

Einführung

Zumindest für die heidnische Antike gilt, dass im Heiligtum die Verbindung von Gottheiten und Menschen in besonderer Weise medial vermittelt wird und in Kult und Ritual für die Kultteilnehmer erfahrbar sein soll. Ein individuelles Gotteserlebnis als Eremit oder in völliger Einsamkeit bleibt die Ausnahme. Dass ein Heiligtum anders als in bestimmten Situationen eine heutige Kirche ohne Kommunikation nicht sinnvoll vorstellbar ist, dürfte daher eine allgemein zu akzeptierende Aussage sein. Es ist vielleicht nicht einmal zu weit gegriffen, die Bedeutung eines Heiligtums in eine enge Relation zu den dort präsentierten und repräsentierten Kommunikationsleistungen zu stellen. Dabei sind eine Vielzahl von Kommunikationsmitteln, -konstellationen und -situationen denkbar und in Grad und Modus in je unterschiedlicher Weise bedeutsam. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit können vier Bereiche der Kommunikation *an* und *in* Heiligtümern unterschieden werden. Es gibt den Bereich der direkten sprachlichen Kommunikation in Gebeten, Ritualen, Orakeln, aber auch in der Kommunikation unter den Kultteilnehmern resp. dem Kultpersonal. Daneben gibt es die dokumentierte sprachlich-textliche Kommunikation des Tempelbetriebes, sei es im Kultgeschehen, etwa in Opferlisten, Tarifen oder Texten und Archiven. Als dritter Bereich ist die medial vermittelte Kommunikation in Kulthandlungen zu unterscheiden, etwa in Prozessionen, in einer instrumentellen Mantik, einem konsumptiven Opfer oder einer Votiv- oder Weihgabe. Schließlich ist ein Bereich der symbolischen repräsentativen Kommunikation zu nennen, der wesentlich zur medialen Präsenz eines Heiligtums beiträgt. Hier sind Architektur, Ausstattung, Kultbilder, Inschriften, Ornamentik, Kultgeräte, Musik und vieles andere mehr zu nennen. Nimmt man noch den Bereich der Kommunikation *über* Heiligtümer in Texten, Architekturmodellen oder bildlichen Darstellungen hinzu, liegt es nahe, den zunächst nicht spezifizierten Kommunikationsbegriff als Rahmenkonzept für die Beschäftigung mit Heiligtümern näher in den Blick zu nehmen. Legt man zudem nicht die Unterscheidung von technischen und nicht-technischen Kommunikationsmitteln für einen Medienbegriff zugrunde, versteht man „Medi-

um“ also einfach zunächst als Träger oder Mittler einer Kommunikationsleistung, dann steht der Versuch an, Heiligtümer in eine Mediengeschichte für die Antike einzubeziehen.

Trotz einer allgegenwärtigen Präsenz von Medien und der Konjunktur von Medientheorien, fehlen bisher auf die Altertumswissenschaften zugeschnittene medientheoretische Studien ebenso wie umfassende Beschreibungen des Medienhaushaltes der Antike. Erste Ansätze sind am Kölner Zentrum für die antiken Kulturen des Mittelmeerraumes mit Auseinandersetzungen über den Medienbegriff und verschiedene Medientheorien gegeben. Nun ist gleich zuzugestehen, dass auch dem vorliegenden Band kein einheitlicher Medienbegriff zugrunde liegt. Die Beschäftigung mit den verschiedenen Kommunikationsleistungen an Heiligtümern steht jedoch im Kontext eines breiteren Nachdenkens zum Medienbegriff und dessen Anwendbarkeit auf Kommunikationszusammenhänge der Antike, die in inzwischen drei Bänden dokumentiert sind.¹ In diesen Vorarbeiten wurde deutlich, dass der Medienbegriff, begrenzt man ihn nicht auf die technisch-apparativen oder materialen Aspekte der Informationübertragung, sondern bezieht man ihn umfassend auf die antiken Symbolsysteme und deren Kommunikation, durchaus im Sinne eines geforderten „Mehrwerts“ Aspekte der antiken Kulturen, ihrer Repräsentanz und Permanenz genauer zu beschreiben vermag, also nicht bloß einen Modernismus darstellt.

