich Hörll, Claus Pias u. a.

Engel, noch Schreibmaschine. Versteht man Christus als *das* Medium Gottes (traditionell: sacramentum), ist einerseits Gott *als* Medium zu verstehen; andererseits ist an Christus zu zeigen, was es heißt ‚Medium zu sein‘: Verkörperung, Sterblichkeit und im singulären Fall auch kreative, supplementäre Medien, die womöglich stark wie der Tod sind. Das Hin und Her zwischen Theologie und Medientheorie könnte beiden eine Horizonterweiterung ermöglichen, einen wechselseitigen Wahrnehmungs-, Sprach- und Denkgewinn.

IV. Einwände: Gott nicht als Medium

‚Religion als Medium‘ zu erörtern fiel leicht und ist als Perspektive der Religionshermeneutik so vielseitig wie erhellend. Aber ‚Gott als Medium‘ ist merklich schwieriger zu klären und klingt für übliche Denkgewohnheiten absurd. Gott mag Medien brauchen, um sich zu zeigen, um zu sprechen, um wirksam gegenwärtig und offenbar zu werden; aber er sei nie und nimmer *selber* Medium. Allerdings könnte die Wendung auch als *kalkulierte* Absurdität konzipiert sein (wie eine Nominaldefinition der ‚Metapher‘ lautet), eine Wendung, deren Kalkül im Folgenden reflektiert werden soll. Es ist ein ungewohntes Muster zur Deutung Gottes, um ihn etwas verschoben und verdichtet anders zu sehen und zu denken, als es gängige Denkgewohnheit sein mag. Wie heißt es bei Jesaja: „So hat der Herr zu mir gesprochen: Gleich wie ein Löwe und ein junger Löwe brüllt über seinem Raub [...] so wird der Herr Zebaoth herniederfahren auf den Berg Zion und auf seinen Hügel, um zu kämpfen.“⁷⁰ Die biblische Rede ist so frei, von ‚Gott als Löwe‘ zu sprechen. Wer könnte dann etwas gegen ‚Gott als Medium‘ haben? *Manche* vermutlich durchaus; aber ob diese mediale Wende im Gottesverständnis nicht durchaus sinnvoll und erhellend werden kann, ist dennoch zu prüfen. Mit diesem Deutungsmuster geht es darum, verständlich und anschlussfähig an Kommunikations- und Medientheorien von Gott zu denken und zu sprechen. Denken wir stets und unvermeidlich in den Medien ‚unserer Zeit‘, ist die Medialität Gottes vermutlich passender als seine Substantialität. Es eröffnet andere Möglichkeiten und könnte von gewissen metaphysischen Denkgewohnheiten entlasten. Medialität führt in eine andere Komplexität des Gottesverständnisses.

Wenn Gott gegeben wäre – ‚etsi Deus daretur‘ – ist die Hypothese des Folgenden. Ist *das* doch die maßgebende Voraussetzung, von der Theologie ausgeht. Von dieser Voraussetzung zu leben, ist tragend für die christlichen Lebensformen. ‚Etsi Deus *non* daretur‘ würde alles viel einfacher machen – *zu* einfach, wenn denn die christologische Pointe leitend sein soll. Wenn also Gott gegeben wäre, fragt sich, *wie* er denn *gegeben* sein kann? Wie und wodurch,

⁷⁰ Jes 31,4. Vgl. Jer 49,19; 50,44.

worin und womit? Gottes Gegebenheitsweisen sind allerdings seit jeher so plural wie umstritten, ob ägyptisch, babylonisch, griechisch, römisch, jüdisch, christlich oder islamisch, allgemein religiös oder spirituell verdünnt. Bei aller Pluralität und Strittigkeit ist erstaunlich durchgängig vorausgesetzt, dass die Gegebenheitsweisen Gottes seine Medien sind. Welche allerdings und wie konkret, daran scheiden sich Konfessionen und Religionen. *Dass* er aber medial gegeben ist (gegeben wird oder sich gibt, so oder so), ist in allem Streit bereits vorausgesetzt und der gemeinsame Grund der Differenzen. Gott gibt sich, so oder so: Er zeigt, offenbart, vergegenwärtigt sich, worin und wodurch auch immer. Denn ein *Gott ohne Medien* wäre ein *Gott ohne Eigenschaften*, ein unzugänglicher Gott, um nicht zu sagen ‚ein toter‘, als wäre er nicht. Soviel Gegebenheit, soviel *deus revelatus*. Alles andere ist ‚uns zu hoch‘: *supra nos, nihil ad nos, absconditus, nicht revelatus*.

Gott gibt sich durch, in, mit und unter Medien, gnädigerweise, damit wir Zugang zum ansonsten Unzugänglichen finden. Davon zehren die priester-schriftliche Tempeltheologie wie die deuteronomistische Toratheologie, die Weisheits- wie die prophetischen Traditionen. Bundesgeschichte zum Beispiel ist nicht denkbar, ohne Bundesschluss und ‚Vertrag‘. Oder Namenstheologie ist undenkbar ohne die Gabe des Namens als Medium des Zugangs zum ansonsten Unzugänglichen, Unnennbaren, Unansprechbaren.

Aber gibt Gott nicht nur ‚etwas‘, sondern ‚sich‘? Gibt er sich *als* Medium – ohne das Medium als Gott zu überhöhen? Die Frage ist sichtlich *ex post*, aus christologischer Perspektive formuliert. Denn üblicherweise wäre es mehr als genug, wenn Gott *etwas* gibt, seinen Namen, seinen Bund, seinen Willen, seine Aufmerksamkeit und Zuwendung wie Treue und Barmherzigkeit. Sind doch exemplarisch Name und Tora nicht nur etwas, sondern metonymisch er ‚selbst‘. Im Namen wie im Gesetz ist Gott ganz gegenwärtig. In *diesen* Medien ist nicht ‚nur‘ ein Medium gegeben, sondern *sein* Medium und daher er ‚in, mit und unter‘ diesem Medium präsent und zugänglich. Wenn er etwas von sich gibt, preis-gibt, offenbart, ist darin im Offenbarungsmedium Gott gegenwärtig. Darum wurden Torarollen so besonders behandelt und als ‚heilig‘ auch beerdigt. Und darum ist das Tetragramm nicht nur eine sonderbare Zeichenfolge, sondern derart ‚geladen‘ und wirksam, dass man sich daran die Zunge verbrennen kann. Gottesgegenwartsmedien sind offenbar nicht nur leblose Mittel zum Zweck, sondern Präsenzmedien, in denen metonymisch Gott *sich* gibt *als* Medium. Die Probleme der ‚Bilder‘ wie der Statue des Pharaos kehren daher sublimiert wieder, auch wenn die Medialität wechselt.

Um diese Probleme zu bändigen, kann das Medium invisibilisiert werden, so invisibel wie ein gesprochenes Wort. Das gehört zur Funktion von Medien, um so effizienter (und deutungsmächtiger) zu sein, je unmerklicher und selbstverständlicher es ‚funktioniert‘. Oder man kann (auch zugleich) die Medien als bloße Mittel depotenzieren. Dann gilt üblicherweise Gott nicht *als* Medium, son-

dern als *Souverän* seiner Medien, so wie ein Herrscher erhaben ist über die Mittel seiner Herrschaft, die Regierungsgeschäfte. Wie meinte Carl Schmitt: „Souverän ist, wer über die Wellen des Raumes verfügt“⁷¹, über den Äther, die Atmosphären oder den Puls des Digitalen. Als könnte man über die Wellen ‚verfügen‘ wie über vermeintlich leblose Mittel. Es klingt, als hätte Schmitt am Ende doch noch die Unmöglichkeit des Souveräns erwiesen.⁷² Komplexe Relationen sind nicht von einem der Relate zu ‚beherrschen‘, erst recht nicht in multimedialen Kontexten. Dennoch dem Souveränitätsglauben anzuhängen, wirkt dann wie eine Beschwörung alter Zeiten und Deutungsmuster.

Die Gottes- wie die Medienfrage überschneiden einander auffälliger Weise in der *Machtfrage*, genauer der Deutungsmacht Gottes wie der Medien. Wer an der Denkgewohnheit hängt, von einem Souverän auszugehen, der seine Machtmittel beherrscht (Gott, König, Subjekt, Individuum o. ä.) und mit ihrer Hilfe ‚regiert‘, folgt einer Orientierungsfigur ‚stratifikatorischer‘ Gesellschaften. Das ist für die Vergangenheitsforschung sicher historisch hilfreich, aber kaum zum Verständnis der Wirklichkeiten, in denen wir derzeit leben. In ausdifferenzierten Gesellschaften geht es so hierarchisch und geordnet nicht zu, falls das denn je so gewesen wäre. Indes bleibt (nicht nur) religiöse Semantik meist von dieser Struktur beherrscht – was ein Beispiel ist für das Beharrungsvermögen der Deutungsmacht von Sprach- und Denkmustern. Der entsprechende Einwand lautet dann: Gott als Souverän sei doch nicht *Medium*, sondern handelnde *Person*. Er sei nicht *Mittel* zum Zweck (was vermeintlich ein Medium sei), sondern schöpferischer *Ursprung* von allem, letzter Sinn und Selbstzweck. Analog gilt semiotisch formuliert: Wäre Medium gleich ‚Zeichen‘, dann sei Gott doch nicht signum, sondern res und ens realissimum. Allenfalls das Wort ‚Gott‘ wäre als Zeichen ein Medium. *Gott* sei ‚der Erste‘, Medien allenfalls das Zweite oder Dritte – wenn nicht das Letzte. Gott sei nicht Instrument oder Apparat, das wäre doch ein deus ex machina oder nur ein Lückenbüßer. Wer Gott als Medium verstehe, mache das Zweite zum Ersten, verwechsle also 1 und 2, als beherrschte er das theologische Einmaleins nicht. Wer derart am Deutungsmuster von Gott als souveräner Person oder Ursprung hängt, handlungslogisch und ursprungslogisch, wird der Hypothese ‚Gott als Medium‘ wenig abgewinnen können. Bestenfalls *Medien Gottes* wären dann zu erörtern als leblose Mittel zum Heilszweck. Dass Medien dann als leblose Mittel, instrumentelle Zeichen oder als nur störendes Dazwischen unterbestimmt werden, macht blind für die Mediendynamik zwischen Gott und Mensch.

