

Unverkäufliche Leseprobe

Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung von Text und Bildern, auch auszugsweise, ist ohne schriftliche Zustimmung des Verlags urheberrechtswidrig und strafbar. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung oder die Verwendung in elektronischen Systemen.

S. FISCHER



VON LUTHER ZU TWITTER

Medien und politische Öffentlichkeit

Herausgegeben von

Raphael Gross, Melanie Lyon

und Harald Welzer

S. FISCHER

Von Luther zu Twitter. Medien und politische Öffentlichkeit

Herausgegeben von

Raphael Gross, Melanie Lyon und Harald Welzer
für das Deutsche Historische Museum

Konzeption

Melanie Lyon, Werner Konitzer,
Arnulf Scriba und Harald Welzer

Redaktion

Melanie Lyon, Arnulf Scriba

Bildredaktion

Sebastian Jaehn, Sophie Potente

www.dhm.de

www.fischerverlage.de



© 2020 Stiftung Deutsches Historisches Museum
und S. Fischer Verlag GmbH, Hedderichstraße 114,
60596 Frankfurt am Main, und die Autoren

Umschlaggestaltung: Stan Hema, Berlin

Satz: Dörlemann Satz, Lemförde

Druck und Bindung: CPI books GmbH, Leck

Printed in Germany

ISBN 978-3-10-397030-2

Inhalt

- Raphael Gross** Vorwort 7
- 1 **Harald Welzer** Strukturwandel von Öffentlichkeiten 11
- 2 **Andreas Bernard** Zum Verhältnis von Medientechnologie und politischer Öffentlichkeit im 20. und 21. Jahrhundert 29
- 3 **Matthias Miller** Schreiben, Drucken und Lesen. Buchkultur und Buchproduktion im 15. Jahrhundert 45
- 4 **Andrew Pettegree** Martin Luther, Buchdruck, Reformation 61
- 5 **Astrid Blome** Zeitungen und Zeitschriften in Aufklärung und Vormärz 77
- 6 **Melanie Lyon** Die Ungeduldige. Olympe de Gouges' Techniken der Emanzipation 95
- 7 **Gerd Koenen** Marx und das magische Medium, die Presse 109
- 8 **Amelia Bonea** Telegraphie und das globale Nachrichtennetzwerk 127

- 9 **Ulrich Lappenküper** Ein »Meister der Pressepolitik vielleicht ›wider Willen‹? Presse und Telegraphie in der Politik Otto von Bismarcks 145
 - 10 **Kathrin Dreckmann** Erste strukturelle Entwicklungen des Hörfunks zur Zeit der Weimarer Republik 165
 - 11 **Monika Pater und Uta C. Schmidt** Goebbels, das Wunschkonzert und die Herstellung der Volksgemeinschaft 181
 - 12 **Philipp Stiasny** Die Inszenierung der Inszenierung. Politik und Ästhetik in Leni Riefenstahls *Triumph des Willens* (1935) 195
 - 13 **Tracy Denean Sharpley-Whiting** »Wenn Josephine den Mund aufmacht, hört es die ganze Welt«. Die persönliche Politik der Josephine Baker 211
 - 14 **Gerhard Paul** Fernsehen und Öffentlichkeit 225
 - 15 **Andreas Etges** Ein Filmstar im Weißen Haus. John F. Kennedy und das Fernsehen 245
 - 16 **Adrian Lobe** Die algorithmisch gelenkte Öffentlichkeit 263
 - 17 **Klaus Brinkbäumer** Der Twitterpräsident 279
 - 18 **Bernhard Pörksen** Verschwimmende Wahrheiten. Über die Öffentlichkeit nach der Öffentlichkeit 297
- Bildnachweis 320

Vorwort

Raphael Gross

In den letzten Jahrzehnten haben sich neue Formen der digitalen Kommunikation entwickelt, die vielen Menschen einen neuen Zugang zu öffentlichen Debatten ermöglicht haben. Zunächst war dieser Prozess von großer Euphorie begleitet. Viele erwarteten sich von den neuen Medien eine grundlegende Demokratisierung von Öffentlichkeit und damit auch einen grundlegenden Wandel von Politik überhaupt. Noch der Arabische Frühling ließ 2011 die Hoffnung aufkeimen, autokratische Herrschaft wäre im Internetzeitalter nicht mehr möglich. Nur wenige Jahre später kippte diese Euphorie in die Angst vor einer populistischen Verschiebung des politischen Diskurses.