Nachdem sich die Gruppe am Lehr- und Forschungszentrum für die antiken Kulturen des Mittelmeerraumes in den vergangenen Jahren in ihrer Beschäftigung zunächst mit Eliten und ihrer Repräsentation auseinandergesetzt und sich dann auf die Beschreibung des Medienhaushaltes der „Alltagskultur(en)“ in der Antike konzentriert hatte, sollte nun der Zusammenhang von Kult und Medialität bzw. die unterschiedlichen Kommunikationsleistungen an, in und über Heiligtümern in den Vordergrund rücken. Die Ringvorlesung, aus deren Beiträgen

¹ H. VON HESBERG (Hg.), *Medien in der Antike. Kommunikative Qualität und normative Wirkung* (Schriften des Lehr- und Forschungszentrums für die antiken Kulturen des Mittelmeerraumes – ZAKMIRA 1), Köln 2003; C. FREVEL (Hg.), *Medien im antiken Palästina: materielle Kommunikation und Medialität als Thema der Palästinaarchäologie* (FAT 2/10), Tübingen 2005; D. BOSCHUNG – W. ECK (Hg.), *Die Tetrarchie* (Schriften des Lehr- und Forschungszentrums für die antiken Kulturen des Mittelmeerraumes – ZAKMIRA 3), Köln 2006.

der erste Teil des vorliegenden Bandes bestritten wird, sollte weiter nach der Leistungsfähigkeit des Medienbegriffs für die Altertumswissenschaften fragen. Ausgangspunkt der Vorträge sollte eine an einem Heiligtum angebundene oder mit einem Heiligtum und seinem Kult verbundene Kommunikationsleistung sein. Die Gesamtheit aller verbal, symbolisch, ikonisch, epigraphisch oder materiell vermittelten Kommunikation wurde dabei als „Medienhaushalt“ gefasst, deren je verschiedener Charakter der Heiligtümer und ihrer Kulte bestimmt.

Einschränkend ist festzuhalten, dass es bei der Ringvorlesung darum ging, die eigene Position der in dem Zentrum der Altertumswissenschaften an der Universität zu Köln vereinten Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen zu klären. Aus dieser Situation ergaben sich viele Lücken und es handelt sich um alles andere als eine systematische Darstellung zum Thema. Vielmehr wurde versucht, zunächst den möglichen Beitrag der unterschiedlichen Disziplinen zu einer derartigen Fragestellung anzudeuten.

Einführend fragt JOSÉ LUIS GARCÍA-RAMON aus sprachgeschichtlicher Perspektive nach der in dem Begriff „Heiligtum“ und „Tempel“ eingebundenen Kommunikationsleistung. Er stellt heraus, dass mit dem Begriff sowohl ein heiliger, für die Gottheit abgesonderter, als auch ein für die Kommunikation zwischen Gott und Mensch ausgegliederter Raum bezeichnet wird. Neben die repräsentierende tritt schon in der Bezeichnung selbst die kommunikative Funktion.

KATJA SPORN nimmt die Kommunikationsleistungen einer besonderen Heiligtumsgattung in den Blick. Sie untersucht die für Griechenland im ländlichen Raum weit verbreitete kultische Nutzung von Höhlen und Felsunterständen und stellt damit die Bedeutung eines durch die Natur gegebenen Kultraums für die mediale Vermittlung des Heiligen besonders heraus. In den zum Teil überregional bedeutsamen Höhlen bzw. bevorzugt ihren Eingangsbereichen wird die Gottheit nicht durch aufwändige Architektur und nur selten durch Kultbilder repräsentiert, sondern durch den Naturraum als solchen. In der Aufstellung von Votiven ergibt sich in der Untersuchung der Höhlenheiligtümer zugleich ein Schnittbereich zu dem zweiten Teil des vorliegenden Bandes.

Welche Rolle dem Kultbild im Medienhaushalt der antiken Heiligtümer zukam, untersucht der Beitrag von DIETRICH BOSCHUNG. Die fehlende archäologische Evidenz für diese Denkmalgattung aus den Heiligtümern Griechenlands

macht es notwendig, auf die sekundären Quellen zurückzugreifen, um deren Kommunikationsleistung zu beschreiben. Das subtile Spiel von Differenz und Identität der bezeichneten Gottheit mit ihrem Bild kommt dabei besonders deutlich zum Tragen. Die eigentliche Kommunikationsleistung ist dabei wesentlich auch von deren Inszenierung im Kontext des Kultes abhängig.