⁷¹ Zitiert nach C. LINDNER, Freund oder Feind. Der alte Mann und die Macht – Eine Reise ins Carl-Schmitt-Land (Lettre international 68, 2005, 83–95), 95.

⁷² Vgl. PH. STOELLGER, Souveränität nach der Souveränität. Zur Delegation und Zerstreuung von Souveränität – und ihrer Unausweichlichkeit (in: R. A. KLEIN / D. FINKELDE [Hg.], Souveränität und Subversion. Figurationen des Politisch-Imaginären, Freiburg / München 2015, 19–67).

Mit einem hinreichend unterkomplexen Medienvorverständnis fällt die Antwort auf die These also negativ aus: Gott sei *nicht* Medium, sondern das Andere der Medien, das Wozu und Wohin aller Medien, aber nicht selber dergleichen.⁷³ Sind Medien allein um des Ersten willen gut und nützlich, geht es letztlich um Gotteskontakt oder andere Gottunmittelbarkeit, um so unmittelbar wie möglich mit ihm Gemeinschaft zu haben oder gar selber ‚vergottet‘ zu werden. Die Träume der *Gottunmittelbarkeit* treiben das religiöse Begehren der ‚gelebten Religion‘ auf das Jenseits der Medien, das immediat zu genießen der Gipfel religiöser Genüsse wäre (oder etwas ‚kritischer‘: der Selbstgenuss unmittelbaren Selbstverhältnisses). Vom Unmöglichen zu träumen, lässt nach Möglichkeiten suchen, den Traum zu verwirklichen. Das gilt nicht allein für die Religionsgeschichte, sondern auch für Naturwissenschaft und Technikgeschichte. Dass das Begehrte, die reine Unmittelbarkeit, nie erreicht wird, ändert nichts an den produktiven Effekten in den Mediengeschichten der Christentümer.

V. Unmittelbarkeitsträume

Mag Gott Zeit unseres Lebens nur *in und durch* Medien zugänglich sein, gehe es doch darum, Gott möglichst *nabe* zu kommen, letztlich ihm *unmittelbar* gegenwärtig zu sein: Gottesgemeinschaft als *unmittelbare* Gegenwart des ganzen ungeteilten *Heilseins*. Medien seien daher doch nur vorübergehendes Mittel zum Zweck, leider so unvermeidliche wie unvollkommene Instrumente, um Gott nahe zu kommen – so nahe, dass wir ihn zu guter Letzt unvermittelt ‚schauen‘ in ungetrübter Gottesgemeinschaft. Das ist die fromme Version Gott zu begehren, letztlich, um mit ihm eins zu sein: Einheit mit dem Ursprung in unmittelbarer Gegenwart und ungetrübter Reinheit – das scheint manch ein religiöses Begehren zu bestimmen.

Was soll man dazu sagen? Bis auf weiteres gilt mit dem Weihnachtslied *In dulce júbilo* der Einwand: ‚Eia wär’n wir da!‘. Bis dahin ist der Traum einer Gottunmittelbarkeit ungefähr *das Letzte*, was wir hoffen sollten. Im Eschaton der Vollendung mag das einmal so sein, wir wissen es nicht, aber bis dahin gilt, was Mose schon wusste: Gottunmittelbarkeit ist tödlich. So zumindest Exodus 33,20 zufolge, wo der Herr spricht: „Mein Angesicht kannst du nicht sehen; denn kein Mensch wird leben, der mich sieht.“ Wer Gott schaut, stirbt.⁷⁴ *Warum*, wird man fragen? Weil Gott zu ‚heiß‘ ist, zu rein und feurig, allzu heilig

⁷³ Es sei denn man unterscheidet (wie Fritz Heider) ‚Ding und Medium‘. Dann kann Gott nicht Ding, sondern nur Medium sein – Wahrnehmungsform und -formation, daher auch Kommunikationsform, Sprach-, Denk- und Lebensform.

⁷⁴ Auch wenn die Psalmen das anders sehen. Vgl. FR. HARTENSTEIN, *Das Angesicht JHWHs. Studien zu seinem höfischen und kultischen Bedeutungshintergrund in den Psalmen und in Exodus 32–34* (FAT 55), Tübingen 2008.

und darum tödlich für alles Unheilige? Warum auch immer, jedenfalls ist biblisch gelesen der ‚nackte‘ Gott in Reinheit und Unmittelbarkeit unerträglich. Warum sollte man dann darauf hoffen?

Moses Bruder Aaron wollte seinen Traum der Gottunmittelbarkeit verwirklichen, indem er das goldene Kalb fabrizierte, in dem Gott vermeintlich realpräsent sei. Wer Gott unmittelbar gegenwärtig wünscht, wird in Medien *verstrickt*, sei es Sagen oder Zeigen, Wort oder Bild. Auch Mose kam vom Berg herab – mit Gottes Wort in Stein gemeißelt, mit steinernen Skulpturen (*päsäl*) von Gottes Wort. *Wer Unmittelbarkeit sucht, wird Medien finden* und zur Not auch *erfinden*. Wer Gottunmittelbarkeit begehrt, wird Gottespräsenzmedien erfinden – und damit den Streit anheizen, ob Medien Gottesgegenwart gewähren können, ohne ‚als Gott‘ missverstanden und verehrt zu werden. Dass damit ein Streit um die Medien Gottes oder Gottesmedien einhergeht, also *welche* Medien in *welchem* Gebrauch ‚Gottes würdig‘ seien, ist bekannt. Wort, Bild, Verkörperung und Lebensform, Schrift, Tempel und Kult, Weisheit oder Visionen – die Konkurrenten sind biblisch durchreflektiert. Bemerkenswert bleibt dabei, wie selbstverständlich das invisible Wort als Gottesgegenwertsmedium anerkannt wurde und wird, während die skulpturale oder skripturale Präsenz und Eigendynamik ‚der Schrift‘ unproblematisiert bleibt.

Der Traum der Gottunmittelbarkeit zeugt ein religiöses Begehren, das unendlich viele Medien erfindet, um Gott nahe, näher, am nächsten zu kommen. Solch ein Begehren lässt nichts unversucht, Wunsch Wirklichkeit werden zu lassen. Das sollte man jedoch nicht zu schnell unter Verdacht stellen, als ginge es nur um Priesterbetrug oder Religionserfindung. Geht es doch dem Glauben schlicht um Medienforschung und -entwicklung, um mit Gott zu kommunizieren: *communio* zu finden, ‚Mitsein‘⁷⁵, wofür Kommunikationsmedien zu erfinden sind, treffende Metaphern etwa, Geschichten oder Rituale und Bildpraktiken. Medientheoretisch gesehen sind das *Immersionsmedien*: nicht nur Fenster, sondern Türen, durch die man eintritt ins Allerheiligste, um Zugang zu Gott finden. Was Film und Videospiel versprechen, betreibt das Christentum schon längst: mit erhabenen Kirchen oder *auffällig diskreten* Ritualen, diskret wie Brot, Wort und Wein – wohl um von der Sinnlichkeit zum Sinn zu weisen, von den Medien weg auf Gott. Gottunmittelbarkeit zu begehren in aller Mittelbarkeit der Kommunikationsverhältnisse erscheint selbstwidersprüchlich. Es führt in eine Aporie, auf die man, scheint es, nur mit Lachen oder Weinen antworten kann: in ein unglückliches Bewusstsein – oder aber in eine *produktive* Wende dieser Aporie.

Der Traum ist nicht gering zu schätzen als Wunsch- oder Alptraum, wird er doch biblisch-theologisch breit bezeugt. Die Beter der Psalmen träumten davon, Gott zu schauen. So klingt es im Psalter als Gottes Wort: „Ihr sollt mein

⁷⁵ Vgl. J.-L. NANCY, singular plural sein, Zürich / Berlin 2004.

Antlitz suchen“ und der Psalmist antwortet: „Darum suche ich auch, Herr, dein Antlitz.“ (Ps 27,8). Von Gott eine persönliche Audienz gewährt zu bekommen, gilt als Gipfel religiöser Genüsse.⁷⁶ So mag man träumen, wer wollte das verbieten.

Die neuplatonischen und mystischen Traditionen mit dem Wunsch nach der visio beatifica, hapsis, gustatio oder tactus seien nur im Vorübergehen erwähnt. Ihnen nachzugehen würde Monografien füllen. Die Metapher vom Seelenfünklein oder die Theorie vom voûc als höchstem Seelenteil, in dem Gott und Mensch immer schon und immer noch *eins* seien, sind so gewichtig vertreten in der Christentumsgeschichte, dass man sich fragt, wer wäre man, dem entgegentreten? Gott als Medium? Nein, vielmehr Gott unmittelbar!

Solche Träume sind ja keineswegs ganz abwegig. Zwar können sie in seltsamen Himmelsreisen und Visionen schwelgen, aber auch hohe Literatur und bildende Kunst provozieren. Aber wer dieses unstillbare Begehren mit einem zu stillenden Bedürfnis verwechselt, wer also handgreiflich und allzu wörtlich Gottunmittelbarkeit sucht, findet entweder den Tod – oder er geht Umwege: über Medien wie die Psalmen, die Tora, die Weisheit, oder auch Wort und Sakrament und ihre Verwandten.⁷⁷

Was der Psalmist hoffte, wird in den Seligpreisungen explizit versprochen: „Selig sind, die reines Herzens sind; denn sie werden Gott schauen.“ (Mt 5,8). Diese Gottunmittelbarkeit gilt jedenfalls als religionsgeschichtliche Innovation im Gottesverhältnis Jesu. Wagte er es doch, Gott unmittelbar mit ‚Abba‘ anzureden, statt sich an den religiösen Dienstweg zu halten über Tempel und Schriftgelehrte. Und diese direkte Anrede wird demokratisiert im Vater Unser.

Solche Gottunmittelbarkeit wurde mit mystischen Hintergründen wie Tauler und Seuse auch für den Protestantismus konstitutiv. Luthers Freiheitsschrift verdichtet das gewagt im ‚fröhlichen Wechsel und Streit‘ von Christus und Seele: ‚anima copulat cum Christo‘. Untergräbt also die christliche Freiheit, wer solch intime Unmittelbarkeit in Zweifel zieht?

