

Von Reformatoren als Medienstars

Die Ausstellung „Von Luther zu Twitter“. Von Heinrike Paulus

Das Deutsche Historische Museum in Berlin zeigt aktuell die Ausstellung „Von Luther zu Twitter“. Sie setzt sich in fünf Abschnitten mit dem Verhältnis von Medien, Macht, Politik und Öffentlichkeit in den vergangenen 500 Jahren auseinander. Dadurch leistet die Schau einen Beitrag zum medienethischen Diskurs sowie zur generationsübergreifenden Medienbildung.

Zur blauen Stunde liegen rund zehn Jugendliche übereinandergestapelt. In den Händen halten sie alle ein Smartphone. Es scheint, als seien sie völlig in die leuchtenden Displays ihrer mobilen Endgeräte versunken, die ihre Gesichter in der Dämmerung sichtbar machen. Eine Person streckt ihren Arm gen Himmel, um von dieser Situation dank eines Selfies eine bleibende Erinnerung zu schaffen. Der deutsche Konzeptkünstler Florian Mehnert visualisiert mit seinem Fotoprojekt „Smartphone Stacks“ den rationalen Diskurs über Fragen des Datenschutzes, wie er auch auf medienethischer Ebene geführt wird. „Florian Mehnert verdeutlicht damit, dass die digitale Partizipation in ihrer heutigen Form auch eine dunkle Kehrseite hat, in der der Mensch zum berechnenden und damit steuerbaren Datenmaterial wird“, erklärt Melanie Lyon. Sie ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin des Deutschen Historischen Museums (DHM) in Berlin und hat zusammen mit dem Soziologen und Direktor der „Futurzwei-Stiftung Zukunftsfähigkeit“ Harald Welzer die Ausstellung „Von Luther zu Twitter. Medien und politische Öffentlichkeit“ kuratiert. Seit September¹ ist diese im Pei-Bau des

Heinrike Paulus, M.A., arbeitet freiberuflich als Journalistin. Zu ihren Schwerpunkten gehören Kultur,

Medien, Bildung sowie Religion.

¹ „Von Luther zu Twitter“ kann bis zum 11. April 2021 im Pei-Bau des Deutschen Historischen Museums besucht werden. Mehr unter www.dhm.de.

Museums zu sehen und erörtert das dynamische Verhältnis von Medien, Politik und Öffentlichkeit in den vergangenen 500 Jahren. „Smartphone Stacks steht in der Ausstellung für die manipulativen Mechanismen einer digitalen Verkaufswelt, die über den Verlust von Privatsphäre und Würde ihrer Nutzerinnen und Nutzer Gewinne erzielt – und deren Schatten sich bereits in politischen Wahlkämpfen abzeichnen“, betont Lyon in einem Interview zwei Wochen vor dem Ausstellungsbeginn.

Auf rund 1000 Quadratmetern widmet sich die Schau verschiedenen Epochen: Von der frühen Neuzeit mit dem modernen Buchdruck bis in die Gegenwart mit World Wide Web und Smartphone. Dabei wird deutlich: Jede Zeit hat durch technische Innovationen ihre Kommunikationsmittel. Werden Akteure aus Politik und Öffentlichkeit auf sie aufmerksam, nutzen sie die neuesten Medien, um Ideen zu verbreiten, zu manipulieren, Macht zu stärken oder die Kommunikation zu beschleunigen.

Die politische Öffentlichkeit durchläuft laut Melanie Lyon einen tiefgreifenden Wandlungsprozess: „Präsidenten twittern, neue Bewegungen wie Fridays for Future organisieren sich im virtuellen Raum, Fake News verbreiten sich rasant.“ Medieninnovationen haben in vergangenen Jahrhunderten generell zu einem tiefgreifenden Wandel von Medien- und Lebenswelten geführt, wie die fünf Themenbereiche der Ausstellung – Flugschriften, Zeitungen, Radio, Fernsehen und Internet – zeigen. Anhand von etwa 200 zeitgenössischen und kulturhistorischen Exponaten, die in eine größtenteils barrierefrei und inklusiv gestaltete Ausstellung eingebunden sind, lässt sich Mediengeschichte im DHM erleben: seien es Karikaturen etwa mit Karl Marx, als Prometheus an eine Druckerpresse gekettet, politische Protest-Plakate unter dem Motto „Ich will Deine Daten“ gegen die Volkszählung 1987 oder die zerstörte Hauptplatine von den Edward-Snowden-Files. „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 ermöglicht haben“, schreibt der Präsident der Stiftung Deutsches Historisches Museum Raphael Gross im Vorwort des Essaybands, der als Begleitpublikation zur Ausstellung erschienen ist (Gross/Lyon/Welzer 2020,

*„Präsidenten twittern,
neue Bewegungen wie Fridays for Future
organisieren sich im virtuellen Raum,
Fake News verbreiten sich rasant.“*

S. 8). „Neue Medientechnologien schaffen und verändern stetig das, was wir unter politischer Öffentlichkeit verstehen“ (ebd. S. 7).

