

Christus und seine Medienkörper

Religiöse Kommunikation im digitalen Zeitalter

Christian Danz

Zunehmend durchdringen und überlagern digitale Kommunikationstechniken das Leben im 21. Jahrhundert. Ohne World-Wide-Web, Smartphones, Tablets etc. funktioniert in der modernen Gesellschaft so gut wie nichts mehr. Was „wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen“, das wissen wir durch elektronische Medien.¹ Im digitalen Zeitalter fungieren sie gleichsam als Lebenswelt.² Mit den beschleunigten Technikentwicklungen gehen Transformationen und Ausdifferenzierungen der Kommunikation einher.³ Signifikant für elektronische Medien und Kommunikationstechniken ist die Ersetzung leiblicher Kopräsenz in der Kommunikation durch Technik.⁴ Damit baut sich Distanz zwischen den Kommunikationsteilnehmern auf. Sie ermöglicht ihnen größere Freiräume, steigert aber auch die Möglichkeit einer Ablehnung von Kommunikation. Zugleich und gegenläufig hierzu bauen moderne digitalisierte Kommunikationstechniken Distanzen ab. Ereignisse und Informationen aus den entferntesten Gegenden der Welt sind überall in Echtzeit präsent. In den sich ausdifferenzierenden Kommunikationsformen konstituiert sich Nähe durch Distanz. Von den Medienentwicklungen der letzten Jahrzehnte ist auch die christliche Religion betroffen. Bedingt durch moderne Digitalisie-

¹ N. Luhmann, Die Realität der Massenmedien, Wiesbaden ⁵2017, 9.

² Vgl. M. Moxter, Medien – Medienreligion – Theologie, in: ZThK 101 (2004), 465–488, bes. 469–475.

³ Vgl. hierzu F. Krotz, Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien, Wiesbaden 2007.

⁴ Vgl. N. Luhmann, Die Realität der Massenmedien (s. Anm. 1), 10: „Entscheidend ist auf alle Fälle: daß keine Interaktion unter Anwesenden zwischen Sender und Empfänger stattfinden kann. Interaktion wird durch Zwischenschaltung von Technik ausgeschlossen, und das hat weitreichende Konsequenzen, die uns den Begriff der Massenmedien definieren.“

rungstechniken unterliegt sie wie die moderne Gesellschaft einer zunehmenden Ausdifferenzierung. Neue Formen der religiösen Kommunikation entstehen im World-Wide-Web, die sich von ihren klassischen Formen, sei es der Bibellektüre oder des Gottesdienstes, unterscheiden. In den vielen Foren in sozialen Medien, im Internet etc. beschleunigt sich die Pluralisierung der christlich-religiösen Kommunikation. Was bedeutet das für die christliche Religion und ihre mediale Weitergabe im digitalen Zeitalter?

Vor allem in der praktischen Theologie ist man den mit den Medienentwicklungen der letzten Jahre verbundenen Rückwirkungen auf die christliche Religion, den Umstellungen auf digitale Kommunikationsformen und virtuelle Welten nachgegangen.⁵ Auffällig an den Studien von praktischen Theolog*innen zu den Transformationen der christlich-religiösen Kommunikation in der digitalen Mediengesellschaft ist, dass sie sich kaum noch auf die systematische Theologie und ihre Beschreibungen der christlichen Religion beziehen. Von Bedeutung für die Religionsanalysen der praktischen Theologie sind vor allem Religionssoziologie und Medien- und Sozialwissenschaften.⁶ Das dürfte nicht zufällig sein.⁷ Zwar sind Medien sowie die Entwicklungen moderner Kommunikationsmedien auch in der systematischen Theologie präsent. Allein, wo auf ihre Medienkompetenz rekurriert wird, erfolgt das zumeist mit signifikanten Engführungen. Dahinter stehen dogmatische Konstruktio-

⁵ Vgl. W. Gräb, *Sinn fürs Unendliche. Religion in der Mediengesellschaft*, München 2002; C. Grethlein, *Kommunikation des Evangeliums in der Mediengesellschaft*, Leipzig 2003; I. Nord, *Realitäten des Glaubens. Zur virtuellen Dimension christlicher Religiosität*, Berlin – New York 2008; K. Merle, *Religion in der Öffentlichkeit. Digitalisierung als Herausforderung für kirchliche Kommunikationskulturen*, Berlin – Boston 2019.

⁶ Vgl. nur K. Merle, *Religion in der Öffentlichkeit* (s. Anm. 5), 136–219 (*Digitalisierung und religiöse Kommunikation*).

⁷ Falk Wagner hatte bereits in den 1990er Jahren konstatiert, dass die akademisch betriebene Theologie ihre Religionsdeutungskompetenz längst an die Sozial- und Kulturwissenschaften abgetreten habe. Vgl. F. Wagner, *Metamorphosen des modernen Protestantismus*, Tübingen 1999, 230: „Wegen ihrer selbstinszenierten religionstheoretischen und religionsempirischen Enthaltsamkeit hat die Theologie längst dafür gesorgt, ihre im Neuprotestantismus erworbene Religionsdeutungskompetenz an Sozialwissenschaftler und Sozial- und Kulturhistoriker abzutreten, die auf den Feldern der Religions- und konfessionellen Milieuforschung zunehmend die Stimmführerschaft übernehmen.“

nen des Glaubensbegriffs, die diesen in Weiterführung der theologischen Debatten aus der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts auf Eigentlichkeit und Authentizität zuspitzen, um ihn von Religion und deren modernen Transformationen abzusetzen.⁸ Aber derartige normative Konstrukte sind nur wenig hilfreich, um den Wandel der christlichen Religion im digitalen Zeitalter überhaupt erfassen zu können. So verwundert es nicht, wenn die praktische Theologie in ihren Analysen der modernen Medienreligion auf andere akademische Disziplinen wie zum Beispiel die Religionssoziologie zurückgreift.