Die neuzeitliche Transformation der Seelenlehre in die Schwundform der Subjektivitätstheorie führt das weiter – mit der These, im unmittelbaren Selbstbewusstsein finde jeder (der sich ordentlich selbst reflektiert) sein Gottesbewusstsein. Mit der Konsequenz übrigens, dass eine derart göttlich geladene Seele eigentlich weder Schrift noch Bekenntnis bedarf – schon gar nicht des Alten Testaments, geschweige denn der Kirche, um seine Gottesgewissheit zu pflegen. Seit Descartes ist die ‚Unmittelbarkeit‘ des Selbstbewusstseins eine Figur der Letztbegründung und infalliblen Gewissheit. Solche epistemische ‚Unmittel-

⁷⁶ Vgl. HARTENSTEIN (s. Anm. 75), 68–78.

⁷⁷ Allerdings kann man theologisch immerhin fragen, was denn das so ungeheuer Begehrtenwerte der Gottunmittelbarkeit sein soll: reine ungestörte Gottesgemeinschaft, Ruhe, Ordnung und eigene Seligkeit? Der Einwand läge nahe, dass doch der Sinn des Glaubens nicht in sich selbst oder dem Gottesgenuss läge, sondern im Weg ‚zurück‘ zu den Nächsten.

barkeit‘ gewähre infallible Gewissheit. Wozu dann noch religiöse Medien, die doch allzu irrtumsanfällig sind? Was unmittelbar gegeben ist, ist irrtumsunanfällig (gleichsam das moderne Supplement römischer Infallibilitätsansprüche). Gottunmittelbarkeit wird kraft Selbstgewissheit zur Gottesgewissheit. Ob ein unmittelbares Selbstbewusstsein ein derart belastbares Heilsmedium sein kann?⁷⁸ Theologisch *wie* medienwissenschaftlich wird man zweifeln dürfen, ob die Unmittelbarkeit als Gewissheitsgrund aller Medialität wird gelten können. Für reformatorische Traditionen wird sich dieser Zweifel erheblich verschärfen.

Welchen Sinn mag es dann haben, trotz aller Zweifel von ‚Gottunmittelbarkeit‘ zu sprechen? Biblisch ist exemplarisch die ‚Unmittelbarkeit‘ des Verhältnisses von *Prophet* und Jahwe literarischer Topos zur außerordentlichen und exklusiven Autorisierung bzw. Legitimierung, also eine Autorisierungsfiktion (vgl. Paulus) und ein Topos der Offenbarung als Berufung. Nur erweist sich diese Unmittelbarkeit bei noch so großer Unmittelbarkeit als immer noch mittelbarer: im Wortempfang oder der Vision, in der Artikulation und letztlich der Verschriftlichung des Offenbartens wie in Jeremia 36,2 als Schriftrolle. Die prekäre Aporie solcher Unmittelbarkeitsfiktion ist, dass sie (anscheinend) als ‚behauptete‘ auftritt: Jeremia wie Paulus behaupten ihre Vision oder Audition als unmittelbare Beauftragung durch Gott, genauer gesagt: die *Texte* erzählen das so. Gottunmittelbarkeit des Boten ist ein *literarischer* Topos, eine Strategie, mit der *medial Immediatheit* inszeniert wird.

Das kann man weniger religionskritisch formulieren: Es wird nicht einfach behauptet und fingiert, sondern im Text als Text *bezeugt*⁷⁹ und narrativ tradiert. Das Problem verschiebt sich damit etwas. Es wird nicht vermeintlich getäuscht, indem im Medium des Textes eine Immediatheit bloß fingiert wird. Es wird fragil vermittelt und irrtumsanfällig bezeugt, wodurch und woher der Zeuge spricht. Die Fragilität des Zeugnisses wird *sichtbar und angreifbar* ausgestellt. *Ecce testis!* Es ist *ein Zeugnis*, mehr nicht – und nicht weniger. Wer den unmittelbar autorisierten Zeugen sucht, wird nur das fragil vermittelte Zeugnis finden, mehr nicht – und nicht weniger.

Wer Gott sucht, wird Medien finden und erfinden. Wer Gottunmittelbarkeit sucht, wird Medienunmittelbarkeit finden: sinnliche Gewissheit der Medienpräsenz. In der Hoffnung, die sinnliche Gewissheit sei Sinngewissheit – und letztlich Glaubens- und Gottesgewissheit. Daher werden Gott versprechende Medien stets *auch* die sinnliche Gewissheit adressieren: Schauen und Hören, Tasten und Schmecken, wie Brot und Wein. Wem das nicht reicht, der wird die

⁷⁸ Vgl. F.D.E. SCHLEIERMACHER, Die Weihnachtsfeier. Ein Gespräch (1806) (in: KGA I/5, Berlin/New York 1995, 39–98), 95–96. Vgl. dazu auch D. KORSCH, Weihnachten – Menschwerdung Gottes und Fest der Familie. Systematische-theologische Gedanken zu gelebter Religion (International Journal of Practical Theology 3/2, 1999, 213–228).

⁷⁹ Mit J. FISCHER, Behaupten oder Bezeugen? Zum Modus des Wahrheitsanspruchs christlicher Rede von Gott (ZThK 87, 1990, 224–244).

Sinnlichkeit steigern, um die Sinngewissheit zu steigern: Askese und Kasteiung, Leiden und Schmerz – mit dem Begehren, *darin* Gottesgewissheit zu finden. Luther war da lustiger mit seiner Kopulationsmetapher für das Verhältnis von Christus und Seele. Wer hingegen die Sinnlichkeit für ‚pervers‘ hält, für Ablenkung vom Einen, wird sie minimieren im Namen der Entsinnlichung (oder Entweltlichung), vermutlich in der Hoffnung durch Sublimierung der Sinnlichkeit im ‚Verschwinden der Welt‘ den Einen und Einzigen zu finden.

So oder so zeigt sich die produktive Seite des Traums von der Gottunmittelbarkeit. Sie führt in intensive Medienforschung und -entwicklung. Das Mittelalter ist so gesehen *das* Entwicklungslabor performanter Medienpraktiken. Was vordergründig als Popularisierung und Pluralisierung der Medien erscheinen kann, ist untergründig soteriologisch getrieben: von Heilssuche bis zur Sucht, dem unbändigen Begehren nach Nähe und Unmittelbarkeit durch immer mehr Medien: Bilder und Reliquien, Abendmahl, Buße über Buße, Mystik und Metaphysik bis hin zum Ablass. Symbolische Verdichtungen dessen sind das nackte Kind in der Krippe, die Wunden des Heilands, Marterwerkzeuge als Meditationsmedien des Mitleidens, Blut und Tränen. Das Begehren und Versprechen der ‚Nähe Gottes‘ adressiert die Nahsinne, das Berühren, Schmecken, Riechen und Fühlen.

Berndt Hamm resümierte seine einschlägigen Untersuchungen wie folgt: „Auffallend sind Phänomene einer intensivierten Vergegenwärtigung des Heiligen, Heilenden und Heilvollen, die man unter dem Leitbegriff der ‚nahen Gnade‘ zusammenfassen kann: sie reagierten offensichtlich auf ebenfalls intensivierten Vorstellungen von der bedrängenden Nähe satanischer Mächte und göttlicher Strafen, also einer ‚nahen Ungnade‘. Zugleich begegnen uns neue Formen der Medialität, d.h. neue Arten einer zeichengestützten Mitteilung und Vermittlung in jenem Kommunikationsgeschehen, durch das die göttliche Gnade an den Menschen herangetragen wird und durch das er Zugang zum Heil sucht. Die Nahvergegenwärtigung der Gnade und die Entwicklung einer neuartigen Medialität stehen in enger Wechselbeziehung und verstärken einander.“⁸⁰

Die möglichst ‚nahe Gnade‘ entzieht sich immer wieder und lockt tiefer in das Labyrinth. Im Medienlabyrinth die Immediatheit suchen, immer tiefer ins Labyrinth auf der Suche nach dem Ausgang, ist auf Dauer zum verzweifeln. Das

⁸⁰ B. HAMM, Typen spätmittelalterlicher Gnadenmedialität (in: DERS. / V. LEPPIN / G. SCHNEIDER-LUDORFF [Hg.], *Media Salutis. Gnaden- und Heilsmedien in der abendländischen Religiosität des Mittelalters und der Frühen Neuzeit*, Tübingen 2011, 43–83), 43. Vgl. zuvor B. HAMM, Die „nahe Gnade“ – innovative Züge der spätmittelalterlichen Theologie und Frömmigkeit (in: J. A. AERTSEN / M. PICKAVÉ [Hg.], *„Herbst des Mittelalters“? Fragen zur Bewertung des 14. und 15. Jahrhunderts*, Berlin / New York 2004, 541–577); vgl. DERS., Die Medialität der nahen Gnade im späten Mittelalter (in: C. DAUVEN VON KNIPPENBERG / C. KIENING / C. HERBERICHS [Hg.], *Die Medialität des Heils im späten Mittelalter*, Zürich 2010, 21–59).

Unglückliche solchen Begehrens nach Gottunmittelbarkeit ist eine aporetische Dopplung von *Fokussierung und Zerstreung* oder *Präsenz und Entzug*. Zeigt sich doch bei noch so großer Präsenz ein immer noch größerer Entzug oder bei noch so viel sinnlicher Gewissheit eine immer noch untergründigere Ungewissheit – die zur Intensivierung und Steigerung der Medienpraxis treibt. Man könnte darin die *Paradoxie des Medialen* wiedererkennen: Zugang durch ein ‚Dazwischentretendes‘ zu finden, das denjenigen stören wird, der Präsenz ohne jedes ‚Dazwischen‘ begehrt. Dann wird aus dem Medienbewusstsein ein unglückliches Gottesbewusstsein.

So konsequent wie gegenläufig zur spätmittelalterlichen Medienentwicklung war bei Luther die Gottunmittelbarkeit von Christus und Seele (in der Freiheitsschrift) primär eine Figur der *Medienkritik*, vor allem eine religionspolitische Kritik hegemonial gewordener, allzu dominanter Institutionen, die sich als Ordnungshüter und Grenzwächter aufführten – seien es Papst und Kaiser oder ihre Religionspolizei. Wenn Institutionen einen Alleinvertretungsanspruch in Fragen des Gottesverhältnisses erheben, werden sie *überheblich*. Sie stehen Gott im Wege, wenn sie der *alleinigen* Weg zu ihm zu sein beanspruchen.⁸¹ Die Exklusivpartikel wie *sola scriptura* und *sola fide* werden damit als medienkritische Exklusionen verständlich – mit der konstruktiven Kehrseite, bestimmte, *christologisch* bestimmte Christus-Medien exklusiv auszuzeichnen, die jedermann zugänglich sind.