Der rapide Wandel in der Beurteilung der Bedeutung der neuen Medien für die Veränderung der politischen Öffentlichkeit war der Anlass für das Deutsche Historische Museum, einen Blick auf die Geschichte der Wechselwirkungen zwischen Medieninnovationen und der Veränderung politischer Öffentlichkeit zu werfen.

Neue Medientechnologien schaffen und verändern stetig das, was wir unter politischer Öffentlichkeit verstehen. Sie formieren politische Kommunikation neu. Die Geschichte solcher Veränderungen der Öffentlichkeit und der Reaktionen auf neue Medien aufzuzeigen war Ziel der Ausstellung »Von Luther zu Twitter. Medien und politische Öffentlichkeit« im Deutschen Historischen Museum, im Zuge derer der vorliegende Sammelband entstanden ist.

Die Ausstellung zeigt die politischen Veränderungen, die mit der Etablierung neuer Leitmedien einhergegangen sind: von der Erfindung des Buchdrucks im 15. Jahrhundert und seiner Bedeutung für die Reformation über die Presse und die Entstehung bürgerlicher Öffentlichkeit im 19. Jahrhundert, die Erfindung des Rundfunks und seine Bedeutung für das totalitäre NS-System hin zur Bilderwelt des Fernsehens der Nachkriegszeit und der Veränderung, die aktuell durch digitale Direktmedien und Smartphones geprägt ist. Der Fokus liegt dabei auf der deutschen Geschichte. Deutlich wird dadurch auch, wie sich Öffentlichkeiten im Zusammenhang mit der medialen Entwicklung mal eher als nationale, mal als transnationale Gebilde formieren. Die Darstellung von Aspekten der Geschichte des Verhältnisses von Medien und Öffentlichkeit gibt dem Deutschen Historischen Museum die Möglichkeit, Objekte zu präsentieren, die nicht nur »Überbleibsel« historischer Ereignisse sind, sondern die selbst Geschichte bewegt und Entwicklungen angestoßen oder sogar erst ermöglicht haben. Zugleich aber bleiben zentrale Funktionsweisen und Einflüsse der Medienentwicklung oft auf eigentümliche Weise unsichtbar: Sie vermitteln sich nicht einfach über eine Darstellung der technischen Entwicklung oder eine Präsentation überlieferter Medienprodukte. Gerade im Falle der Digitalisierung zeigt sich die Verflochtenheit von materiellen Voraussetzungen und immateriellen Prozessen sehr deutlich. Deswegen war es uns besonders wichtig, keine technikgeschichtliche Ausstellung zu präsentieren, die einzelne Innovationsschritte der Medientechnik hervorhebt, sondern anhand von Schlaglichtern gezielt einen Blick auf das Verhältnis von medialer Entwicklung und Veränderung der politischen Öffentlichkeit zu werfen.

Der begleitende Sammelband vertieft diese Überlegungen zum Zusammenhang von Medien und politischer Öffentlichkeit. Es wechseln sich Texte zu medialen Innovationen und ihrer Bedeutung für die Neuformierung politischer Öffentlichkeit sowie Texte zu politischen Akteuren und Gruppen ab, die das jeweilige Medium für sich zu nutzen wussten.