Im Folgenden wird der Frage nach den Transformationen der christlichen Religion in der digitalen Mediengesellschaft im Rahmen einer systematischen Theologie der religiösen Kommunikation nachgegangen.⁹ Die christliche Religion, so der Vorschlag, ist als eine besondere Form der Kommunikation zu verstehen, die sich in der Kultur ausdifferenziert hat und sich selbst als Religion versteht und beschreibt. Sie besteht in der Weitergabe der religiösen Erinnerung an Jesus Christus. Diese ist stets an Medien gebunden, die in der christlichen Religion als Medienkörper Jesu Christi fungieren. Im digitalen Zeitalter treten elektronische Kommunikationstechniken, die sich zunehmend ausdifferenzieren und komplexer werden, neben klassische *media salutis* wie Schrift, Wort, Sakramente und Gottesdienst. Wenn es die Aufgabe der systematischen Theologie ist, die christliche Religion als ein an die religiöse Kommunikation gebundenes Geschehen aus der Sicht der sie Praktizierenden zu beschreiben, dann muss sie erklären können, wie die christliche Religion im digitalen Zeitalter funktioniert und als Religion in der Kultur weitergegeben wird. Hierzu reicht es weder aus, auf einen wie auch immer gegebenen Glauben noch auf eine Medienreligion zu rekurrieren. Einzusetzen ist mit den Mediendebatten in der protestantischen Theologie, auf die und deren Sicht auf die christliche Religi-

⁸ Vgl. I.U. Dalferth, „Was Gott ist, bestimme ich!“ Theologie im Zeitalter der „Cafeteria-Religion“, in: ThLZ 121 (1996), Sp. 415–430, hier Sp. 419: „Christlicher Glaube jedenfalls ist etwas anderes als religiöse Sinnbefriedigung in Selbstbedienungsmentalität, wenn anders das erste Gebot in seiner christologischen Konkretion für Christen Geltung behalten soll.“ Vgl. auch ders., Radikale Theologie, Leipzig ³2013, 13–21; W. Härle, Dogmatik, Berlin – New York ²2000, 49–80.

⁹ Vgl. hierzu C. Danz, Gottes Geist. Eine Pneumatologie, Tübingen 2019.

on sich die nachfolgenden Überlegungen ausschließlich beziehen. Im zweiten Abschnitt werden die systematischen Probleme des theologischen Mediendiskurses aufgenommen und im Rahmen einer Theologie der religiösen Kommunikation bearbeitet. Abschließend ist auf dieser Grundlage die Pneumatologie als dogmatische Medientheorie auszuarbeiten.

1. Zwischen Gottesdienst und Medienreligion, oder: theologische Mediendiskurse

Der Ort, an dem die protestantische Dogmatik ausführlich auf Medien zu sprechen kommt, ist die Pneumatologie. Hier treten vor allem die *media salutis* Wort Gottes und Sakramente in den Fokus.¹⁰ Ihnen obliegt in ihrer klassischen dogmatischen Fassung die Aufgabe, das Heil in Jesus Christus auf den Einzelnen zu übertragen. *Media salutis* fungieren gleichsam als Behälter, die das objektiv bereits vorliegende Heil in der Geschichte transportieren. Dieses altlutherische Medienverständnis, wie es in der Lehre von den Heilmitteln traktiert wurde, ist samt seiner tragenden Voraussetzung, nämlich einer fixen Kopplung von Sein und Sinn, in der Aufklärung aufgelöst worden.¹¹ Zwar bleibt auch dann noch bestehen, dass jegliche Weitergabe der Erinnerung an Jesus Christus an Medien gebunden ist, aber das erfolgt nun unter Inanspruchnahme von reflexivierten Medienverständnissen, die Sein und Sinn nicht mehr substantiell miteinander verbinden können. Medienreflexion ist somit zwar bereits ein Bestandteil der dogmatischen Lehrtradition des Protestantismus, aber diese ist bis in die jüngste Gegenwart an den klassischen Leitmedien Schrift, Wort und Sakramente orientiert.¹²

¹⁰ Zur klassischen altlutherischen Lehre von den *media salutis* vgl. H. Schmid, Die Dogmatik der evangelisch-lutherischen Kirche, dargestellt und aus den Quellen belegt, Gütersloh 1893, 366–460.

¹¹ Vgl. hierzu Jochen Hörischs Rekonstruktion der Medienentwicklung als einer Abfolge der drei Leitmedien Abendmahl, Geld und Neue Medien: J. Hörisch, Brot und Wein. Die Poesie des Abendmahls, Frankfurt/M. 2015; ders., Eine Geschichte der Medien. Vom Urknall zum Internet, Frankfurt/M. 2004.

¹² Exemplarisch hierfür ist die hermeneutische Wort-Gottes-Theologie in den 1960er und 1970er Jahren, die in ihren Konstruktionen eines ‚Wortgeschehens‘ und ‚Sprachereignisses‘ das Wort gegen andere Medien ausspielte. Vgl. G. Ebe-

Erst vor dem Hintergrund der technischen Medienentwicklungen des 20. Jahrhunderts und den durch sie ausgelösten medientheoretischen Debatten kam es seit den 1990er Jahren auch in der systematischen Theologie zu einer neuen Aufmerksamkeit auf Medien und medientheoretische Probleme. Entdeckt wurden nun der buch- und wortfixierte Protestantismus als Medienreligion und die Pneumatologie als theologische Medientheorie.¹³ Wie wird die Medienentwicklung in der gegenwärtigen Theologie und ihren Konstruktionen der christlichen Religion aufgenommen?

Ein signifikanter Aspekt der systematisch-theologischen Debatten über Medien, Mediengebundenheit und Medienpraxis der christlichen Religion besteht in deren Fokussierung auf den Gottesdienst und die leibliche Kopräsenz der Kommunikation.¹⁴ So wird zwar zugestanden, dass die christliche-religiöse Kommunikation *ab ovo* multimedial und im Laufe ihrer Geschichte offen für Medieninnovationen ist. Aber der Mediengebrauch habe sein Kriterium und seine Grenze in der leiblichen Kopräsenz des Gottesdienstes.¹⁵

ling, Gott und Wort, in: ders., Wort und Glaube, Bd. 2, Tübingen 1969, 396–432, hier 414: „Es ist Sache des Wortes, das Nichtvorhandene, Abwesende gegenwärtig sein zu lassen. Freilich, in gewisser Weise leistet dies auch ein Bild oder ein Symbol oder ein Erinnerungsstück oder eine Reliquie. Aber in all diesen Fällen besteht die Gefahr einer Täuschung, nämlich der Verwechslung mit unmittelbarer Gegenwart.“

¹³ Vgl. P. 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 (FS für Michael Welker), Leipzig 2017, 139–174; M. Moxter, Medien – Medienreligion – Theologie (s. Anm. 2), 487f.

¹⁴ Vgl. J. Zehner, Neue Medien als Thema der Systematischen Theologie. Eine Problemskizze, in: A.-K. Finke, ders. (Hg.), Zutrauen zur Theologie. Akademische Theologie und Erneuerung der Kirche (FS Christof Gestrinch), Berlin 2000, 121–133; I.U. Dalferth, Kirche in der Mediengesellschaft – Quo Vadis? Eine Anfrage, in: ThPr 20 (1985), 183–194.