Dazu machte Luther eine Differenz, die man Gottunmittelbarkeit ‚von unten‘ oder ‚von oben‘ nennen kann: Ob der Mensch ‚von unten‘ etwa ‚sola ratione‘, ‚kraft eigener Vernunft‘ Gott erkennt, kann man vernunft- wie religionskritisch bestreiten, zumal mit der Heidelberger Disputation. Aus eigener Kraft und Vernunft Gott nahe zu kommen, wäre für Luther vergebliches Menschenwerk, mehr nicht. Klar wäre auch, dass dergleichen nicht ‚immediate Erkenntnis‘ von Geist zu Geist wäre – sondern die Vernunft oder der *voûç* das *Medium* des Gottesverhältnisses wäre. ‚Immediat‘ hätte hier den Sinn, dass Geist sich selbst erkennt: der eine im anderen, weil beide eines Wesens seien. Die Nebenwirkung, Schöpfer und Geschöpf dann nicht mehr strikt zu unterscheiden und Göttliches im Menschen vorauszusetzen, verletzt die theologische Differenz, ist daher im jüdisch-christlichen Kontext ein Grammatikfehler – wenn sich etwa zu viel Aristotelismus oder Neuplatonismus in das theologische Sprechen eingeschlichen hat.

Gottunmittelbarkeit ‚von oben‘ hingegen ist Luther zufolge so möglich wie notwendig, heilsnotwendig: nicht Menschenwerk, sondern Gotteswerk – Glaube als ‚göttlich Werk in uns‘, ‚Rechtfertigung allein aus Gnade‘. Aber – *unmittelbar* ist Gottes Werk nur insofern zu nennen, als er nicht an Religionsinstitu-

⁸¹ Analoges gilt sc. auch für Wissenschaftsinstitutionen. Als gäbe es keine Wissenschaft an den Institutionen (oder an Drittmitteln) vorbei.

tionen gebunden ist, sondern wirken kann, wo und wann es ihm gefällt (CA V). Gnädigerweise *hat* Gott sich, Luther zufolge, strikt gebunden an die ‚*media salutis*‘, Wort und Sakrament. Das ist nun keine Lizenz zur institutionellen Engführung, sondern als Entfaltung der Medialität Christi zu verstehen – als Bindung an verlässliche, frei zugängliche Christusmedien. Gott wirkt *durch* all diese Medien, weil er *als Medium* für alle zugänglich geworden ist – *solo medio*. Solus Christus ist so gesehen offenbar ein Medientheorem: Weil Christus als ganze ungeteilte Gegenwart Gottes gilt – als Verkörperung von Gott als liebende Gerechtigkeit und gerechte Liebe –, wird Gott als wesentlich medial begriffen: durch das Leitmedium Christus.

Wird nun Gott christologisch medial begriffen, dann wird zur entscheidenden Frage, wie dieses singuläre Medienereignis (Christus) diachron medialisiert werden kann? Wie Christus gegenwärtig wird, nachdem er tot, auferweckt und erhöht beim Vater ist? Kurz gesagt durch den Geist *Christi* (nicht durch einen generellen, sondern singulär bestimmten Geist). Das weckt bei manchen die Hoffnung auf neue Geis^unmittelbarkeit – die umgehend enttäuscht und umgelenkt wird: in die Medien des Geistes Christi. Denn der ist nicht *leiblos*, sondern wird leibhaftig präsent, performant in Verkündigung, Sakrament, Gottesdienst und Lebensform oder Bild, Szene und Geste. Gott als Medium (per Christum) – geht ein in und bindet sich an die *supplementären Medien Christi*. Die Medialität des Geistes Christi ist daher qualifizierte Medienpluralität. Über deren Deutung, Gebrauch und Grenzen streiten sich Konfessionen und Kirchen bis in kleine Unterschiede zwischen Gemeinden, aber die Grundfigur ist Konsens: Medienpraktiken als Präsenzperformanz des Geistes Christi.

Kaum spricht man also von Gottes Werk, ist man mitten in den Medien. Wenn Luther die Rechtfertigung *sola fide* versteht, ist das keine Feier menschlicher Glaubenskraft, sondern von Gottes Werk. Nur ist das nicht anders *gegeben* denn als *Medienwerk* – ‚*tamquam per instrumenta*‘, wie es CA V formuliert: „*Nam per Verbum et sacramenta tamquam per instrumenta donatur Spiritus Sanctus, qui fidem efficit, ubi et quando visum est Deo, in iis, qui audiunt evangelium*“. Dieser ‚instrumentelle‘ Medienbegriff wird allerdings noch etwas zu raffinieren sein. Denn erstens würde Christus selber kaum als bloßes ‚*instrumentum*‘ gedeutet werden, daher (a maiore ad minus) auch nicht seine supplementären Medienfigurationen. Aus christologischem Grund ist daher der Medienbegriff anspruchsvoller zu bestimmen. Und zweitens wird mit ‚*instrumentum*‘ insinuiert, die Christusmedien seien *leiblose* Mittel zum Zweck der Vergegenwärtigung Christi. Und das wäre bei noch so großer Anerkennung der Medialität Christi eine Verkennung von deren Eigendynamik.

Zwischen Gotteswerk und Menschenwerk vermittelt das *Wortwerk*, hermeneutisch gesagt: Gott wirkt durch das Wort (per verbum). Gottes Werk wird also *performiert* – maßgebend von Christus als Verkörperung Gottes, abgeleitet in allen Folgemedien und Medienkaskaden der christlichen Religionspraxis.

Dass das Wortwerk *keineswegs* aus leblosen *Instrumenten* besteht, ist hermeneutisch geklärt: Schrift, Wort, Sprache *sind* von erheblicher Eigendynamik. In dem Sinne hieß es einst von Seiten des Bonner Instituts für Hermeneutik: ‚*Der Buchstabe macht lebendig*‘.

Wortwerk *allein* wäre allerdings eine Prägnanz mit hohem Preis, um nicht zu sagen eine mediale Monokultur, als wäre ‚allein das Wort‘ das Gottes würdige Medium. Dann hätte es der Verkörperung im lebenden Bild Gottes nicht bedurft? Kein ‚Sehen seiner Herrlichkeit‘, wie Johannes meinte? Im Sinne einer Horizonsweiterung sei daran erinnert: *Der Mensch lebt nicht vom Wort allein*, so wie Gott nicht allein im Wort wirkt. Im Glauben an das Wort steckt ein gehöriges Maß an Wortglaube.⁸²

Gott *spricht* nicht nur, er *zeigt* sich auch, zum Glück nie *nackt*, sondern *durch* Medien: der brennende Dornbusch oder die Rauch- und Feuersäule; Steintafeln oder Schriftrollen – oder in lebenden Bildern einer Lebensform. Lautet die hermeneutische Regel, das Wort wirkt zwischen Gott und Mensch, Wortwerk als Medium von Gottes- und Menschenwerk, so wäre erweitert zu formulieren: *Zwischen Gotteswerk und Menschenwerk wirkt das Medienwerk*, oder im Sinne Luthers formuliert: *Christus als Medium und daher der Geist Christi in aller Medienvielfalt*. Die unfruchtbare Dualisierung von Gotteswort und Menschenwort, von Gottes Werk und Menschenwerk, wird durch die Figur des *Dritten*, das Medienwerk entspannt, genauer: entdualisiert.

An der Sprache zwischen Gott und Mensch ist das längst durchgearbeitet (von G. Bader, E. Jüngel, H.-Ch. Askani, J. Ringleben u. v. a.). Mit der Medialität wird der Wahrnehmungshorizont etwas geweitet. ‚Nicht das Wort allein...‘ Nur müsste dann zugestanden werden, dass die Medien eine legitime (wenn auch riskante) *Eigendynamik* haben. Nicht nur das Schreibzeug arbeitet mit an unseren Gedanken – der Wein auch. Solch eine Eigendynamik wird im Blick auf Christus schnell anerkannt. Aber das gilt nicht weniger für seine supplementären Medien wie Wort, Werk, Bild, Körper oder Musik. Eigendynamik von Medien – klingt schnell magisch (das Bild als ‚verführerisch‘ und manipulativ); oder gar sündig (der Eigenwille statt Gottes Wille); oder unheimlich, als wären die Medien Dämonen (oder Engel). Etwas nüchterner formuliert wird man sich auf die Eigendynamik *analoger* Medien verlassen müssen, wenn tatsächlich Verkündigung zur Gegenwart des Verkündigten soll werden können; oder Abendmahl oder gute Werke und Lebensform.⁸³

⁸² Analog erweitert: Wer ohne Medien das Schauen sucht – wird nur einen nackten Gott finden, was bestenfalls schrecklich wäre.

⁸³ Wer hier stets die Person und ihr Wissen und Wollen allein am Werk sieht – verkennt, worin und wodurch wir leben, sprechen, wirken.

VI. Gott als Medium – aber nicht Medium als Gott?

Gott als Medium kann *generell* und expansiv aufgefasst werden. Etwa Gott ist *Geist* – und wird vom Geist erkannt, so dass der Geist das vernünftige Universalmedium wäre.⁸⁴ Gott als Medium kann *singulär* und intensiv aufgefasst werden: Gott ist *Christus* und wird durch ihn in Person, Werk und Passion verkörpert. Erst dann kommen *Tod und Leben* ins Spiel: der Ernst des Gekreuzigten und die soteriologische Relevanz dieses Medienereignisses. Medium-Sein heißt dann kraft der Leibhaftigkeit auch Vorübergänglichkeit, Verschwinden im Erscheinen, Präsenz im Entzug. Man kann an Emmaus denken.⁸⁵ Die singuläre Kontraktion provoziert dann eine limitierte, qualifizierte Expansion: in supplementäre Medienleiber Christi, klassisch die *media salutis* als *remedia mortis*.

Hier zeigt sich eine *Asymmetrie*: Gedeutet wird *Gott* durch den Medienbegriff, nicht umgekehrt. Gilt *Gott* als Medium, gilt doch nicht umgekehrt das *Medium* als Gott. Griechisch konnte so gesprochen werden: Macht, Liebe oder das Gute *als* Gott oder göttlich zu qualifizieren. Theologisch hingegen gilt genau das nicht. Dementsprechend ist auch nicht das Medium als Gott aussagbar. Aber von Gott als Medium aus gibt es eine Rückwirkung: von Christus her wird der Medienbegriff verschärft und verändert werden.