Auf einen weiten Bereich textgebundener Kommunikation an Heiligtümern konzentriert sich der Blick auf antike Heilungsberichte. BERND MANUWALD untersucht die Iamata, die Heilungsberichte aus dem bedeutendsten Asklepios-Heiligtum in Epidauros, als Dokumente eines religiösen Kommunikationssystems. Auf dem Hintergrund der rekonstruierbaren Fakten zu den rituellen Heilungsverfahren werden die repräsentativ aufgestellten Stelen mit den Heilungsberichten als Dankvotive und zugleich Teil einer systematischen Werbe- und Informationspolitik behandelt. Den Besuchern des Heiligtums wurde ein beeindruckendes Ensemble von Inschriften präsentiert, um die heilende Kraft des Gottes werbend gegen jeden Zweifel zu unterstreichen.

Auf die werbende mediale Präsenz konzentriert sich auch der folgende Beitrag von WOLFGANG THIEL, der die Hellenisierungspolitik der Seleukiden, insbesondere Antiochos' IV. Epiphanes in den Blick nimmt. Ausgehend vom Befund in Beth-Schean/Skythopolis und dem Beispiel des Zeus Olympios Kultes versteht THIEL die Verbindung von einheimischen und hellenistischen Konzepten als das Streben nach einem übergeordneten „Reichskult“ in der seleukidischen Provinz Koilesyrien und Phönizien. Deren mediale Vermittlung findet auf verschiedenen Ebenen statt, vom Kultbild im Tempel bis hin zu den Münzserien.

Der letzte Beitrag des übergreifenden Teils zur Kommunikation in Heiligtümern greift zeitlich bis zum Ausgang der Spätantike aus. ROTRAUD WISSKIRCHEN nimmt die Apsisstirnwand von St. Kosmas und Damian in Rom zum Ausgangspunkt der Beschreibung der programmatischen medialen Vermittlung der Kirchenpolitik Sergius' I. (687–701). Flankiert von kirchengeschichtlichen Überlegungen zu den Beziehungen zwischen Ost- und Westkirche im ausgehenden 7. Jh. und den theologisch-politischen Verwerfungen zwischen römischem Papst und byzantinischem Kaiser, wird gezeigt, wie durch die Ersetzung eines Symbols im Innern eines zentralen Kirchenraumes Theologie und Kirchenpolitik ineinander spielen.

Die Beiträge des ersten Teils machen in unterschiedlicher Weise deutlich, dass sakrale Räume mehr sind als Orte, an denen lediglich Kulthandlungen stattfinden oder sich das Göttliche repräsentiert. Vielmehr begreifen sie Heiligtümer als komplexe Systeme der Kommunikation, in denen theologische Botschaften politische, ökonomische und andere medial über sprachliche, naturräumliche, bildliche oder sprachliche Träger vermittelt werden.

Flankierend zu der Ringvorlesung, aus der nicht alle Beiträge in diesem Band veröffentlicht werden, fand am 21./22. Oktober 2005 ein wissenschaftliches Kolloquium zu „Votiven und ihrer Kommunikationsleistung“ statt, dessen Beiträge im zweiten Teil des Bandes abgedruckt werden. Das Kolloquium stand in engem Bezug zu der Ringvorlesung, zumal davon ausgegangen wurde, dass Votivgaben Kommunikation in Heiligtümern in besonderer Weise thematisieren, da ja gleichsam zwei Adressaten vorhanden sind, die Gottheit und die übrigen Besucher des Heiligtums. Da die Beiträge thematisch eng beieinander liegen und unterschiedliche Aspekte von Votivkulturen der Antike beleuchten, ist es hier nicht notwendig, die neun Beiträge im Einzelnen vorzustellen. Vielmehr soll einleitend noch einmal auf die Leitkategorien eingegangen werden, unter denen Votive in den Blick genommen wurden. Das Kolloquium war gekennzeichnet durch eine breite regionale Streuung über den gesamten Mittelmeerraum und zugleich über die Zeitspanne vom akkeramischen Neolithikum bis zur Spätantike.² Übergreifende Befunde (Votive an Heiligtümern in Israel/Palästina C. FREVEL, Votivnischen bei den Nabatäern R. WENNING) wurden dabei ebenso behandelt wie Einzelbefunde, vollkommen unterschiedliche Fundgattungen von in sich geschlossenen Fundkontexten (Votivaltäre in Matronenheiligtümern W. ECK, Terrakottastatuetten in griechischen Heiligtümern D. DOEPNER, Ehrenstatuen R. KRUMEICH) bis hin zu seriellen Massenproduktionen (Votivseriationen H. VON HESBERG). Der Beitrag von C. HÖPKEN und M. FIEDLER kann eindrucksvoll belegen, wie Riten und Opfer den Alltagsbetrieb in den Heiligtümern geformt haben müssen. P. NOELKE zeigte in seinem Beitrag zu den Jupitersäulen auf, dass das