¹⁵ Vgl. G. Thomas, Die Multimedialität religiöser Kommunikation. Theoretische Unterscheidungen, historische Präferenzen und theologische Fragen, in: I.U. Dalferth, P. Stoellger (Hg.), Hermeneutik der Religion, Tübingen 2007, 189–213, hier 210: „Die Stärke der Kommunikation des Evangeliums dürfte darin zu suchen sein, daß jegliche Medialisierung rückgebunden bleibt an die physische Präsenz der Interaktionsgemeinschaft.“ Vgl. auch M. Welker, Kirche und Abendmahl, in: Marburger Jahrbuch Theologie, Bd. VIII: Kirche, hg. v. W. Härle, R. Preul, Marburg 1996, 47–60, bes. 49; C. Schwöbel, „Wer sagt denn ihr, dass ich

Dieser, sowie die in seinem Zentrum stehende Predigt fungieren gleichsam als Ursprungsort der Glaubens.¹⁶ Zwar lasse sich die christlich-religiöse Kommunikation, da sie an das Medium der Sprache gebunden ist, von dem gottesdienstlichen Ursprung ablösen, aber die Konstitution des Glaubens selbst bleibt an die leibliche Kommunikation unter Anwesenden gebunden und kann nicht durch andere Medien ersetzt werden.¹⁷ Was zeichnet das Medium Gottesdienst gegenüber anderen Medien aus, dass er zum Kriterium des Mediengebrauchs in der christlichen Religion werden kann?

Zum ausgezeichneten Medium wird der Gottesdienst dann, wenn man ihn im Horizont des Verhältnisses von Christologie und Pneumatologie konstruiert. Ist Christus das körperliche Medium Gottes und der Gottesgeist sein durch diese Form bestimmtes Verbreitungsmedium, dann ist die im Geist Christi leiblich versammelte Gemeinde sein Medienkörper.¹⁸ Da Christus auf körperliche Weise das Medium Gottes ist, finden seine Medien an der physischen Kopräsenz ihre Grenze. Andernfalls werden sie doketistisch, also zu körperlosen Boten.¹⁹ So ist die christlich-religiöse Kommunikation stets medial, nicht jedes Medium ist jedoch geeignet, diese angemessen zu übertragen. Medien, so kann man auch argumentieren, sind dann als

sei?“ (Mt 16,15). Eine systematisch-theologische Skizze zur Lehre von der Person Christi, in: Marburger Jahrbuch Theologie, Bd. XXIII: Christologie, hg. v. E. Gräb-Schmidt, R. Preul, Leipzig 2011, 41–58, bes. 42–46.

¹⁶ Vgl. L. Ohly, Anwesenheit und Anerkennung. Eine Theologie des Heiligen Geistes, Göttingen 2015, 145: „Am Anfang des Glaubens steht eine Kommunikation unter anwesenden Personen. Weil sie körperlich gemeinsam anwesend sind, können sie auch die Sprache des Glaubens verstehen und mitvollziehen.“

¹⁷ Vgl. ebd., 146, Anm. 146: „Rundfunk- und Fernsehgottesdienste können deshalb den Gottesdienst nicht ersetzen.“

¹⁸ Vgl. G. Thomas, Die Multimedialität religiöser Kommunikation (s. Anm. 14), 211 f.: „Eine medientheoretische Rekonstruktion christologischer Sachverhalte dürfte an dieser Stelle auf den Konnex der Medialität Christi und der realen ‚Fleischwerdung‘ des Logos zu verweisen haben. Christus ist wohl einerseits Medium, aber eben zugleich Formbestimmung im Medium sinnenfälligen Lebens. Könnten die in Chalcedon festgehaltenen christologischen Bestimmungen heute so gelesen werden, daß das Christusmedium stets an Interaktion in leiblicher Kopräsenz rückgebunden sein muß?“ Vgl. auch M. Welker, Gottes Offenbarung. Christologie, Neukirchen-Vluyn 2012, 127–134.

¹⁹ Medientheorien, die sich an der Boten-Metapher orientieren, neigen dazu, wie bei den Engeln, den Körper zu marginalisieren. Vgl. S. Krämer, Medium, Bote, Übertragung. Kleine Metaphysik der Medialität, Frankfurt/M. 2008.

Medienkörper Christi geeignet, wenn sie in der Entstehung des Glaubens ihre Medialität vergessen machen und eine vermittelte Unmittelbarkeit erzeugen.²⁰ Im Gottesdienst, sofern er gelingt, also Glaube in der medialen Kommunikation entsteht, sei das der Fall. Glaube ist zwar an Medien gebunden, aber zugleich ist er immediat, ein unvertretbar unmittelbarer Vollzug. Was im Gottesdienst der leiblich versammelten Gemeinde geschieht, lässt sich nicht in die virtuellen Welten des Internets übertragen. In diese kann man zwar auch eintauchen, aber die so erzeugte Unmittelbarkeit kann das Medium nicht vergessen machen, von dem sie abhängig ist.²¹

Auszeichnungen des Gottesdienstes als Kriterium und Grenze des Mediengebrauchs bzw. als Ursprungsort des Glaubens folgen der protestantischen Lehrtradition, die den Gottesdienst und das Hören des Wortes in das Zentrum der Glaubenslebens rückte.²² Noch Friedrich Schleiermacher bindet die Entstehung der Religion im Einzelnen an die wechselseitige Mitteilung in der kopräsenten religiösen Kommunikation.²³ Ursprünglichkeit und Eigentlichkeit der religiösen Kommunikation, die nie immediat ist, ist an bestimmte Medien gebunden, nämlich die leibliche Anwesenheit der Kommunikanten. Im Hintergrund protestantisch-theologischer Medientheorien, die den Mediengebrauch am Gottesdienst bzw. der Kommunikation unter Anwesenden orientieren, steht das Interesse an der Besonderheit der christlichen Religion. Diese soll gleichsam medientheoretisch beschrieben und von anderen Kulturformen unterschieden werden. Allein, das erfolgt durch eine Begrenzung der Me-

²⁰ So L. Ohly, Anwesenheit und Anerkennung (s. Anm. 15), 152.

²¹ Vgl. ebd., 154: „Im Medium besteht der Reiz der Illusion von Unmittelbarkeit. [...] Das Medium ist die Unmittelbarkeit.“

²² Vgl. nur *Confessio Augustana* V, in: BKS L, Göttingen ⁹1982, 58: „Solchen Glauben zu erlangen hat Gott das Predigtamt eingesetzt, Evangelium und Sakramente gegeben, dadurch er als durch Mittel den heiligen Geist gibt, welcher den Glauben, wo und wenn er will, in denen, so das Evangelium hören, wirkt, welches da lehret, daß wir durch Christus Verdienst, nicht durch unser Verdienst, ein gnädig Gott haben, so wir solchs glauben.“

²³ Vgl. F. Schleiermacher, *Über die Religion. Reden an die Gebildeten unter ihren Verächtern*, hg. v. G. Meckenstock, Berlin – New York 1999, 136: „So organisiert sich gegenseitige Mittheilung, so ist Reden und Hören Jedem gleich unentbehrlich. Aber religiöse Mittheilung ist nicht in Büchern zu suchen [...]. Zuviel geht verloren von dem ursprünglichen Eindruck in diesem Medium“.