Kein Medium *ist* *Gott* – oder doch? Mit dem Heiligen wäre es einfach: Heiliges als Medium wird realpräsent in Medien des Heiligen, seien es Relikte als Reliquien oder Bilder. Bei Immanenzfiguren herrscht fröhliche Konvertibilität. Ein Stück des Heiligen reicht, ein Knöchelchen, ein Blutstropfen ist heiliges Medium, weil es der Heilige als Medium ist.⁸⁶

Nur bei Gott als Medium bleibt es kritisch, weil er nicht so geschmeidig konvertibel ist. Der theologische Lackmустest, an dem sich Religionen und Konfessionen scheiden, ist die Frage, wie das *Als* zu verstehen wäre – hermeneutisch (als Deutung), medial (als Wahrnehmungsmuster), ontologisch (als Substanz), semiotisch (als Zeichen), funktional (als Funktionsrelation) oder wie auch immer? Wenn man das *Als* zu differenzarm versteht, droht eine zu metaphysische Identifikation (eine strikte Kopplung), die mit der theologischen Differenz von

⁸⁴ Vgl. PH. STOELLGER, Die Medialität des Geistes oder: Pneumatologie als Medientheorie des Christentums. Zum Medium zwischen Gottes- und Menschenwerk (in: H. SPRINGHART / G. THOMAS [Hg.], Risiko und Vertrauen. Risk and Trust, Leipzig 2017, 139–174).

⁸⁵ Vgl. PH. STOELLGER, Im Vorübergehen. Präsenz im Entzug als Ursprung der Christologie (in: E. HARTLIEB / C. RICHTER [Hg.], Emmaus – Begegnung mit dem Leben. Die große biblische Geschichte Lukas 24,13–35 zwischen Schriftauslegung und religiöser Erschließung, Stuttgart 2014, 99–110).

⁸⁶ Dem Heiligenbegehren konnte sich bekanntlich auch der tote Luther nicht entziehen. Vgl. ironisch exemplarisch den sog. „Luther-Floh“, der in einem Luthermanuskript gefunden wurde – als minimale Blutspur Luthers. Vgl. Landesarchiv Thüringen – Staatsarchiv Altenburg: Archivaliensammlung Z, Nr. 338; vgl. dazu S. LAUBE, Süchtig nach Splintern und Scherben. Energetische Bruchstücke bei Martin Luther (in: H. RÖSSLER [Hg.], Luthermania. Ansichten einer Kultfigur, Wiesbaden 2017, 69–91); vgl. <http://www.luthermania.de> (05.01.2018).

Gott und Welt in Konflikt kommt. Die Theologie hat sich daher auf *lose* Kopp-
lungen von Gott und Medien verlassen – bis auf wenige Ausnahmen.

Wenn Gott strikt *als* Wort verstanden wird, gilt dann auch die Umkehrung? *Ist* das Wort Gott? Bei dem einen Wort namens λόγος wird das anerkannt, aber bei dessen ‚Verwandten‘ kaum: der Tora, dem Prophetenwort, der Weisheit oder der Verkündigung? Ist die *praedicatio verbi divini* verbum Dei? *Ist* das Brot im Abendmahl Christus selbst? Wenn Christus und Brot allzu identisch werden, hätte man auch solch ein Brot kreuzigen können, so der alte Einwand. Die Umkehrungen wecken Einwände, aus verschiedenen Gründen. Zum einen dürfe kein Menschenwerk als Gott oder göttlich überhöht werden, zum anderen gilt im Namen des *solus* Christus exklusiv von ihm diese Identität, zum dritten vermutlich wird Einspruch erhoben wegen einer begründeten ‚Hemmung‘ gegen Heilsautomaten und jede Automatisierung des Gottesverhältnisses. Wäre doch vermeintlich ‚Gott selbst‘ handhabbar, wenn er mit ‚seinen‘ Worten identisch wäre. Nur, wenn es denn *seine* seien, wäre er mit ihnen ‚beim Wort‘ zu nehmen, sei es Verheißung, Gesetz oder Evangelium.

Diese Hemmung zeigt sich klassisch im Bruderstreit von Aaron und Mose. Gott *als* Bild zu verehren, wie der ikonodule Aaron mit seinem Kalb, gilt als Gräuel. Aber Gott *als* Wort zu verehren, wie der logodule Mose, gilt als gerecht und fromm. Dabei ist das Wort weder immateriell noch unsichtbar, sondern ‚manet in aeternum‘. Mose brachte zwei ‚päsäl‘ mit vom Berg herab, zwei Skulpturen, keine Abbilder Gottes, aber doch Bildwerke, die das Wortwerk sichtbar machen und so gewichtig wie möglich vor Augen führen. Aber das Wort als Gott? Oder Tora, Weisheit und Scheckina *als* Gott? Kanonisch wurden nicht Aarons Bilder, sondern Gott *als* Tora, *als* Weisheit⁸⁷ oder *als* Name (Jahwe). Das sind anerkannte metonymische Identifikationen. Was, wer und wo auch immer Gott ist, er ist gewiss realpräsent in der Tora (Wille), Weisheit (Wissen) und in seinem Namen.

Den Propheten als Gott zu verehren (und sei es Mose oder der Gottesknecht) wäre unsäglich. Das Bild als Gott zu verehren, wie der ikonodule Aaron mit seinem Kalb, ist ein Gräuel. Gott ist doch keine dumme Kuh – und eine Kuh kein Gott, auch kein Gottespräsenzmedium. Hier zeigt sich das religionsgeschichtlich ‚Blasphemische‘ oder ‚Revolutionäre‘, Gott *als* Mensch zu bekennen: Gott als Christus und Christus als Gott, also den ‚Mittler‘ nicht nur als Boten, sondern *als* Gott. Das wäre für jüdische Ohren so gräulich wie ägyptisch, Gott als Pharao und der Pharao als Gott. Vergöttlichung der Kreatur und Vermenschlichung Gottes sollte gerade ausgeschlossen werden.

Dabei wird in der religiösen Mediengeschichte eine *Schwelle* besritten in eine Zone der Mehrdeutigkeit – die ex post Vereindeutigung provoziert: Die *Menschen*medien von Weisheits- und Prophetenworten oder Gesetzen finden

⁸⁷ Als Glanz und Herrlichkeit.

Anerkennung als *Gottesmedien*. Was hygienische Reinheitsregel war, wird zum religiösen Reinheitsgebot bis zum Heiligkeitsgesetz. Was prophetische Intervention in Krisenlagen war, wird als Gotteswort im Prophetenmund zunächst bestritten und später anerkannt. Was interreligiöse Weisheitsregel war, wurde als Gottes Weisheit verstanden. Anscheinend konnten zumindest im Rückblick Menschenworte als Gottesworte anerkannt werden, deren narrative Tradition sie bereits ex ante als solche darstellte. Diese besonderen Worte entfalteten ‚Gesetzeskraft‘, Weisheit- oder Offenbarungsqualität. Vom *entweder* Menschen- oder Gotteswort werden sie zum *sowohl als auch*. Die hermeneutische Hypothese zu diesem Übergang wäre, dass die Hörer oder Leser solcher Worte vermutlich davon überzeugt waren, dass die Worte *wahr* sind, die daher als Erschließung resp. Offenbarung der Wahrheit anerkannt wurden, sei es Gesetz, Propheten- oder Weisheitswort. Was derart überzeugend wahr ist, kann nicht *nicht* Gottes Wort sein. Dann werden die Menschenworte zu Gottesworten – zu Medien Gottes. Werden diese Worte als *seine* aufgefasst, können sie metonymisch Gottes Gegenwart darstellen.

Weisheit, Prophetenwort und Gesetz werden metonymisch zu Gott *als Medium* – bis hin zum *Medium als Gott*. Die Psalmen mögen ‚nur‘ Gebete sein, aber die Tora ist *Gottes* Wille, prophetisches Gericht oder deren Verheißung *Gottes* Gericht oder Verheißung, und die Weisheit *Gottes eigene* Weisheit: seine σοφία, sein λόγος, in seinem Namen.

Diesen Übergang zum Wort Gottes kann man als *Deutungsmachtzuschreibung* begreifen, in der *kraft* der Wahrheitsevidenz den Worten eine Macht zuwächst, die sie *als* Gottesworte auszeichnete, weshalb sie entsprechend tradiert wurden. Im passenden emplotment wird ihnen diese Deutungsmacht daher als Ursprung oder Herkunft zugeschrieben, als ‚von oben‘ kommend. Aber diese Umcodierung ist weder Täuschung noch unverständene Offenbarungsbehauptung, sondern schlicht Ausdruck der ‚wirksamen Wahrheit‘ dieser Worte. Was derart erschließend und wahr ist, kann mit gutem Grund als Gotteswort gelten.

Die intermediale Zone der Mehrdeutigkeit ist dabei von besonderem Interesse, weil in ihr die vermeintliche Alternative von Menschen- versus Gotteswort durchlässig wird. Die bedeutsamste Zuspitzung solcher Übergänglichkeit ist sc. das Menschenzeichen ‚JHWH‘, das als allerheiligstes Gotteszeichen gilt. Der Name Gottes als Minimalmedium⁸⁸ verdichtet die Medienkonvergenz in maximaler Prägnanz. Das Versprechen ist, im Namen die unmittelbare Gegenwart

⁸⁸ Vgl. G. BADER, *Die Emergenz des Namens. Amnesie – Aphasie – Theologie*, Tübingen 2006; vgl. PH. STOELLGER, ‚Im Namen Gottes‘. Der Name als Figur des Dritten zwischen Metapher und Begriff (in: I. U. DALFERTH / PH. STOELLGER [Hg.], *Gott Nennen. Gottes Name und Gott als Name*, Tübingen 2008, 249–285); vgl. DERS., *Die Gabe des Namens. Zu den Gefahren der Namensgebung zwischen Gott und Mensch* (in: CH. GERBER / B. JOSWIG / S. PETERSEN [Hg.], *Gott heißt nicht nur Vater. Zur Rede über Gott in den Übersetzungen der „Bibel in gerechter Sprache“*, Göttingen 2008, 37–54); vgl. DERS., *Geheiligt werde Dein Name. Auf der Suche nach einer Gebrauchsanweisung für den Namen Gottes* (in: P. BAHR /

des Genannten zu finden. Im sinnvollsten Gebrauch des Namens Gottes, der Anrufung im Gebet, zeigt sich: Gott wird gegenwärtig im Medium *als Medium*. Sein Name ist *das* Gottesmedium, in dem *Gott als Medium* gegenwärtig wird – wobei die Medialität invisibilisiert wird oder unhörbar und unsagbar gemacht wird.

