

Medienethische Heldenreise

Von Petra Hemmelmann

Herkules war einer, Nelson Mandela und Mutter Teresa, Superman ganz sicher – und auch Greta Thunberg ist eine: Helden und Ikonen lassen uns an das Gute, das Wunderbare glauben und schenken uns Inspiration, Mut und Auftrieb. Ein Held bzw. eine Heldin kann fiktiv oder real sein, immer aber zeichnet ihn/sie aus, dass er/sie körperlich oder geistig etwas Besonderes zu leisten vermag. Die Ikone ist – jenseits der orthodoxen Kirche – eine Gallionsfigur, „die bestimmte Werte und Vorstellungen verkörpert“ (GfdS 2018).

Ob nun Herkules den Nemeischen Löwen erlegt oder Greta Thunberg mit ihren Worten tausende Jugendliche dazu motiviert, für den Klimaschutz auf die Straße zu gehen: Heldinnen, Helden und Ikonen verfolgen ein Ziel – oft ein moralisch anspruchsvolles, wie die Welt zu retten oder sie zu einem besseren Ort zu machen. Um dies zu erreichen, sind sie bereit, Opfer zu bringen, über das Erwartbare hinaus zu agieren und Mühen auf sich zu nehmen. Dabei stellen sich ihnen Gegner in den Weg, zugleich finden sich aber auch Unterstützer.

In seinem Drama „Das Leben des Galilei“ von 1939 lässt Bertolt Brecht seinen Titelhelden sagen: „Unglücklich das Land, das Helden nötig hat“. Klar, denn: Wenn alle gleichermaßen aktiv für das Wohl der Gemeinschaft arbeiten, braucht es keine Einzelnen, die die Welt durch ihre außergewöhnlichen Taten und Tugenden retten (vgl. Thomä 2017). Anfang des 21. Jahrhunderts konstatiert der Politikwissenschaftler Herfried Münkler: „Wir sind eine postheroische Gesellschaft“. Und in Österreich plädiert 2017 der Kultusminister dafür, den Heldenplatz in Wien in „Platz der Demokratie“ umzubenennen (vgl. Kahlweit 2017). Sollte die Geschichte der Helden tatsächlich zu Ende sein? Zu antiquiert für die Gegenwart?

Dr. Petra Hemmelmann ist Redakteurin in der Stabsabteilung Entwicklung und Kommunikation der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt und Redakteurin von Communicatio Socialis.

*Auch in einer Gesellschaft,
die auf Gleichheit und Frieden
bedacht ist, existiert der Wunsch nach
exzeptionellen Leistungen.*

Der militärische Held, der mit Gewalt seine Ziele verfolgt, mag nach dem Zweiten Weltkrieg an Popularität eingebüßt haben – doch darüber hinaus gibt es unzählige moderne Typen von Helden und Ikonen. Die Heldenreise als Erzählform gehört gar zum kleinen Einmaleins der Journalistenausbildung. Die moderne Heldenfigur ist nicht beschränkt auf

Krieg und Kampf, Held_innen heute müssen keine Gewalt anwenden, um ihre Ziele zu erreichen. Sie nutzen „moralische Überzeugungskraft“ (Pollmann 2019) oder brillieren durch gute Taten oder außergewöhnliche

Leistungen. Heldengeschichten sind in der heutigen Mediengesellschaft omnipräsent – ob in Form von Alltagshelden wie Lebensrettern, in Form von Superhelden in Film, Fernsehen und Computerspielen, moderner Ikonen in Sozialen Medien – aber auch politischer Helden wie eben Greta Thunberg.

Auch in einer Demokratie, einer Gesellschaft, die auf Gleichheit, Frieden und Liberalismus bedacht ist, existiert der Wunsch nach exzeptionellen Leistungen und Handeln, nach außergewöhnlichen Figuren. *Communicatio Socialis* lädt Sie daher in diesem Schwerpunktheft ein auf eine medienethische Heldenreise.