dienkörper Christi auf die leibliche Gemeinschaft, durch die die Mediennutzung in der christlichen Religion auf ein Modell religiöser Kommunikation vor den Medienrevolutionen der Moderne eingeführt wird.²⁴

Gegenüber derartigen Engführungen des Mediengebrauchs durch die protestantische systematische Theologie betonen praktische Theolog*innen die Transformationen der christlichen Religion unter den Bedingungen elektronischer Massenmedien und digitalisierter Kommunikation. Religion, auch die christliche, lasse sich in der modernen, pluralen Kultur nicht auf den Gottesdienst begrenzen. Schon die Formen der christlich-religiösen Kommunikation unterliegen einer hohen Transformationsdynamik, die sich längst von den dogmatischen und kirchlichen Beschreibungen der christlichen Religion und ihrer *media salutis* gelöst haben und gleichsam unsichtbar geworden sind.²⁵ Aber nicht nur die Formen, auch die Foren der religiösen Kommunikation differenzieren sich aus und werden komplexer.²⁶ Elektronische Massenmedien nehmen in der modernen Kultur und Gesellschaft die Funktion wahr, die ehemals die Religion in ihr erfüllte.²⁷ Sinnorientierungen und Sinndeutungen des Lebens bieten längst nicht mehr nur die christlichen Kirchen, sondern ebenso andersreligiöse und nichtreligiöse Akteure. Vermittelt werden die-

²⁴ Vgl. hierzu auch C. Grethlein, Kommunikation des Evangeliums in der digitalisierten Gesellschaft. Kirchentheoretische Überlegungen, in: ThLZ 140 (2015), Sp. 598–611, bes. Sp. 604.

²⁵ Vgl. T. Luckmann, Die unsichtbare Religion, Frankfurt/M. 1991; C. Taylor, A Secular Age, Cambridge – London 2007.

²⁶ Vgl. C. Grethlein, Kommunikation des Evangeliums in der digitalisierten Gesellschaft (s. Anm. 22), 604: „Die Digitalisierung der Gesellschaft stärkt [...] potenziell die Bedeutung der Einzelnen bzw. kleiner Gruppen als auch der Grenzen überschreitenden Kommunikationen. Denn im Internet kann sich grundsätzlich jeder und jede schnell weltweites Gehör verschaffen. Damit verlieren Institutionen und Großorganisationen an Bedeutung, die bislang den Zugang zur Öffentlichkeit dominierten und regulierten.“

²⁷ Vgl. W. Gräb, Massenmedien – Religion – Hermeneutik, in: I.U. Dalferth, P. Stoellger (Hg.), Hermeneutik der Religion, Tübingen 2007, 215–229, hier 221: Vor allem audiovisuelle Massenmedien „prägen den Kosmos der Gegenwartskultur. Ihre Bildwelten und großen Erzählungen haben – wie die theologische Medienforschung zeigen kann – wichtige Sinndeutungsfunktionen von der traditionellen Religionskultur übernommen“.

se durch Fernsehen, Film, Kunst, Literatur und zunehmend das World-Wide-Web und Social Media.

Indem elektronische Massenmedien Sinndeutungen produzieren und das Leben des Einzelnen orientieren, kann man freilich auch in ihnen eine Medienreligion sehen, die an die Stelle des ehemaligen Sinndeutungsmonopols der christlichen Kirchen tritt. Das setzt einen anthropologischen oder funktionalen Religionsbegriff voraus, der Religion als Sinndeutung der Erfahrung im Horizont des Unbedingten²⁸ oder als Selbsttranszendierung versteht.²⁹ Religion, die zur *conditio humana* gehört und eine eigene ‚Provinz im Gemüt‘ bildet, stellt dann eine innerliche anthropologische Konstante, die sich in wandelnden äußeren Formen darstellt und kommuniziert wird. Religiöse Erfahrungen und Sinndeutungen lösen sich von überlieferten christlichen Gestaltungen ab und treten in der modernen Kultur in den unterschiedlichsten Ausprägungen wie Bildwelten oder alternativen Lebensstilen und anderem mehr auf.³⁰ Um der ‚wirklichen‘ Religion ansichtig zu werden, nämlich der von den Menschen gelebten und praktizierten, muss sich die Theologie zur Religions- und Kulturhermeneutik erweitern und nach dieser impliziten Religion fahnden und sie wahrnehmen.³¹

²⁸ Vgl. U. Barth, Was ist Religion? Sinndeutung zwischen Erfahrung und Letztbegründung, in ders.: Religion in der Moderne, Tübingen 2003, 3–27; W. Gräb, Massenmedien – Religion – Hermeneutik (s. Anm. 25), 217; J. Lauster, Religion als Lebensdeutung. Theologische Hermeneutik heute, Darmstadt 2005, 9–30.

²⁹ Vgl. H. Joas, Die Macht des Heiligen. Eine Alternative zur Geschichte von der Entzauberung, Berlin 2017, 423–446; K. Merle, Religion in der Öffentlichkeit (s. Anm. 5), 184: „Als ‚transzendierungsoffene Kommunikation‘ soll eine solche Kommunikation aufgefasst werden, die mittels des Gebrauchs von Zeichen und Symbolen als eine solche erkennbar wird, in der der Eine eine Bereitschaft signalisiert, durch Kommunikation mit dem Anderen in einen kommunikativen Austausch involviert zu werden, der gegebenenfalls den eigenen Standpunkt beziehungsweise die eigene Perspektive auf etwas verändert.“

³⁰ Vgl. W. Gräb, Massenmedien – Religion – Hermeneutik (s. Anm. 25), 227: „Sofern es zu einer auf ein ideelles Sinn Ganzes ausgreifenden, intuitiv vollzogenen, somit immer auch leiblich spürbaren Sinnerfassung kommt, sei es im Kino, sei es im Konzert, sei es im Theater, sei es im Fußballstadion, sei es im Gottesdienst, liegt eine religiöse Erfahrung vor.“ Vgl. auch F. Wagner, Metamorphosen des modernen Protestantismus (s. Anm. 7), 167–241.

³¹ Vgl. A. Kubik, Theologische Kulturhermeneutik impliziter Religion. Ein praktisch-theologisches Paradigma der Spätmoderne, Berlin – Boston 2018.