Was sich im Minimalmedium des Namens verdichtet, wird gedehnt *als Schrift*, Tora, Tanach, die hebräische Bibel, oder auch Altes und Neues Testament. Oder noch mehr, die Bekenntnisse, die Kirchenväter und die ganze Tradition. Wem das immer noch nicht reicht, kann außer dem Wort auch das Sakrament nehmen. Oder Musik, Bilder, Gottesdienst und gute Werke. Das Maximalmedium wäre die ganze Welt, die Schöpfung als ‚Anrede Gottes‘, in der er sich offenbare, wenn auch einigermaßen verborgen und unverständlich.

Die theologische Differenz von Gott und Welt macht es prinzipiell unmöglich, Medien Gottes für Gott selbst zu halten. Dabei sollen Gottes Medien genau diese Unmöglichkeit wirklich werden lassen: die scharfe Differenz von Gott und Welt vermitteln, überbrücken und Gott zugänglich machen, *ihm* Zugang zur Welt ermöglichen und dem *Menschen* Zugang zu ihm. Was strikt unterschieden ist, soll nicht getrennt bleiben, sondern vermittelt werden; moderner gesagt: gekoppelt (strikt oder lose).

Medien, die in strengem Sinne *Gottes* eigene Medien sind, müssten *in* der Welt sein, aber nicht *von* ihr. So gilt für das Minimalmedium, den Namen Gottes, eine sehr enge Kopplung, eine metonymische Identität von Name und Gott. Solch eine Identität von Gott und Medium wird *dann* anerkannt werden, wenn das Medium *von Gott* stammt, Medium von Gott wie Gott von Gott, wahrer Gott von wahrem Gott. Christlich gilt daher: solus Christus. Er ist das maßgebende Medium Gottes, von dem der Umkehrschluss gilt: Medium als Gott, *dieses* Medium *allein*. Denn Christus sei nicht nur vorübergehendes Mittel oder Gottes Subunternehmer, nicht nur sein Bote oder Repräsentant – sondern er sei die ganze ungeteilte Gegenwart Gottes. Aber eben *nicht* ‚unmittelbar‘, sondern in Christus wird Gott *im Medium als Medium* real gegenwärtig. Wer Gottunmittelbarkeit sucht – wird Medienunmittelbarkeit finden.

Christusunmittelbarkeit wäre noch seltsamer als Gottunmittelbarkeit. Denn wie und wann wäre Christus ‚unmittelbar gegenwärtig‘? Konnte die Vernunft oder das selbstbewusste Subjekt noch davon träumen, in sich etwas Göttliches zu finden, kraft dessen Gott unmittelbar gegenwärtig sei, sind beide, Vernunft wie das Subjekt Christus gegenüber so aufgeschlossen wie ein Stein oder Holzklotz. Mag Gott manchen als sola ratione zugänglich gelten, Christus bleibt fremd, oder wie Paulus meinte: eine Torheit, die der Weisheit unerschwinglich ist. Christusunmittelbarkeit ist sinnlos. Wer angesichts Christi noch von Un-

J. v. SOOSTEN [Hg.], Vater Unser. Einübung im Christentum. FS Wolfgang Huber, Frankfurt a. M. 2007, 19–30).

mittelbarkeit sprechen will, kann nur die Unmittelbarkeit des Mediums meinen. Wer *Christus*unmittelbarkeit sucht, wird *Christusmedien* finden. Nur – welche? Evangelien und Paulusbriefe? Märtyrertod und Leidensmystik? Passionsmeditation oder –musik wie die ‚Matthäuspasion‘? Oder unspektakulär sein Wort hören und entsprechend leben? Jedenfalls kann der auferweckte Gekreuzigte nur wirksame Gegenwart werden kraft supplementärer Medien. Christus als Medium hat nicht nur den Sinn der Inkarnation, sondern auch der Wiederkehr des Auferweckten.

Jorge Luis Borges Medienthese lautete: „Gott, der sich zur Literatur herabläßt; Gott, der ein Buch schreibt. In diesem Buch ist nichts zufällig; nicht die Anzahl der Buchstaben noch die Menge der Silben jedes Verses, noch die Tatsache, daß wir mit den Buchstaben Wortspiele betreiben oder den Buchstaben Zahlwerte beimessen“⁸⁹. Buchwerdung als Inkarnation ist eine These über supplementäre Medialität: Gott als Medium wird Schrift. Diese Schriftmetaphysik ist *nicht* mit der metaphysischen Verbalinspiration zu verwechseln. Den Unterschied benennt Borges: „Die zweite große Idee über das Buch [...] ist, daß es ein göttliches Werk sein kann [...]; das heißt, ein bloßer Ersatz für das gesprochene Wort. Danach verfällt der Glaube an ein heiliges Buch und wird durch andere Glauben ersetzt“⁹⁰.

In seiner Geschichte ‚Das Evangelium nach Markus‘⁹¹ erzählt er von einer eigenwilligen Medienpraxis. Unter besonderen Umständen liest Espinosa, der Verwandte und zeitweise Vertreter eines Gutsherrn, den dortigen Arbeitern das Markusevangelium vor. Die Zuhörer nehmen die Lektüre ‚als Lebensregel‘ beim Wort – indem sie den Vorleser kreuzigen. Der ihnen offenbar als heilig geltende Text, hat eine Wirkung, die dem Vorleser nicht im Traum eingefallen wäre: Die imaginative Erinnerung wird in recht radikaler Weise realisiert. Nur, warum wird der Vorleser gekreuzigt? Als würde der Bote für die Botschaft gehalten, so dass er für sie einzustehen hat, und als wäre das ‚reenactment‘ des Gelesenen das tatkräftige ‚Amen‘ zum Gehörten. Unglücklicherweise lässt sich der Bote vor seinem Ende auch noch zu einer kleinen Wunderheilung hinreißen: Als sich ein ‚Lämmchen‘ verletzt hat, heilt er es zur Verwunderung der Arbeiter nur mit ‚ein paar Pastillen‘. Das aber gibt doppelt Anlass, ihn für den zu halten, von dem er vorliest. Dahinter scheint ein recht eigenwilliges ‚Lektüretheorem‘ zu stehen: dass die Lektüre ‚reale Gegenwart‘ gewährt und nicht nur Rezeption einer Repräsentation sei, sondern Präsenz und Wiederholung. Das wirksame Wort ist nicht nur ‚im Anfang‘ wirksam, sondern als Wort auch in der Lektüre das ‚ens realissimum‘. Die Geschichte wird in ihrer Lektüre reale Gegenwart.

⁸⁹ J. L. BORGES, Die letzte Reise des Odysseus, Vorträge und Essays 1978–1982, Werke 16, Frankfurt a. M. 1992, 18.

⁹⁰ Ebd., 18.

⁹¹ Vgl. J. L. BORGES, Erzählungen 1949–1970. Gesammelte Werke 3/2, München / Wien 1981, 208–213.

Mit Ricoeurs Mimesistheorie führt die Lektüre in eine Refiguration der Lebenswelt – nur dass hier Lesewelt und Lebenswelt prekär verschränkt werden. War es das, was gemeint war, als Jesus in Auslegung des Samaritergleichnisses meinte: „Da sprach Jesus zu ihm: So geh hin und tu desgleichen!“ (Lk 10,37)?

„Der Verkündiger (Jesus) wird zum Verkündigten (Christus)“ – gilt als theologisches Gemeingut. Er wird nicht nur zum *Gegenstand* von Verkündigung, sondern ‚Christus als Verkündiger‘ *ist* Gott als Medium. So die Wette auf die Performanz des Wortes (nicht ohne ein gehöriges Maß an Wortglauben⁹²). Dabei ist entscheidend der Medientransfer *vom Verkündiger zum Verkündigten zum erneut Verkündigenden*, wenigstens zum *mitverkündigenden* Christus. Soll doch in der Verkündigung der Verkündigte *selber* zur Sprache kommen, mitsprechen also. Die Frage der Hörer ‚Wer spricht?‘ (da eigentlich) muss *fraglich* werden, sonst spräche nur ein Religionsbeamter. Dieser Übergang kann auch gegenläufig übertrieben werden, sei es, dass die Verkündigung des Wortes Gottes fugenlos als Wort Gottes gilt, sei es, dass der kirchliche Verkündiger als der Verkündigte gilt, der seine Vorbildlichkeit ausstellt – während doch der verkündigte Christus ‚lediglich‘ zum Mitverkündigenden werden möge. Hier sind Verwechselungen und verkürzte Identifikationen nur zu naheliegend – und eine Hermeneutik der Differenz daher umso dringlicher. Die ebenso erhellend wie trübend dazwischentretenden Medien können komplett verkannt werden – oder aber sich so in den Vordergrund schieben, dass man sie mit der ‚Hauptsache‘ verwechselt. Die Differenz zu wahren, ohne in Dualisierungen oder Identifikationen zu verfallen, bleibt die medienpraktische Herausforderung.