Den Auftakt macht Stefan Piasecki mit einem Streifzug durch die Kulturgeschichte des Heldenbegriffs. Seinen Fokus legt er auf den klassischen Typus des Kriegshelden und dessen gesellschaftliche Bewertung bis in die Gegenwart. Militärische Heldengeschichten erleben als popkulturelles Phänomen aktuell einen Höhenflug, so Piasecki, – und zwar dank Computer- und Videospiele sowie Actionfilmen, die Kampf und Zerstörung ästhetisieren. Wenn von „Kulturgeschichte“ die Rede ist, ist fast immer jene der westlichen Gesellschaften gemeint. Wer aber sind die Helden in anderen Kulturkreisen? Und wie entstehen sie? Sonja Anwar gibt uns einen Einblick in Heldentum und Medienhelden im Islam, insbesondere in Iran – als Nachfolger des historischen Persiens immerhin eine der ältesten Kulturen der Welt.

Mit dem Beitrag von Ingrid Paus-Hasebrink geht der Blick zurück in den Westen und zu einem der bekanntesten Helden der hiesigen Popkultur: J.R.R. Tolkiens *Hobbit*. Paus-Hasebrink dient er als Beispiel für die Rolle popkultureller Angebote im Alltag. Auf Basis einer qualitativen Analyse kann Paus-Hasebrink darlegen, dass Rezipient_innen die „Hobbit“-Filme als Orientierungsvorlage angesichts realer Probleme und Ereignisse nutzen.

Unter den liebsten Film- und Fernsehhelden der Kinder und Jugendlichen ist der Hobbit dennoch nicht vertreten. Maya Götz zeigt auf, dass dort aktuell SpongeBob, Bart Simpson, die Hexe Lilli und Kim Possible ganz oben rangieren. Bemerkenswert ist aus ihrer Sicht, dass sich der Typus der bewunderten Helden je nach Geschlecht stark unterscheidet. Dies hat Konsequenzen für die Entwicklung der Kinder, sind doch Medienheld_innen ein elementarer Teil der Identitätsarbeit. Welche Bedeutung Held_innen für junge Rezipient_innen haben, zeigt auch ein Gespräch mit der Autorin Margit Auer. Die Schriftstellerin steht hinter der Bestseller-Reihe „Die Schule der magischen Tiere“ und ist damit Mutter gleich mehrerer Kinderheld_innen. Was diese ausmacht und wie sie entstehen, berichtet sie im Doppelinterview mit einem ihrer Fans, der 12-jährigen Delia.

Als moderne Ikonen zählen auch Prominente, für viele sind sie Vorbilder. Was bedeutet das aber, wenn es um den Bereich Gesundheit geht? Welche Effekte hat es, wenn Promis eine Krankheit oder eine Operation öffentlich machen? Marlis Prinzing untersucht dies in ihrem Beitrag. Körperliche und psychische Auswirkungen hat auch die Selbstdarstellung von Influencerinnen auf Instagram und Youtube, das zeigt Maya Götz in ihrem zweiten Beitrag in diesem Heft. Die modernen Heldinnen präsentieren sich stets makellos. Eine Selbstinszenierung, die viele der jungen Fans u. a. mit Hilfe von Filter-Apps nachzuahmen versuchen – leider mit Konsequenzen für ihr Selbstbild.

Literatur

- Gesellschaft für deutsche Sprache (GfdS) (2018): *Bedeutung von Ikone*. In: *Der Sprachdienst*, H.2. <https://gfdS.de/9665-2/>.
- Kahlweit, Cathrin (2017): *Kein Platz für Helden vor der Wiener Hofburg*. In: *Süddeutsche Zeitung vom 21.2.* <https://www.sueddeutsche.de/politik/oesterreich-kein-platz-fuer-helden-vor-der-wiener-hofburg-1.3387151>.
- Pollmann, Arnd (2019): *Neue Heldinnen hat das Land!* In: *Deutschlandfunk Kultur vom 7.7.* https://www.deutschlandfunkkultur.de/philosophischer-kommentar-neue-heldinnen-hat-das-land.2162.de.html?dram:article_id=453147.
- Thomä, Dieter (2017): *Unglücklich das Land, das keine Helden hat*. In: *Neue Zürcher Zeitung vom 22.5.* <https://www.nzz.ch/feuilleton/heldentum-ungluecklich-das-land-das-keine-helden-hat-ld.1295133>.

(Alle Internetquellen zuletzt aufgerufen am 21.7.2019)