Damit ist die Individualisierung und Pluralisierung der Religion, der Wandel ihrer Medien und deren Ausdifferenzierung in die Theologie und ihre Religionsbeschreibungen aufgenommen. Aber was ist das Religiöse an den Massenmedien? Zustande kommt es durch das Postulat einer allgemeinen anthropologischen Religiosität, einem Sinndeutungsbedürfnis, das sich in sehr unterschiedlichen Formen und Medien artikuliert. Allein, eine anthropologische Notwendigkeit der Religion ist ein unerweisliches Postulat. Es soll die Allgemeinheit der Religion sichern, führt jedoch dazu, nichtreligiöse Lebensdeutungen nicht mehr als solche anerkennen zu können. Zudem reduziert die Behauptung einer unbestimmten Transzendenz, die in den religiösen Erfahrungen, die in diverse kulturelle Kontexte eingebunden sind und unterschiedlich gedeutet werden, Religion auf eine monistische Weise. In allen Religionen geschieht dasselbe, lediglich die unwesentliche Oberfläche, also die symbolischen Formen, in denen Transzendenz Erfahrungen kommuniziert werden, differieren. Dadurch verflüssigt sich nicht nur der Religionsbegriff, auch die Besonderheit der christlichen Religion besteht dann nur noch in einer geschichtlichen Ausprägung eines Allgemeinen. Es reicht folglich weder aus, medial vermittelte Inhalte als Ausdruck einer zugrundeliegenden universalen anthropologischen Religion zu verstehen, noch mit einem Religionsverständnis zu operieren, das das Selbstverständnis der Akteur*innen und ihr Wissen, Religion zu praktizieren, nicht berücksichtigt.

So zeigt der Mediendiskurs der protestantischen Theologie ein ambivalentes Bild. Auf der einen Seite wird die notwendige Medialität der christlichen Religion in einer medientheoretischen Reformulierung der klassischen *media salutis* an die leibliche Kopräsenz der Kommunikanten im Gottesdienst gebunden und auf der anderen werden die elektronischen Massenmedien selbst zur Religion.

2. Religion und Medien in einer systematischen Theologie der religiösen Kommunikation

Im Mediendiskurs der protestantischen Theologie der letzten Jahre manifestiert sich vor allem auch eine Debatte über den Religionsbegriff und seine Fassung. Dass die christliche Religion und ihre Weitergabe an sich wandelnde Medien gebunden ist, steht bei allen

Beteiligten außer Frage. Rückbindungen der christlichen Medienpraxis an den Gottesdienst und die physische Präsenz der Gemeinde lassen sich als Versuch verstehen, die Besonderheit der christlichen Religion im Unterschied zu anderen Medienpraktiken zu bestimmen. Aber weder für ihr Funktionieren noch für ihre Besonderheit ist das Postulat einer leiblichen Kopräsenz der Kommunikanten notwendig. Freilich bedeutet das nicht, dass alle Medien schon Religion sind oder eine religiöse Funktion innehaben. Auf die Plausibilisierung dieser These durch die Behauptung einer anthropologischen Notwendigkeit der Religion ist in der Theologie ebenso zu verzichten wie auf einen universalen Religionsbegriff, der Medien als Religion versteht. Medientheoretisch gwendet heißt das: Ohne Medien gibt es keine Religion, aber Medien sind nicht selbst Religion.

Im Folgenden wird deshalb vorgeschlagen, auf einen universalen anthropologischen Religionsbegriff zu verzichten und ihn auf das Christentum zu beschränken.³² Mit ihrem Religionsbegriff, den die systematische Theologie ausarbeitet, klärt sie das Christentum als Religion. Theologie ist nicht selbst Religion. Sie ist Wissenschaft von der christlichen Religion. Ebenso wenig wie sie ein Ausfluss der Religion oder des Glaubens in die Wissenschaft ist, ist sie eine Verdopplung oder bloße Deskription der christlichen Religion. Vielmehr bezieht sich die systematische Theologie auf die christliche Religion, die sie aus der Selbstsicht der sie Praktizierenden in sich selbst konstruiert. Nur so kann sie als Wissenschaft von ihrem Gegenstand wissen. Sie thematisiert die christliche Religion vor dem Hintergrund der Unterscheidung von Theologie und Religion. Indem sie, die systematische Theologie, ihre eigene Konstruktionsleistung durchsichtig macht, braucht sie weder ihr eigenes Konstrukt als eigentliche Religion oder Glauben zu postulieren noch von einer vermeintlich wirklichen Religion oder einem gegebenen Glauben

³² Was natürlich nicht heißen soll, dass nun alle anderen nichtchristlichen Religionen keine Religionen mehr sind. Religion, allein darum geht es, wird in den verschiedenen Religionen selbst schon sehr unterschiedlich verstanden. Somit ist, so der Vorschlag, von einer Pluralität der Religionsverständnisse auszugehen und diese sind nicht, wie zumeist üblich, monistisch zu reduzieren. Vgl. hierzu C. Danz, *Jesus von Nazareth zwischen Judentum und Christentum. Eine christologische und religionstheologische Skizze*, Tübingen 2020; ders., *Religious Diversity and the Concept of Religion. Theology and Religious Pluralism*, in: *NZStH* 62 (2020), 101–113.

auszugehen.³³ Was systematische Theologie voraussetzt, ist weder Gott noch ein bestimmter Glaube, sondern dass es die christliche Religion als eine in der Kultur ausdifferenzierte und erkennbare Form der Kommunikation gibt.

Die christliche Religion ist das, was sie ist, allein in ihrem Bezug auf Jesus Christus, so dass sie in der Weitergabe der religiösen Erinnerung an ihn besteht. Erinnerung und Gedächtnis, auch das religiöse an Christus, sind an Medien gebunden. Ohne Medien ist es nicht möglich die christliche Religion zu praktizieren. Aber als Religion entsteht die mediale Erinnerung an Jesus Christus weder durch bestimmte Transzendenzerfahrungen oder durch religiöse Gegenstände, die irgendwie außerhalb der Kommunikation gegeben sind, noch durch ein religiöses Subjekt. Sie, die christliche Religion, konstituiert sich allein in der religiösen Kommunikation als einem selbstbezüglichen und um sich wissenden Geschehen.³⁴ Der religiöse Sinn der Kommunikation kommt also nicht durch einen Bezug auf etwas zustande, was außerhalb der Kommunikation als Voraussetzung der Religion fungiert. Und ebenso wenig entsteht Religion durch eine Aktualisierung oder Erregung einer dem Subjekt bereits mitgegebenen religiösen Potenz. Beide klassischen Ausgangspunkte der Religionstheorie werden hier ersetzt durch die religiöse Kommunikation, in der sich die christliche Religion erst herstellt.

Für die christliche Religion als Kommunikation ist eine triadische Struktur konstitutiv. Sie ist erstens abhängig von überlieferten religiösen Erinnerungen an Jesus Christus, diese muss zweitens von Einzelnen als Religion angeeignet und drittens von ihnen zur symbolischen Selbstdarstellung gebraucht werden.³⁵ Abhängigkeit, verstehende Aneignung und symbolische Repräsentation bilden Strukturelemente, aus deren Wechselverhältnis die christliche Religion entsteht. Dazu muss es in der Kultur christlich-religiöse Kommunikation als eine ausdifferenzierte Form bereits geben. Religion setzt sich selbst voraus,

³³ Vgl. M. Laube, Die Beobachtung ‚gelebter Religion‘ – Überlegungen zu einer theologischen Kategorie in systemtheoretischer Sicht, in: A. Grözinger, G. Pfeleiderer (Hg.), „Gelebte Religion“ als Programmbegriff Systematischer und Praktischer Theologie, Zürich 2002, 161–189, bes. 188.