Das ‚solus Christus‘ kann in dieser Hinsicht als kritisches Medienregulativ fungieren. Die Christentümer sind seit ihren Anfängen von Kreuz und Auferweckung angewiesen auf Christusmedien. Erinnerung und Erzählung, Metapher und Gleichnis, Wort und Sakrament, Gottesdienst und Lebensform. Je diskreter, je unspektakulärer, desto weniger kann die sinnliche Gewissheit mit der Sinngewissheit verwechselt werden oder mit der Glaubens- und Gottesgewissheit. Christus mag also das einzige Medium sein, von dem gilt, es *ist* Gott. Nur – ist er nicht das einzige geblieben. Er *konnte* nicht das einzige bleiben, sonst wäre der Erhöhte schlicht abwesend. Versteht man Christus als *das* Medium Gottes (als sacramentum bzw. Ursakrament), ist einerseits Gott *als* Medium zu verstehen; andererseits ist an Christus verdichtet zu explizieren, was es heißt ‚Medium zu sein‘: Verkörperung, Passion, Tod und supplementäre Medienlei-

⁹² Vgl. PH. STOELLGER, Einleitung. Zwischen Machtwort und Wortmacht (in: M. KUMLEHN / PH. STOELLGER [Hg.], *Wortmacht – Machtwort. Deutungsmachtkonflikte in und um Religion* [Interpretation Interdisziplinär, Bd. 16], Würzburg 2017, 1–43); vgl. DERS., *Zwischen Wortmacht und Machtwort: Rhetorik als Medium von Religion* (in: PH. STOELLGER [Hg.], *Rhetorik. Rhetorik und Religion*, Berlin / Boston 2015, VII–XXIV); vgl. DERS., *Das Wort vom Kreuz im Deutungsmachtkonflikt* (in: PH. STOELLGER [Hg.], *Rhetorik. Rhetorik und Religion*, Berlin / Boston 2015, 195–226).

ber. Im Kontext der Verkörperungstheorie formuliert: Embodied cognition Gottes gilt nicht nur für die Gotteserkenntnis, sondern auch für ‚Gottes Erkenntnis‘. Gottes Weltverhältnis ist – christologisch konzipiert – ein Verkörperungsverhältnis. Das wird nach dem Tod Christi nicht durch die Auferweckung vermeintlich retrahiert oder überwunden, sondern durch die nachösterlichen Medien Christi entfaltet und vielfach ‚ausgegossen‘.

Das provoziert den Übergang in die *Pneumatologie*, der hier nur angedeutet sei.⁹³ Die maximale Härte für die Pneumatologie bleibt, das Ereignis des Todes Jesu als den innovativen *Riss* (von Sinnlichkeit und Sinn) zu verstehen, der nicht vom Geist immer schon geheilt und umfassen ist, sondern der eine neue Medialität entfaltet: Der Tod Jesu provoziert die eschatologische Medialität des Geistes: neues Sagen und Zeigen, neue Deutung, neue Sozialität (Gemeinschaft), um ex post (im Rückblick) zu erschließen und zu kommunizieren, was und wer sich im Kreuz gezeigt hat. Das kann man eine *mediale Wende* der Theologie nennen: nicht vom Immediaten oder Innen, Körperlosen etc. auszugehen, sondern phänomenal von den Medienpraktiken (und -pathiken). Nicht von einem ontologischen Komparativ des Prä, Innen..., sondern von der ‚medialen Kondition‘ des Geistes.

Das schlichte und lichte Immediate wäre, Geist durch Geist zu denken. Das dunkle Immediate aber ist der Tod Jesu als Riss der Medialität – von dem her der Geist (wie Gott oder Medialität) anders und neu zu sagen und zu denken ist, wenn er denn der Geist *Christi* sein soll. ‚Stark wie der Tod ist der Geist‘, wäre die eschatologische Hoffnung. Dann aber müssen die Medienpraktiken des Geistes stark sein wie der Tod: antimortal deutungsmächtig. Aber diese Kompetition von Geist und Tod mit der Wette, der Geist sei letztlich stärker als der Tod, ist ein Satz im Rückblick (Zeugnis). Dann muss der Geist als vom Tod tangiert, berührt, versehrt gedacht werden. Ein Geist mit ‚Narben‘.

VII. Theologische Anschlüsse

Christus als Medium ist die maßgebende *Wahrnehmungsform* Gottes (im doppelten Genitiv): Er formt die Wahrnehmung auf bestimmte Weise, so dass kraft der Figur Christi unsere Wahrnehmung das Wahrzunehmende formt. Was Christus ‚vermittelt‘, ist

1. eine Art, Gott zu sehen, zu sagen, anzusprechen und zu verstehen,
2. eine Art ‚im Lichte Gottes wahrzunehmen‘, und etwas weitergetrieben
3. wahrzunehmen, *wie Gott* wahrnimmt, schlicht: den Nächsten wie die Schöpfung so wahrzunehmen, *wie Christus* ihn wahrnimmt, bzw. wie in der narrativ bezeugten Figur Christi im Rückblick vor Augen gemalt wird. Chris-

⁹³ Vgl. STOELLGER, Medialität des Geistes (s. Anm. 85), 139–174.

tus ist narrativ geformte Figur, die im Modus des Zeugnisses artikuliert vor Augen führt, was die Wahrnehmung formte, auf dass kraft des narrativ Bezeugten auch die Wahrnehmung der Leser oder Hörer neu formiert wird, oder mit Ricoeur ‚refiguriert‘ und refigurativ.

Als Bezeugter und Erzählter wird Christus *Figur* – auf einem *Grund*, dem Hintergrund des Judentums seiner Zeit, oder theologisch gesagt: auf dem Hintergrund der Geschichte Gottes mit seinem Volk. Analog wird Gottvater zur Figur auf dem Grund der Verkündigung Jesu; so wie der Sohn Figur auf dem Grund Gottvaters und der Geschichte mit seinem Volk etc. Die Figur/Grund-Relation wird wahrnehmungsstrukturierend, folgt man Fritz Heiders Medientheorem. Christus vermittelt nicht ‚etwas‘, sondern *sich selbst* (der Bote als Botschaft...) – das heißt dann: Er wird zum Medium als Form ‚unserer‘ Wahrnehmung – oder aber er bliebe bloß vergangenes ‚Ding‘. Er bleibt nicht wahrgenommene Figur (der Vergangenheit, im Text), sondern wird gegenwärtige Wahrnehmungsfigur und -figuration: Eine Figur, die die Wahrnehmung formt; eine Figuration mit Figurationskraft, also *figura figurans*.

Dieter Mersch fragte, „worin die Wirkung des Mediums, seine Kraft zur Modifikation des Denkens, Wahrnehmens oder Handelns genau besteht.“⁹⁴ Eine Antwort darauf ist: in seiner *Deutungsmacht*, uns sehen, so sehen zu lassen, wie es zeigt; uns auch fühlen, leben, glauben zu machen. Das solenne ‚Wort vom Kreuz‘ zeigt das drastisch, um von Bildern hier nicht eigens zu beginnen. In der paulinischen Rhetorik heißt das: den Gekreuzigten vor Augen malen – um die Adressaten an das Wort vom Kreuz *glauben* zu machen: dass Jesus der Christus ist, dass der Tote lebt, der Gekreuzigte der Auferweckte ist und umgekehrt. Mit der Deutungsmachtanalyse formuliert: Christus wird zum Deutungsmuster für alle Wahrnehmung, er wird Lebensform.

Dabei zeigt sich die Deutungsmacht des Mediums nicht nur in einer Art ‚Gott zu sehen, zu sprechen und zu denken‘, sondern ‚im Lichte Gottes wahrzunehmen‘. Das ließe sich auch gut lichtmetaphysisch auffassen: in seinem Licht zu sehen etc., nur dass im Lichte des Gekreuzigten wahrzunehmen opak klingt, es aber nicht ist. Wird der zur Wahrnehmungsform, ändern sich die Beleuchtungsverhältnisse. Vor allem geht es erstlich und letztlich nicht mehr darum, *Gott* wahrzunehmen, was würdig und recht sein mag, sondern *wie Gott* wahrzunehmen: Christliche Wahrnehmung ist die Wahrnehmung im Sinne, im Geiste Christi. Die Wahrnehmung des Nächsten (nicht primär Gottes, auch nicht primär meiner ‚selbst‘) zeigt und bezeugt diese Schubumkehr der Wahrnehmungsenergie. Gott als Medium und die Wahrnehmung *wie* Gott gelten offenbar nicht im Sinne eines generellen, theistischen Gottesbegriffs, sondern schlichter und lebensweltnäher: den Nächsten wie die Schöpfung so wahrzu-

⁹⁴ MERSCH (s. Anm. 43), 187: Mersch meint weiter, „[...] dass das Medium immer schon auf das Mediatisierte einwirkt, es verwandelt und umprägt.“

nehmen, wie Christus ihn wahrgenommen hat. ‚Wie Gott‘ wahrzunehmen, ist dann nicht demiurgischer Überschwang oder finale Selbststeigerung, sondern schlicht die verändernde, den Nächsten heilsam verändernde Wahrnehmung (in der womöglich unsere und dessen Wahrnehmung zu Medien der Versöhnung werden).

Wem das gar zu unmittelbar klingt, kann auf das supplementäre Medienlabyrinth hingewiesen werden, in dem sich solche Wahrnehmungsfiguren bilden. Von dort aus können dann auch Recht, Politik, Wissenschaft etc. einen ‚andren Schein‘ bekommen, das heißt: Sie werden anders wahrgenommen als ohne diese Wahrnehmungsform. Und sie können – wenn es gut geht – selber zu Medien im Sinne dessen werden. Das deuteronomistische Sozialgesetz und Fremdenrecht ist ein starkes Beispiel dafür: Der Fremde ist nicht nur Opfer oder Bedürftiger, sondern Träger von Rechten, die ihm kraft bestimmter Wahrnehmung zukommen.

Als Verkörperung Gottes (Liebe, Barmherzigkeit, Gerechtigkeit etc.) wird Christus *supplementär* verkörpert im Ritual, maßgebend im Abendmahl. Das hat seinen Sinn und Zweck nicht in sich selbst, in der Gemeinschaftserfahrung oder etwa im Gottesgenuss, sondern es ist Präfiguration einer Form zu leben. Die ‚Materialität‘ dieser Medialität sind dann nicht – wunderbar gewandelt – Brot und Wein allein, sondern der Leib der ‚Konsumenten‘ wird wunderbar gewandelt und die Sozialform ihres Lebens: Sie werden Leib Christi.

Christus *verkörpert* Gott heißt, sein Wesen als Liebe, Barmherzigkeit, Gerechtigkeit etc. wird von ihm *medialpräsent*. Die Leibhaftigkeit des Mediums wird damit deutlich und unhintergebar. Auch nachösterlich ist daher der Leib des Geistes Christi seine Verkörperung in Wort, Sakrament – und allen möglichen Medien, die in seinem Geist gebraucht werden. Der Leib des Geistes Christi ist seine Verkörperung in Lebensformen, die gnädigerweise qualifiziert plural sein können. Wer hier zu viel Homogenisierung anstrengt, sei es mit dem Wort allein oder einer milieuspezifischen Moral, verkennt die Aufgabe christlicher Freiheit, die nicht auf mediale wie moralische Monokulturen ‚von Gesetzes wegen‘ verpflichtet ist.