² Der Beitrag von UTZ BÖHNER zu Kult und Religion in frühneolithischer Zeit in Obermesopotamien und der Levante am Beispiel der Grabung von Göbekli Tepe konnte im vorliegenden Band leider nicht abgedruckt werden. Gleiches gilt für den Beitrag von LUTGARDE VANDEPUT (Köln) zu Statuenserien in mittelitalischen Heiligtümern und PETER NOELKE (Köln) zu den Jupitersäulen.

Ende solcher Votive und Kultdenkmäler nicht das Ende der Kultaktivitäten schlechthin bedeutete.

Bis auf wenige Ausnahmen wurden nur Votive an Heiligtümern in den Blick genommen, womit der Anschluss an die Ringvorlesung zur Kommunikation an Heiligtümern gegeben ist. Ein wichtiger heuristischer Begriff war dabei der des „Votiv-Haushaltes“, d.h. die gesamten in etwa gleichzeitig und am gleichen Ort bzw. im gleichen Bezugssystem verwandten Votive. Wie bei anderen Fundgattungen auch gibt es bei Votiven Moden und Lokaltraditionen und damit starke Brüche im Darbringungsverhalten und der Gestalt der Votive, so dass unterschiedliche Aspekte zu unterschiedlichen Zeiten kommuniziert werden. Eine Normierung von Votiven gibt es jeweils nur in begrenzten Raum-Zeit-Kontexten.

Die gemeinsame Fragestellung der Beiträge war die nach der kommunikativen Leistung von Votiven. Eine für alle Beiträge geltende Definition von Votiven wurde allerdings nicht erarbeitet und auch nicht zugrunde gelegt. Ob sie überhaupt erstrebenswert ist, bleibt eine offene Frage, denn als Votiv kann nahezu jeder Gegenstand verwandt werden. Abhängig von der Deutung eines materialen Objektes als Votiv ist, sofern es nicht durch eine eigene Kommunikationsleistung in einer Inschrift als solches gekennzeichnet ist, einzig der *Verwendungskontext*. Als heuristische Grundunterscheidung kann daher zwischen *hergestellten* und bloß *verwendeten* Votiven unterschieden werden. Zum einen können Gegenstände des Alltags als Votiv verwandt werden. Im Vordergrund steht dabei der symbolische Akt der Wertüberstellung an die Gottheit. Der Weihakt des Votanten ist dabei individuell und die Votivgabe steht in einer individuellen Beziehung zu ihm. Die Votivgabe hat nicht zwingend einen spezifischen Bezug zu dem Kult des Heiligtums. Oft sind es Gegenstände des Alltags bzw. Gegenstände der realen Welt, die als Votive verwandt werden. Die Votivgabe ist Teil eines individualisierten privaten Kultes. Anders dagegen Votive, die einen spezifischen Bezug zum Kultgeschehen haben und für einen bestimmten Kult hergestellt worden sind (z.B. Gliedervotive). Durch die Normierung von Votiven wird eine kollektive Verständigung über das Göttliche erreicht. Derart normierte Votivkulte sind vielfach Teil eines (über-)regionalen Kultes bzw. des zentral organisierten, nationalen oder staatlich konnotierten Kultes. Oft handelt es sich um Repräsentationen, die grob der Götterwelt zuzuordnen sind bzw. mit ihr in Verbin-

dung stehen, wie z.B. Terrakotten, Götterbilder, Göttersymbole usw. Der Weihakt selbst ist meist entindividualisiert und die Kommunikation primär nach außen gerichtet. Der Aspekt der individuellen Wertüberstellung tritt demgegenüber zurück. Neben die Logik des Opfers tritt die Logik der Repräsentation.