³⁴ Vgl. F. Wittekind, Theologie religiöser Rede. Ein systematischer Grundriss, Tübingen 2018, 29–55.

³⁵ Vgl. hierzu C. Danz, Gottes Geist (s. Anm. 9), 124–130.

wobei diese Selbstvoraussetzung weder als ein gegebenes religiöses Objekt noch als eine religiöse Anlage im Menschen zu verstehen ist. Es ist die in der Kultur medial tradierte Überlieferung von Jesus Christus, die auch diesen beiden Begründungsformen zugrunde liegt, die für die christliche Religion notwendig ist. Um erkennbar zu sein, muss die christlich-religiöse Kommunikation inhaltlich bestimmt sein. Deshalb ist sie an die Bibel und deren religiöses Verstehen in der Kirche gebunden. Aber die Überlieferungen sowie die Medien, an die sie gebunden ist, sind noch nicht Religion, sondern Hinweis auf sie. Zur Religion wird die Erinnerung an Jesus Christus erst in ihrer verstehenden Aneignung und dem Gebrauch durch Einzelne. Aneignung und Gebrauch bilden jedoch keinen Bestandteil der Überlieferung. Sie sind eigene Strukturelemente der Religion, die sich aus der in der Kultur übermittelten christlich-religiösen Kommunikation nicht ableiten lassen. Dass jemand die Erinnerung an Christus als Religion aneignet und versteht, ist unableitbar und setzt mithin ein Diskontinuitätsmoment voraus. Denn die christlich-religiöse Kommunikation kann jederzeit auch nichtreligiös verstanden, aufgenommen und benutzt werden.³⁶ Damit sie Religion ist, muss sie von den Einzelnen auch als solche verstanden werden. Aneignendes Verstehen meint kein eigentliches oder authentisches Verstehen der christlich-religiösen Kommunikation. Um Religion zu sein, muss Kommunikation religiös verstanden werden. Religiöses Verstehen heißt, zwischen Mitteilung und Information zu unterscheiden, nämlich die mitgeteilten Inhalte als Ausdruck religiösen Sinnes zu verstehen.³⁷ Aber erst indem

³⁶ Dieses Diskontinuitätsmoment in der Entstehung der christlichen Religion, welches von keiner Kontinuität übergriffen ist, ist konstitutiv für diese. Erst durch Diskontinuität kommt eine Kontinuität der christlichen Religion zustande. In der Christologie ist dieses Diskontinuitätsmoment in der Lehre vom priesterlichen Amt Jesu Christi, welches auf das prophetische bezogen ist, zu entfalten. Vgl. Danz, *Gottes Geist*, 165–169. In eine ähnliche Richtung zielt Philipp Stoellgers Versuch, die Pneumatologie als Medientheorie im Ausgang von dem als „Riss“ verstandenen Tod Jesu zu denken. Vgl. P. Stoellger, *Die Medialität des Geistes* (s. Anm. 12), 141. 143.

³⁷ Auf diesen unableitbaren Übergang von der kulturellen zur religiösen Kommunikation zielen die Vorschläge, die physische Kopräsenz der Kommunikanten im Gottesdienst als Konstitutionsort der Sprache des Glaubens auszuzeichnen. Das dabei mitgeführte Eigentlichkeitsmoment sowie der Rekurs auf Unmittelbarkeit, um den christlichen Mediengebrauch von anderen Medien abzugrenzen, ist indes ein nur wenig plausibles Postulat.

die aufgenommene und als Religion verstandene Erinnerung an Jesus Christus von den Einzelnen zur religiösen Kommunikation benutzt und symbolisch repräsentiert wird, die Kommunikation also gelingt, konstituiert sich die christliche Religion. Und nur wenn sie kommuniziert und dargestellt wird, ist sie in der Kultur als christliche Religion sichtbar. Eine implizite oder unsichtbare Religion kann es somit gar nicht geben. Sie wäre auch nicht zu erkennen

Als Religion entsteht die Erinnerung an Jesus Christus aus dem Wechselverhältnis der drei Strukturelemente Abhängigkeit von christlich-religiöser Kommunikation, verstehender Aneignung und symbolischer Darstellung. Sie lässt sich nicht auf eines der drei Elemente zurückführen, also weder auf einen religiösen Inhalt noch auf ein religiöses Subjekt. Beides entspringt zusammen mit der Religion in dem Wechselverhältnis von Abhängigkeit, Verstehen und Artikulation. Somit konstituiert sich die christliche Religion allein im unableitbaren Gelingen der Kommunikation. Das bezeichnet der Glaubensbegriff. Glaube ist die symbolproduktive Wirklichkeit der christlichen Religion.³⁸ Indem die christliche Religion an den verstehenden Gebrauch der medial angeeigneten Erinnerung an Jesus Christus gebunden ist, ist bereits in der religionstheoretischen Grundlegung die Vorstellung einer unbewussten oder impliziten Religion ausgeschieden. Ein anonymes Christentum außerhalb der christlich-religiösen Kommunikation ist somit ein haltloses Universalisierungspostulat.³⁹ Zur christlichen Religion gehört das Wissen, Religion zu praktizieren und nicht etwas anderes. Es muss von der systematischen Theologie als Bestandteil der Religion verstanden werden, wenn sie die Sicht der diese Praktizierenden beschreibt.⁴⁰

Aus der Bindung der christlichen Religion an die Kommunikation, in der sich diese erst herstellt, ergibt sich noch eine weitere wichtige religionstheoretische Konsequenz. Religion kann nicht schon an den

³⁸ Auf die vor allem in Weiterführung der Wort-Gottes-Theologie übliche Entgegensetzung von Religion und Glaube wird hier verzichtet. Aufgenommen ist jedoch die von der Theologie der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts geltend gemachte Religionskritik im Sinne einer Kritik an vermögenstheoretischen Grundlagen des Religionsbegriffs.

³⁹ Vgl. K. Rahner, Die anonymen Christen, in: ders., Schriften zur Theologie, Bd. 6, Einsiedeln – Zürich – Köln 1965, 545–554.