Das Wort ward Fleisch – und wieder Wort und Sakrament und Liturgie (Agamben) und Bild. Die *viva vox* der Verkündigung in allen Ehren, ist doch der *Sinn* dieses Wortgeschehens, *lebendiges Bild* zu werden: lebendiges Bild in christlichen Lebensformen. Das mag der Grund für Luthers wunderbare Übertreibung sein: „Ich werde mich daher meinem Nächsten als ein Christus geben, wie Christus sich mir dargeboten hat“⁹⁵, oder freier übersetzt: Ich werde dem Nächsten *den Christus geben* (nicht den Hamlet oder Faust).⁹⁶ Das heißt *Medi-*

⁹⁵ „Dabo itaque me quendam Christum proximo meo, quemadmodum Christus sese prae-buit mihi“ (WA 7, 66,3f).

⁹⁶ „Ei, so will ich solchem Vater, der mich mit seinem überschwenglichen Gütern also überschüttet hat, wiederum frei, fröhlich und umsonst tun, was ihm wohl gefällt, und gegen

um werden: Wahrnehmungsform und Lebensform Christi werden – als lebendes Wort und Bild.

Eine Folge für den Gottesbegriff in christlicher Perspektive ‚vom Singulären aus‘ ist nach dem bisherigen absehbar: ‚Im Anfang ist das Medium‘ (metonymisch: das Wort, der λόγος) – und vor dem Anfang: der Tod oder die tödliche Unmittelbarkeit. Im Anfang war das Medium heißt nicht, das Medium in aller Mehrdeutigkeit zu divinisieren, sondern Gott als wesentlich medial zu begreifen – nicht nur als immediater Ursprung aller Medialität, sondern selber als kreativ medial. Das ist eine Pointe der Trinitätslehre als Medientheorem. Dass diese Medialität *kreativ* ist, impliziert, dass die Relate (wie der Person Christi) in dieser mehrstelligen Relation *entstehen* (was dogmatisch dann ‚gezeugt‘ heißt). Medienrelationen ‚konstituieren‘ ihre Relate (auch wenn wir gewohnt sind, umgekehrt zu denken).

Gott als Medium ist nicht ‚nur‘ das, was *zwischen* uns und einen ‚nackten Gott‘ tritt (μετά), als wäre er ursprünglich und eigentlich immediat; sondern er ist der, *wodurch* wir leben und wahrnehmen (διά). Er eröffnet und formt die Wahrnehmung – und ist daher nicht Ding, sondern Medium (mit Heider). Er ist *diejenige* Wahrnehmungsform, die in seinem Geist wahrnimmt, was der Fall ist und was wir hoffen dürfen. Wie der Glaube daher eine Art zu leben, eine verkörperte Perspektive ist (wie Christus), so bildet Gott als Medium den Horizont dessen und eröffnet diese mehrsinnigen Perspektiven.

‚Gott als Medium‘ kann *generalisierend* verstanden werden wie in der neuplatonischen oder idealistischen Metaphysik. Dann wird der Geist, νοῦς, der Begriff oder das Bewusstsein zum Wesen Gottes – mit anthropologischer Entsprechung. Das wäre eine *theistische* Auffassung der These. Anders klingt und wirkt die These von Gott als Medium, wenn sie vom Singulären aus *christologisch* verstanden wird, ganz im Sinne der Heidelberger Disputation. Dann ist *Christus* das wesentliche und unhintergehbare Medium Gottes – und zwar nicht als Mittel oder heiliger Auftragnehmer, sondern *als Gott*. Das gilt es nun nicht wieder generalisierend mit metaphysischen Mitteln zu begründen (wie es die Substanzmetaphysik versuchte). Vielmehr ist Sinn und Wesen Gottes durch die singuläre Verkörperung Gottes in Christus zu begreifen. Was Gott wesentlich ist, zeigt sich in, als und durch Leben und Sterben Christi.

Analog ist dann auch die Parallele zur metaphysischen Generalisierung ungeeignet, diese Singularität zu begreifen: die *anthropologische* Generalisierung. In Tradition Feuerbachs könnte man das, was Christus verkörpert, als das Wesen *des Menschen* begreifen und damit die Spannung lösen. Dann wäre Christus wieder nur Mittel zum Zweck der Selbsterkenntnis des Menschen – ein äußerliches Medium also.

meinen Nächsten auch werden ein Christ, wie Christus mir geworden ist, und nichts mehr tun, denn was ich nur sehe, das ihm not, nützlich und selig sei, dieweil ich doch durch meinen Glauben aller Dinge in Christo genug habe.“ (WA 7; 35,32–35 modernisiert).

Wie beim Wort und Sprachereignis oder beim Zeichen und der Semiotik lockt auch hier eine *medientheoretische* Generalisierung: von Christus als Medium *alle Medialität* neu zu denken. Was es heißt, Medium zu sein, wäre dann im Lichte dieses singulären Medienereignisses zu verstehen: lebendes Bild in der Verkörperung einer lebensgefährlichen Liebe etwa. Daraus nun für alle Medientheorie generalisierende Konsequenzen zu ziehen, kann leicht überschwänglich oder übergriffig werden. Als könnte eine medientheoretische Moral aus der Geschichte Christi abstrahiert werden. I would prefer not to ... Vielmehr sei *dieses* Medienereignis als ein Anspruch und Ansinnen an andere Medientheorien verstanden, ohne gleich Generalisierungen anzustrengen. Das heißt, wer immer Medientheorie treibt, sollte die mediengeschichtlich ‚revolutionäre‘ Wirkung dieses singulären Ereignisses nicht verkennen.

Eine Folge für den Medienbegriff ist ebenso absehbar. Gegen apparativ-technische Reduktionen werden Körpermedien, Figur und Verkörperung gewichtig. Die Medialität hat ihren Sitz im Leib. Daher sind religiöse Medienpraktiken auch wesentlich Körpermedien: life-events, in denen der leibhaftig Präzente adressiert wird. Mediengeschichtlich klingt das etwas rückständig nach ‚old school‘ – wenn nicht in aller Virtualisierung der Kommunikation zeitgenössisch die ‚life-events‘ so auffällig florierten. Die Fortschrittsthese, was nicht in die virtuellen Welten und social media eingeht, bleibe auf der Strecke und verschwinde im Orkus der Mediengeschichte, ist vermutlich unhaltbar. Gegenüber dieser fortschreitenden Luftigkeit ist ein Antagonist im Spiel: die Leibhaftigkeit als Medium des Sozialen.

Das gibt auch Grund genug, gegen eine angelologische Luftigkeit (nach Maßgabe von Vögeln und Engeln) der Medientheorie zu argumentieren. Dabei tritt den Boten, Transzendenzfiguren und Metaphern auch die Verdichtung (!) der Metonymie gegenüber. Verkennen doch manche Metaphern- wie Medientheorien die Metonymik in Gottes Medialisierung: das Gewicht des corpus Christi, des ‚Gehenkten‘. Verdichtet formuliert: Die Verkörperung der Feindesliebe ist lebensgefährlich, selbst für Gott. Oder etwas lebensweltnäher gefasst: Wer es tatsächlich wagt, an dieser Mediengeschichte teilzunehmen, riskiert sein Leben (wie Pascals Wette vor Augen führte).

Die gern gepflegte *Flucht in den ‚Apparat‘ und die Technik(geschichte)* erkennt den Anspruch religiöser Medienpraxis: Medium-Sein in Lebensform und deren Sozialität. Solch ein Medium-Sein ist *nicht delegierbar* an Apparate oder Instrumente. Das hat auch Gott gelernt: Medium-Sein ist nicht delegierbar an extrinsische Instrumente (Dornbusch, Engel, Steintafeln etc.). Medium-Sein heißt für Gott: Medium-Werden, Christus.

Die analoge *Flucht in die Unmittelbarkeit* verkennet die unhintergehbare Medialität – Gottes. Wenn Luther meinte, wir sollten uns an den revelatus halten, nicht an den absconditus (der sei supra nos, nihil ad nos – gehe uns also nichts an), ist die Pointe nun nicht, doch Gott hinter Gott zu suchen, sondern umge-

kehrt: Gott als *revelatus* allein zu verstehen: als medial, nicht als im Grunde und im Letzten doch wieder immediat und nackt – das wäre so tödlich wie zum Verzweifeln. Die Flucht in die Unmittelbarkeit des ‚Subjekts‘ hingegen verkennt die unhintergehbare Medialität des Menschseins ebenso wie aller Kultur, auch der Religionskulturen.

Die *Flucht in mediale Monokultur* gilt es dann zu vermeiden, allem solo verbo zum Trotz. Wenn Gott Medium ist, ist er multimedial. Das soll nicht die maßgebende, also kritische Funktion des solus Christus in religionstheologischer Offenheit marginalisieren. Es geht vielmehr darum, eine vor allem protestantische Denkgewohnheit zu irritieren: Als wäre Gott sola scriptura und solo verbo zugänglich. Christus ist nicht nur λόγος, sondern auch lebendiges Bild Gottes. Er ist nicht nur Verkündiger und Verkündigter, sondern auch Verkörperung Gottes. Er wird nachösterlich nicht zum reinen Geist, sondern zum *leibhaftigen* Geist. Daher sind die christlichen Lebensformen so multimedial wie Gott ‚selber‘. Das Wort allein – ist daher als solus Christus zu begreifen, nicht als Prinzip einer medialen Monokultur.

Gott *christlich* deuten heißt, ihn angesichts Christi deuten. Gott ist Medium ist daher ein Satz der Christologie – mit all ihren trinitarischen Folgen. Gott ist nicht erst sekundär Medium geworden, sondern ist es wesentlich. Das könnte es sein, was mit der sog. Präexistenzchristologie und der ‚ewigen Sohnschaft‘ Christi ausgesagt werden sollte: Gott ‚war immer schon‘ Medium. Darin zeigt sich die Maßgeblichkeit der Christologie für einen christlichen Gottesbegriff. Nur – das würde auf andere Weise zu leicht und luftig, wenn es vergessen ließe, was es heißt ‚Medium zu sein‘: dem Tod ausgesetzt. Christologisch heißt das: Gott als Medium ist der auferweckte Gekreuzigte. Medientheoretisch heißt das: Alle Medialität prätendiert ‚remedium mortis‘ zu sein: Antwort auf den Tod. So wie – singular anders – christliche Medienpraxis Antwort auf den Gekreuzigten ist, der darin gegenwärtig werden soll.