Ich danke allen Kolleginnen und Kollegen, die den Begleitband zur Ausstellung »Von Luther zu Twitter. Medien und politische Öffentlichkeit« mit großer Leidenschaft und Energie realisiert haben. Besonderer Dank gebührt neben den Mitherausgebern und Kuratoren Prof. Dr. Harald Welzer und Melanie Lyon, der Abteilungsdirektorin Ausstellungen Ulrike Kretzschmar, dem Projektleiter Dr. Arnulf Scriba, dem Projektassistenten Sebastian Jaehn, der Registrar Nicole Schmidt und der wissenschaftlichen Volontärin Sophie Potente. Prof. Dr. Werner Konitzer und Dr. Matthias Miller danke ich für die wissenschaftliche Beratung. Begleitet wurde das Projekt außerdem von einem engagierten Fachbeirat bestehend aus Prof. Dr. Andreas Bernard, Prof. Dr. Astrid Deuber-Mankowsky, Prof. Dr. Moritz Epple, Prof. Dr. Stefan Karner und Prof. Dr. Jutta Scherrer. Abschließend gilt mein Dank allen Autorinnen und Autoren, Ilka Linz für die engagierte Betreuung des Bandes im Deutschen Historischen Museum, Theresa von Saldern und Yelenah Frahm für das Lektorat im S. Fischer Verlag sowie Corinna Krause für die Übersetzung einzelner Beiträge.



Die steinzeitliche Jagdszene aus dem indonesischen Sulawesi ist die vermutlich älteste Höhlenmalerei der Welt.

1

Strukturwandel von Öffentlichkeiten

Harald Welzer

I.

44 000 Jahre alt sind die jüngst entdeckten Jagdszenen, die Menschen auf die Wände der Höhle Leang Bulu Sipong 4 im Südwesten der indonesischen Insel Sulawesi aufbrachten. Ein paar tausend Jahre jünger sind die Zeichnungen aus den Höhlen von Altamira und der Grotte von Chauvet, und in allen Fällen rätseln die Expertinnen und Experten, welche Welt jene Menschen wahrgenommen und gedeutet haben, die vor Abertausenden von Jahren die Szenen imaginierten – war das Kunst, Abbild, religiöser Dienst, Unterweisung? Was auch immer: Diese Bilder und Zeichnungen sind Medien, Artefakte, in denen Menschen einen Ausschnitt ihres Weltverständnisses anderen Menschen übermitteln konnten. Wir wissen nicht, ob es Vorläufer davon gab und wie sie aussahen: Archäologen und Anthropologen müssen ja mit dem arbeiten, was sie vorfinden, und man darf annehmen, dass das Archiv der humanen Lebensform extrem lückenhaft ist. Je weniger Medien es gab, mit denen man Informationen auf Dauer festhalten konnte, desto vergesslicher ist die Geschichte. Und umgekehrt.

Aber wir wissen, dass die menschliche Lebensform die einzige ist, die sich in Symbolen und Artefakten selbst vergegenständlicht und dass sie sich Medien geschaffen hat und schafft, mit deren Hilfe sie kommuniziert und Weltverständnisse teilt. Eine

Struktureigentümlichkeit der medialen Praxis der Menschen ist, dass die Medien, die sie schaffen, auf sie selbst zurückwirken. Unausweichlich verstehen wir uns im Referenzrahmen unserer eigenen medialen Erzeugnisse. Man darf annehmen, dass das für die Höhlenmalerinnen von Sulawesi genauso galt. Wenn sie Jagdszenen zeichneten, fand das vor dem selbstverständlichen Hintergrund einer Lebenswelt statt, in der vieles – etwa das Jagen als Lebensform – nicht erklärt werden musste. Der wirkksamste Referenzrahmen der eigenen Existenz heißt: Kultur.

II.

Soweit wir wissen, leben ausschließlich Menschen in kulturellen Welten im umfassenden Sinn. Der Grund dafür ist ein biologischer: Menschen kommen mit einem unfertigen Gehirn auf die Welt. Das menschliche Gehirn ist im Vergleich zu denen anderer Lebewesen einzigartig plastisch: Eine Entwicklung, Reifung und Formung hängt in – im Vergleich zu anderen Säugetieren – enorm großem Ausmaß von Einflüssen aus der Umwelt des sich entwickelnden Menschenwesens ab. Dieser Umstand ist schon vor vielen Jahrzehnten von dem Zoologen Adolf Portmann erkannt worden. Er hat das erste Entwicklungsjahr des Säuglings als »extra-uterines Frühjahr« bezeichnet und damit gemeint, dass Menschen in dem Sinne »zu früh« geboren werden, als ihr Entwicklungsstand noch keineswegs ausreicht, um aus eigener Kraft zu überleben. Menschliche Säuglinge sind weder in der Lage, sich Nahrung zu beschaffen noch sich zu verteidigen, davonzulaufen – sie bedürfen über einen vergleichsweise sehr langen Entwicklungszeitraum hinweg des Schutzes und der von außen kommenden Sicherstellung ihrer elementaren Lebensnotwendigkeiten. Und zwar so lange, bis ihre organische Reifung so weit fortgeschritten ist, dass sie allein überleben könnten.