⁴⁰ Andernfalls wären es stets Theolog*innen oder Religionstheoretiker*innen, die Religion zuschreiben, wo sie von den Akteuren*innen gar nicht intendiert ist.

kommunizierten Inhalten erkannt werden. Zwar muss die christlich-religiöse Kommunikation eine inhaltlich bestimmte sein, da sie sonst nicht zu identifizieren wäre. Aber ihr Vorliegen als Religion hängt nicht an den Inhalten als solchen, sondern an dem religiösen Gebrauch, der von den Inhalten gemacht wird. Überlieferte religiöse Inhalte können jederzeit in einem historischen, ästhetischen, politischen etc. Sinne in der Kommunikation verwendet werden. Ebenso ist es freilich auch stets möglich, neue kulturelle Inhalte in die religiöse Kommunikation einzubeziehen. Inhaltlich unterscheiden sich kommunizierte religiöse Gehalte gerade nicht von nichtreligiösen. Es ist allein der Gebrauch, der von ihnen gemacht wird, der darüber entscheidet, ob eine Kommunikation religiös ist oder nicht.

Religiöse Inhalte sind indes nicht nur Ausdruck der durch sie gemeinten christlichen Religion. Sie haben zugleich eine Funktion für diese. In und mit ihren Inhalten stellt sich das Christentum nicht nur selbst als Religion dar, es repräsentiert mit ihnen zugleich, wie es als Religion funktioniert und in der Geschichte weitergegeben wird. Religiöse Inhalte sind Ausdruck und Reflexion der christlichen Religion in ihr selbst. Sie verdeutlichen diese als ein in Kommunikation eingebundenes und in sich strukturiertes Geschehen. Das strukturierte Kommunikationsgeschehen, in und durch das christliche Religion entsteht, symbolisiert in ihr Gott, Christus und der Heilige Geist, mit denen sie, die christliche Religion, ihre Abhängigkeit von einer bestimmten Überlieferung, die Notwendigkeit ihrer verstehenden Aneignung und Artikulation in ihr darstellt. Im trinitarischen Gottesgedanken – und nicht in einer unbestimmten Transzendenz hinter den Zeichen – beschreibt die christliche Religion sich selbst und mit ihm sich als ein um-sich-wissendes und auf sich bezogenes strukturiertes Kommunikationsgeschehen. Was bedeutet das für den Mediengebrauch in der christlichen Religion?

3. Der Heilige Geist als Medium und seine Medien

Christlich-religiöse Kommunikation ist ohne Medien nicht möglich. Indem sie in der religiösen Erinnerung an Jesus Christus und deren Weitergabe besteht, ist sie an ihn und seine Medienkörper gebunden. Thematisch wird die Verkörperung der religiösen *Memoria* an Christus in der Pneumatologie. Bereits in den Medientheorien der

überlieferten Dogmatik werden in den Schrift- sowie Sakramentslehren ausgiebig die Medienleiber diskutiert, in denen sich die Weitergabe Jesu Christi in der Geschichte verkörpert. Da es in ihr um die Aneignung des Heils in Jesus Christus geht, ist die dogmatische Lehre vom Heiligen Geist *ab ovo* Medientheorie. Aber Pneumatologie ist nicht nur theologische Medienreflexion.⁴¹ Sie ist zugleich Darstellung der Medienpraxis der christlichen Religion in ihr selbst. Mit dem Heiligen Geist symbolisiert die christliche Religion, wie sie als eine an Medien gebundene Kommunikation funktioniert. Ihre Realisierung in der Geschichte, also die Überführung der Erinnerung an Jesus Christus in die Praxis religiöser Kommunikation, ist ein Bestandteil der christlichen Religion. Mit ihren Medien stellt diese dar, wie sich in ihr mit Bezug auf Jesus Christus religiöser Sinn in der Kommunikation herstellt.⁴² Aber der Heilige Geist als *Memoria* an Christus ist nicht nur von Medien abhängig, er ist selbst ein Medium. Christlich-religiöse Kommunikation erfolgt im Heiligen Geist, die sich ausschließlich durch Medien in der Kultur verwirklichen und sichtbar werden kann.

Ebenso wie die christliche Religion so entstehen auch ihre Medien erst als ein in Kommunikation eingebundenes und strukturiertes Geschehen. Religiöse Medien sind keine Voraussetzungen, die bereits gegeben sind und aus denen die christlich-religiöse Kommunikation abgeleitet werden könnte. Sie entspringen vielmehr in der Religion durch den religiösen Gebrauch, der von ihnen gemacht wird. Wie Medien etwas sehen lassen, das sie nicht selbst sind,⁴³ so repräsentieren christlich-religiöse Medien Jesus Christus. Sie sind seine Medienkörper. Das setzt die christliche Religion bereits voraus. Die Erinnerung an Jesus Christus ist wie ihre Weitergabe an materielle Träger gebunden. Ohne Speicher- und Kommunikationsmedien, angefangen von dem sozialen Gedächtnis an den erinnerten Jesus über Schrift und Sakramente bis hin zu Bildern, Filmen, Musik

⁴¹ Vgl. M. Moxter, Medien – Medienreligion – Theologie (s. Anm. 2), 487; P. Stollger, Die Medialität des Geistes (s. Anm. 12), 144.

⁴² Vgl. F. Wittekind, Theologie religiöser Kommunikation (s. Anm. 32), 163–186.

⁴³ Vgl. hierzu F. Heider, Ding und Medium, hg. v. D. Baecker, Berlin 2005; N. Luhmann, Einführung in die Systemtheorie, hg. v. D. Baecker, Darmstadt 2004, 225–233; S. Günzel, Raum | Bild. Zur Logik des Medialen, Berlin 2012. Zum Medienbegriff vgl. auch C. Danz, Gottes Geist (s. Anm. 9), 259–268.

und vielem anderen mehr, würde die christliche Religion weder existieren noch könnte sie in der Kultur fortgesetzt werden. Aber diese Medien, auf die jedes Gedächtnis und jede Kommunikation angewiesen ist, sind selbst nicht schon Religion. Erst wenn die multimedial in der Kultur weitergegebenen materialisierten Erinnerungen an Jesus Christus von den Einzelnen als Religion verstehend angeeignet und gebraucht werden, werden Medien zu Medienkörpern Christi. Indem diese in der christlichen Religion entstehen, konstituiert sich zugleich der Heilige Geist als Medium christlich-religiöser Kommunikation. Für die Medienkörper Christi ist eine triadische Struktur konstitutiv: die religiöse Kommunikation erzeugt eine Form, durch die sich ein Medium konstituiert, das ihre Voraussetzung ist.⁴⁴ Der Gottesgeist ist selbst nicht sichtbar, aber er lässt Christus sichtbar werden in den Medien, die ihn als seine Leiber repräsentieren. Auch die Kontinuität der christlichen Religion, also der Heilige Geist als Erinnerung an Jesus Christus, ist an die christlich-religiöse Kommunikation gebunden. Nur in ihr und ihrer Reproduktion entspringt der Heilige Geist als Medium, der als Voraussetzung von ihr fungiert.⁴⁵

Seine Bestimmtheit erhält der Heilige Geist nicht durch besondere Medien, an die er gebunden ist. Er ist freilich auch nicht unbestimmt. In der christlichen Religion, die sich im Geist selbst darstellt, muss er christologisch bestimmt sein. Wie der Geist in ihr nur der Geist Christi sein kann, so sind die Medien Christi Medienkörper.⁴⁶ Das war bereits die Intention der theologischen Lehrtradition, die die *media salutis* an ihre Einsetzung durch Christus zurück-

⁴⁴ Vgl. Günzel, Raum | Bild (s. Anm. 43), 27.