Die sich anschließenden journalistisch-wissenschaftlichen Essays des Ausstellungsbandes legen den Fokus ebenfalls auf die Massenmedien: Buch, Zeitung und Zeitschriften, Rundfunk, Film, Fernsehen und Internet. Fundiert recherchiert, vereinen sie medientheoretische, medienkundliche und technikgeschichtliche Aspekte mit biographischen Hintergründen zu Personen, die Medientechnologien geprägt oder das politische Potential eines Mediums erkannt und durch ihr Handeln einen Strukturwandel in der Öffentlichkeit herbeigeführt haben. Dazu zählen (medien-)historische Persönlichkeiten wie Johannes Gutenberg oder Rundfunkpionier Hans Bredow mit seinem Einfluss auf den Beginn des Rundfunks in Deutschland zu Beginn des 20. Jahrhunderts.

Vereint auf 320 Seiten gelingt den Autor_innen der 18 interdisziplinären Essays ein Parforceritt durch Kultur-, Medien- und Politikgeschichte. Die Expert_innen, darunter die Ausstellungskuratoren Harald Welzer und Melanie Lyon, die Journalisten Andreas Bernard und Adrian Lobe, die Histori-



Abbildung 1: Cover des Begleitbandes zur Ausstellung.



Abbildung 2: Das Fotoprojekt „Smartphone Stacks“ visualisiert, dass sich mit Smartphones nicht nur global kommunizieren lässt, sondern dass sie auch überwachen und Daten sammeln (© Florian Mehner, 2020).

ker_innen Astrid Blome, Amelia Bonea, Ulrich Lappenküper und Andreas Etges, die Medienwissenschaftler_innen Kathrin Dreckmann und Bernhard Pörksen sowie der ehemalige „Spiegel“-Chefredakteur Klaus Brinkbäumer, entspinnen – wie die Ausstellung – eine vielschichtige Zeitreise durch die Jahrhunderte: Martin Luther, Reformation und das damalige Massenmedium Buchdruck werden ebenso berücksichtigt wie die nationalen und internationalen Nachrichtenagenturen im 19. Jahrhundert, die von Telefon und Telegraph profitierten oder Twitterpräsident Donald Trump, der seinen Social-Media-Account als „Konkurrenzorgan“ zu den von ihm als Fake News titulierten Massenmedien versteht (vgl. ebd., S. 31).

Martin Luther ist ein Namensgeber der Ausstellung. Der Zusatz „Twitter“ weckt unweigerlich die Assoziation „Donald Trump“. Beide verbindet offenbar das Talent, mit den Medien ihrer Zeit öffentliches Interesse zu wecken, und zwar im großen Stil. „Die offensive Nutzung der deutschen Sprache in Predigten, Schriften und der von Luther übersetzten Bibel erhöhte für viele Menschen die Zugänglichkeit politisch-religiöser Inhalte“, heißt es in einem Ausstellungstext. Verdeutlicht wird dies anhand von Flugschriften und Porträts des Reformators, mit denen er zum ersten modernen Medienstar avancierte. Wie Panini-Sammelbilder der frühen Neuzeit wirken dabei die dreißig aneinander gereihten Luther-Porträts – ob mit Doktorhut oder als Junker Jörg. Geschaffen wurden sie von unterschiedlichsten Künstlern wie etwa Daniel Hopfer oder Lucas Cranach dem Älteren, der Luthers Markenimage ganz besonders prägte. „Cranach war von Anfang an ein entschiedener Befürworter der von Martin Luther ausgelösten Bewegung“, schreibt Andrew Pettigree in der Begleitpublikation (ebd., S. 69). Die Schriften des Reformators verbreiteten sich zudem wie ein Lauffeuer und er versuchte Gleichgesinnte ebenfalls zum Publizieren zu motivieren: „Als die neue Kirche Gestalt annahm, ermutigte Luther andere aktiv dazu, selbst Schriften zu verfassen und die Bürde der Autorenschaft zu teilen. Luther verfasste einen Katechismus als Lehrschrift für die neue christliche Gemeinde und lud andere dazu ein, sich auch als Autor zu versuchen“, so der britische Historiker (ebd., S. 74).

Historisches auf moderne Weise zu vermitteln, zeichnet die Ausstellung aus, ohne die Schattenseiten der Kommunikationsgeschichte zu vergessen. Wie Medien zur Gleichschaltung

*Martin Luther ist ein Namensgeber
der Ausstellung. Der Zusatz „Twitter“
weckt unweigerlich die Assoziation
„Donald Trump“.*

und Instrumentalisierung genutzt wurden, veranschaulicht das Beispiel des Rundfunks während der NS-Diktatur. „Das Radio war zunächst hauptsächlich Unterhaltungs- und Bildungsmedium, bevor die Nationalsozialisten mit ihrer durchorchestrierten Propaganda bis in die Wohnstuben drangen“, sagt Melanie Lyon. Der im Auftrag von Propagandaminister Joseph Goebbels entwickelte günstige „Volksempfänger“ ließ das Radio zum Massenmedium werden. Das gängige Modell „VE 301“ kam 1933 auf den Markt und kostete rund 76 Mark. Im Nationalsozialismus war die politische Öffentlichkeit vor allem eine akustische. Für Regime-Gegner waren verbotene, ausländische Sender wie BBC, die einzige Möglichkeit an systemkritische Nachrichten oder Informationen zur Kriegslage zu gelangen. Sie riskierten dafür ihr Leben. Nicht nur hier untermauert die Ausstellung, wie bedeutend unabhängige Medien für eine offene und demokratische Gesellschaft sind – mehr denn je in Zeiten von Donald Trump oder Google.

Literatur:

Gross, Raphael/Lyon, Melanie/Welzer Harald (Hg.) (2020): *Von Luther zu Twitter. Medien und politische Öffentlichkeit*. Frankfurt am Main.