Der Umstand, dass Menschen organisch zu früh, also unfertig auf die Welt kommen, bedeutet, dass in ihrer Entwicklung genetisch angelegte Ausreifungsprozesse mit kulturellen Ausformungsprozessen zusammenfallen: Kein anderes Lebewesen verfügt über eine vergleichbare Neuroplastizität, kein Gehirn ist bei der Geburt so unfertig wie das des Menschen, keines besitzt ein vergleichbar großes Entwicklungspotenzial für die Adaptierung an verschiedene und sich verändernde Umweltbedingungen. Ein menschliches Gehirn wiegt bei der Geburt nur rund ein Viertel des Gehirns eines Erwachsenen (beim Schimpansen, dem genetisch nächsten Verwandten, sind es immerhin 60 Prozent). Die Zunahme der neuronalen Verschaltungen läuft ausschließlich beim Menschen noch nach der Geburt in fötaler Geschwindigkeit und Größenordnung weiter. In jeder Sekunde entstehen unter jedem Quadratzentimeter der Gehirnoberfläche ca. 30 000 Synapsen – und zwar bis etwa zum sechsten Lebensjahr. Aber dann ist noch lange nicht Schluss. Einzelne Gehirnareale und -organe kommen erst mit der Pubertät zur endgültigen Ausreifung (wie das Stirnhirn), andere (wie die Temporallappen) erst mit Abschluss der Adoleszenz. Neuronen können sich – was früher für unmöglich gehalten wurde – lebenslang neu bilden.

Kurz: Wir haben es beim menschlichen Gehirn mit einem außergewöhnlich lange außergewöhnlich unfertigen Organ zu tun. Das heißt: Alles, was sich nachgeburtlich in die Form seiner Verschaltungsarchitektur übersetzt, ist immer schon kulturell geprägt. Die Medien, in denen eine jeweilige Kultur zur Äußerung kommt, sind in uns. Darin liegt die Lösung des Rätsels, wieso die jeweils nächste Generation so mühelos mit jenen Artefakten umgehen kann, die die Vorgängergeneration geschaffen hat: Ein iPad und ein Smartphone sind selbstverständlicher kultureller Bestandteil der Entwicklungsumwelt der Kinder der Gegenwart. Sie eignen sich das, was für Ältere »Neuland« ist, nicht an, sondern sind immer schon die Ureinwohnerinnen und Ureinwohner des jeweils neuesten Landes.

III.

Der Entwicklungsanthropologe Michael Tomasello spricht von einem kulturellen »Wagenhebereffekt«: Bei Menschen setzen die neu hinzukommenden Generationen immer in der Entwicklungsumgebung an, die die vorangegangenen ihnen bereitgestellt haben – das kulturelle Wissen und die bis dahin entwickelten Lebensformen bieten die Basis für Weiterentwicklungen. Nicht-menschliche Lebensformen dagegen werden mit jeder Generation praktisch immer wieder auf die Anfangsbedingungen zurückgeworfen, weil sie nicht in der Lage sind, Gelerntes intergenerationell zu tradieren. Anders gesagt: Ihnen fehlen die Medien als kulturelle Formen, Erfahrungen aus dem eigenen Organismus heraus in die Welt zu verlagern.