Die Kommunikationsleistung fällt in beiden idealtypisch unterschiedenen Votivkategorien differenziert aus und ist weder auf die Beziehung zwischen Votant und Gottheit noch auf das Objekt selbst zu beschränken. Kennzeichen von Votiven ist die materielle Kommunikation, die durch explizite Kommunikation in Bild und Text ergänzt werden kann. Diese ist aber – und das macht die mediale Qualität von Votiven aus – nicht an Text und Bild gebunden, sondern das Votiv kann als solches Informationen transportieren. Die Votivgabe bewegt sich immer in dem Kommunikations-Dreieck Votant – Gottheit – Gemeinschaft/öffentlicher Raum, zugleich aber zwischen den verschiedenen Ebenen der Kommunikation von Objekt und Einsatz des Objekts im Ritual. Nicht immer gelingt es allerdings, die spezifische Kommunikationsleistung zu rekonstruieren, auch wenn sie intentional mit dem Akt der Gabe verbunden gewesen sein kann. Während z.B. bei den durch Bild (z.B. einer Opferszene mit der Gottheit) oder Text (z.B. Votivinschriften) expliziten Votiven die Kommunikation noch zu rekonstruieren ist, ist dies bei der Weihung von Alltagsgegenständen schwierig. Eine personale Bindung des Votivs an den Votanten ist zwar (etwa bei einem persönlichen Schmuckstück) gegeben, aber das Votiv wird – sofern nicht durch eine Inschrift explizit ausgewiesen – vom Votanten im symbolischen Akt der Wertüberstellung, der Stiftung im Heiligtum, gelöst. Dennoch wird die Kommunikationsleistung durch die Aufstellung für einen bestimmten Zeitraum hinweg über den punktuellen Moment der Stiftung hinaus präsent gehalten. Es war festzustellen, dass a) der erkennbare personale Bezug zum Votanten und auch die explizite Kommunikationsleistung mit der Quantität von Votiven abnehmen. Ein Einzelstück wie ein Siegel ist einer Person zuzuordnen und macht diese symbolisch im Heiligtum präsent. Zugleich wird der Akt der Wertüberstellung iterativ verstetigt. Dagegen ist die Weihgabe einer Terrakotta-Figurine aus Massenproduktion kaum mit einer individuellen Kommunikationsleistung zu verbinden bzw. diese tritt viel stärker in den Hintergrund. Sofern das Votiv in einem expliziten oder impliziten Bezug zum Stifter steht, macht es diesen bzw. den Akt der Stiftung am Heiligtum dauerhaft präsent. Gerade diese Aspekte machen den medialen

Charakter der Votive aus. Sehr unterschiedlich ist schließlich der Grad der Öffentlichkeit der Kommunikationsleistung. So unterscheiden sich aufgestellte Votivstelen mit hohem Textanteil in der Kommunikation qualitativ wie quantitativ von gestifteten Alltagsgegenständen und erfordern zugleich eine ganz andere Form der Wahrnehmung bzw. Einbindung in den Nutzungszusammenhang des Heiligtums. Dennoch zielen Votive in ihrer Kommunikation durchgehend über die individuelle Beziehung von Stifter und Gottheit hinaus. Votive zielen in der Regel auf Öffentlichkeit und auf eine Wirkung nach außen. Sie sind nicht nur Geschenk, sondern durch die permanente und repräsentative Aufstellung auch Werbung für die Götter und ihre Kulte.

Der in dem vorliegenden Band konzentrierte Blick auf Votive und ihre Kommunikationsleistung lässt die Komplexität der Kommunikationssituationen und -ebenen deutlich werden, in denen Votive in der Antike standen. Es wird deutlich, dass ihre spezifische kommunikative Qualität aus den Medienhaushalten antiker Heiligtümer nicht weg zu denken ist. Wenn die exemplarischen Studien zu Votivkulten dazu anregen würden, den Diskurs über Medien in der Antike zu vertiefen und zu verbreitern, wäre eines der Hauptanliegen des vorliegenden Bandes erreicht.