⁴⁵ Die Differenz von Form und Medium wird – mit Niklas Luhmann formuliert – in der christlichen Religion medial benutzt. Vgl. N. Luhmann, Kunst als Medium zweiter Ordnung, in: G. Helmes, W. Köster (Hg.), Texte zur Medientheorie, Stuttgart 2015, 298–303, hier 303: „Als Kommunikation funktioniert Musik nur für diejenigen, die diese Differenz von Medium und Form nachvollziehen und sich über sie verständigen können; nur für die, die den entkoppelten Raum mithören können, in dem die Musik spielt; [...] Die Kunst etabliert [...] eigene Inklusionsregeln, denen die Differenz von Medium und Form als Medium dient.“ Mit der Kunst teilt die christliche Religion lediglich die Struktur, die Differenz von Medium und Form als Medium zu gebrauchen, aber Kunst ist nicht selbst Religion.

⁴⁶ Ein universales, den Einzelnen selbst unbewusstes Wirken des Gottesgeistes, wird hier zurückgewiesen und durch eine soteriologisch-christologische Fassung

band. Als historische Begründung scheidet freilich eine Stiftung der Medien durch ihn aus. Ebenso wenig lässt sich eine Beschränkung der Medienkörper Christi auf die *media salutis* Wort und Sakrament weiterführen. Gleichwohl müssen Medium und Medien, der Geist als Erinnerung an Christus und deren *media*, auf die Christologie bezogen sein. Religiöser Sinn wird im Mediengebrauch der christlichen Religion mit Bezug auf Jesus Christus hergestellt. Er ist sowohl ihr Ursprung als auch der seiner vielfältigen Medienkörper. Aber das ist er lediglich in und für die christliche Religion. Ebenso wie den Heiligen Geist gibt es Christus als Ursprung der christlichen Religion allein in ihr und für sie. Indem sich die religiöse Kommunikation auf Jesus Christus bezieht, konstituiert er sich als ihr Ursprung und ihre Voraussetzung. Er ist aber nicht nur Ursprung der christlichen Religion in und für sie. Er ist in ihr zugleich Bild der christlichen Religion von ihr selbst und ihres durchsichtigen Mediengebrauchs. Im Christusbild des Glaubens repräsentiert die christliche Religion ihr Gelingen als religiöse Kommunikation in dem triadischen Wechselverhältnis von verstehender Aneignung und Darstellung vorgegebener Religion.⁴⁷ Christus ist nicht nur ein religiöser Inhalt, er ist vielmehr eine Beschreibung, wie medial vermittelte Inhalte in der Religion zu gebrauchen sind.

Mit dem Heiligen Geist repräsentiert die christliche Religion sich selbst als eine an Medien gebundene Form der Kommunikation, die einerseits an die religiöse Erinnerung an Jesus gebunden ist und andererseits einer permanenten Neubeschreibung unterliegt. Um fortgesetzt werden zu können, muss die christlich-religiöse Kommunikation von Einzelnen als Religion angeeignet werden, aber jede verstehende Aufnahme ist eine individuelle schöpferische Neugestaltung. Schon Erinnerung ist eine gegenwartsbezogene Konstruktion, die Vergangenes weder einfach abbildet noch wiederholt.⁴⁸ Gedächtnis und Memory sind soziale Konstruktionen, die immer auch dem

des Geistes ersetzt. Vgl. C. Danz, Gottes Geist (s. Anm. 9), 195–203. Vgl. hierzu auch P. Stoellger, Die Medialität des Geistes (s. Anm. 12), 152–156.

⁴⁷ Entsprechend ist die Christologie am Leitfaden der Ämterlehre zu entfalten. Vgl. C. Danz, Jesus von Nazareth zwischen Judentum und Christentum (s. Anm. 30), 214–226.

⁴⁸ Vgl. hierzu H. Welzer, Das kommunikative Gedächtnis. Eine Theorie der Erinnerung, München ⁴2017; J. Assmann, Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in den frühen Hochkulturen, München ⁷2013.

unterliegen, was in einer Kultur plausibel ist und was nicht. So übermittelt der Heilige Geist nicht nur die religiöse Erinnerung an Jesus Christus, er schafft sie auch und formt sie ständig neu.⁴⁹ Ihr liegt kein fixiertes Substrat zugrunde, das durch den Heiligen Geist gleichsam wie in einem Behälter durch die Geschichte transportiert wird und in diesem Prozess lediglich die äußere Schale ändert. Erinnerung an Jesus Christus gibt es nur als eine Selbstbeschreibung und Selbstdarstellung, die einem permanenten Wandel unterliegt, der daran gebunden ist, was einer Zeit und Kultur als plausibler Ausdruck von ihr erscheint. Ebenso wie die christlich-religiöse Kommunikation ständig neue Inhalte in diese einbezieht, so gebraucht sie hierzu die Medien, die eine Kultur zur Verfügung stellt. In dem Bild, das die christliche Religion von sich selbst herstellt, muss sie jedoch als solche erkennbar bleiben. Deshalb ist sie auf die neutestamentliche Geschichte Jesu und die Bibel bezogen, die als ihr kulturelles Gedächtnis fungiert. Aber als Religion hängt sie weder am Medium Schrift noch an ihren inhaltlichen Narrativen der Geschichte Jesu. Religiöser Sinn entsteht allein durch den religiösen Gebrauch, den Menschen von den medial vermittelten Inhalten machen.

Jesus als den Christus und seine Medienkörper gibt es nur in und für die christliche Religion, mit der sie zugleich entstehen. Kriterium ihres Mediengebrauchs kann weder ein bestimmtes Medium wie Wort, Schrift oder Sakramente noch eine leibliche Kopräsenz der Kommunikanten sein. Christlich ist ein Mediengebrauch allein dadurch, dass er religiösen Sinn mit Bezug auf Jesus Christus herstellt. Aber genau das ist mit allen Medien möglich.

⁴⁹ Das lässt sich bereits an der Entstehung der christlichen Religion zeigen. Eine Struktur gewinnt das zunächst mündlich weitergegebene kommunikative Gedächtnis an den erinnerten Jesus erst durch die Konstruktion eines sozialen Gedächtnisses in Form der Evangelienliteratur, die eine Erinnerung an Christus schaffen. Vgl. hierzu C. Danz, *Jesus von Nazareth zwischen Judentum und Christentum* (s. Anm. 30), 134–143. 187–197.