Die evolutionäre Anthropologie, die sich mit der Kommunikation nicht-menschlicher Arten beschäftigt, unterscheidet zwischen »Signalen«, die sich Angehörige einer Spezies geben und die vom Sexuallockstoff bis zum Geschrei eines Affenbabys reichen, und »Informationen«, die durch spezifische Kommunikationen weitergegeben werden. Dafür gibt es eine Unzahl verschiedener Formen – Laute, Gebärden, Fellpflege usw. –, aber die Grenze zwischen menschlicher und nicht-menschlicher Kommunikation scheint dort zu verlaufen, wo symbolisch kommuniziert wird: Zwar können etwa Schimpansen durch Training dazu gebracht werden, in begrenztem Umfang Symbole zu verwenden und zu verstehen, aber sie entwickeln selbst keine. In diesem Sinn bleiben sie auf ihre je eigene, unmittelbare Erfahrungswelt verwiesen, während symbolische Kommunikation den Menschen erlaubt, etwas aus ihrer Erfahrungswelt nach außen zu tragen, also in Raum und Zeit verfügbar zu machen. Ein Wort als Medium, wie immer es sich aus Lauten und Lautgesten evolutionär entwickelt hat, kann an einen Dritten weitergegeben werden, gewinnt ein eigenes Dasein »zwischen« den Menschen. Eine Reihe von Worten ergeben Repräsentationen

von Handlungen und Geschehnissen, größere Zusammenhänge von Handlungen und Geschehnissen bilden Geschichten, die weitererzählt werden können.

Geschichten sind bis heute – unabhängig von den medialen Formen, in denen sie erzählt werden können – das zentrale Medium, in dem wir uns selbst und die Welt erfahren. Wie Odo Marquard in *Skepsis in der Moderne* schreibt: »Wir Menschen sind unsere Geschichten; Geschichten muss man erzählen; darum müssen wir Menschen erzählt werden. Wer auf das Erzählen verzichtet, verzichtet auf seine Geschichte. Wer auf seine Geschichten verzichtet, verzichtet auf sich selber: narrare necesse est [Erzählen ist notwendig].«

In dem Augenblick, in dem es Repräsentationen von Geschichten etwa in Bildern, Zeichen oder gar Schrift gibt, treten sie aus dem Raum der unmittelbaren Kommunikation in den der zeit- und raumunabhängigen Verfügbarkeit. Deshalb können wir mit der Odyssee, der sumerischen Keilschrift, mit Artefakten steinzeitlicher Begräbnisse oder eben mit den Höhlenmalereien auch heute noch etwas anfangen: Sie kommen über die Zeiten hinweg bei uns an, weil Medien die Begrenztheit von Raum und Zeit aufheben.

IV.

Medien erhöhen also die »Weltreichweite« (Hartmut Rosa) – und genau so lässt sich eine Mediengeschichte erzählen. Wenn ich meine eigene Weltreichweite als Kind in einem kleinen niedersächsischen Dorf in den 1960er Jahren beschreibe, besteht diese in eigener Anschauung, in Erzählungen von anderen und in dem, was Bilder, Fotos, Bücher, das Kino, das Radio und das Fernsehen vermitteln. Durch die drei letztgenannten Medien reicht sie gigantisch weit über die Weltreichweite eines Gleichaltrigen um 1910, geschweige denn um 1860 hinaus, gemessen an der Internetwelt der Kinder der Gegenwart aber ist

sie arg beschränkt. Und dies nicht nur wegen der Menge an Informationen, die jederzeit verfügbar ist, sondern vor allem auch wegen der von Sendezeiten und Formaten unbeschränkten Wahlmöglichkeiten im medialen Angebot. Und wegen der eigenen Kommunikationsmöglichkeiten. Für mich gab es die Brieffreundschaft, für die Kids heute gibt es direkte Kommunikation mit potenziell Milliarden anderer Menschen, eigene Kanäle, Podcasts, Datingportale, was auch immer. Aber auch, wie Andreas Bernard herausgearbeitet hat, ganz andere Potenziale des Gesehenwerdens; dass Menschen »Profile« haben, ist – abgesehen von gesuchten Kriminellen – neu. Man verwendet Medien nicht nur, man wird von ihnen auch verwendet – und zwar mit fortschreitender Entwicklung in zunehmendem Maße. In diesem Sinn reflektiert die Mediengeschichte nicht nur die Weltreichweite derjenigen, die über einen jeweiligen Medienzugang verfügen, sondern damit zugleich ihre Situiertheit in der Welt und gegenüber anderen.

[...]