

Kaspar Maase

Massenkunst und Böses – oder: George R. R. Martin und William Shakespeare

Zusammenfassung:

In der Konsum- und Populärkultur der Bundesrepublik finden seit einiger Zeit Geschichten mit Figuren, die als „böse“ betrachtet werden, besondere Aufmerksamkeit. Am Beispiel der medialen Debatte über erfolgreiche Film- und TV-Serien konstatiert der Beitrag einen markanten Diskurswandel. Während noch in den 1980ern kritische und besorgte Kommentare (etwa zu neuen Formaten der Privatsender) überwiegend moralisch urteilten, werden inzwischen problematische Entwicklungen in den Massenkünsten zunehmend nüchtern erörtert. Ästhetische Betrachtungen zur Attraktivität des (dargestellten) Bösen geben den Ton an; aus der Sicht des Autors bringen sie ernst zu nehmende Argumente vor.

1 Kunst und Konsum – eine Vorbemerkung

Viele Kulturwissenschaftlerinnen und Kulturwissenschaftler vermeiden es, soweit irgendwie möglich, auf ihre Gegenstände Bezeichnungen wie „VerbraucherInnen“, „KonsumentenInnen“ und „Konsum“ anzuwenden. Sie befürchten, dass dabei eine wesentliche Besonderheit kultureller Phänomene – auch wenn sie als Waren auf Märkten gehandelt werden – missachtet wird: Es handelt sich um ästhetische und symbolische Artefakte und damit im semiologischen Sinn um Texte (Hesmondhalgh 2013). Gewiss werden die meisten Güter des privaten Gebrauchs heutzutage gezielt mit Bedeutungen aufgeladen (Schrage 2009) und ästhetisiert (Böhme 2008). Kulturwaren jedoch sind *primär auf ästhetische und symbolische Nutzung hin angelegt*, ihr Gebrauchswert liegt in ihrem Imaginationspotenzial – nicht in der physisch-materiellen Handhabung. Das gilt auch für die ökonomisch durchaus gewichtige Menge der Produkte, in denen sich in der modernen Massenkultur die Angebote für Unterhaltung und Vergnügung vergegenständlichen – Bücher und Konzerte ebenso wie DVDs und die digitalen Informationspakete, deren Rezeption auf privaten Geräten wir bezahlen (vulgo: Streaming von Filmen, Musik und Computerspielen).

Der Kulturwissenschaftler John Fiske (1989) hat die Differenz, um die es geht, vereinfacht im Modell von „two economies“ der Populärkultur auf den Punkt gebracht. In der monetären Wirtschaft zirkulieren kulturelle Produkte als Waren, die Herstellern und Händlern Gewinn bringen sollen. Dieser Kreislauf endet, sobald die Güter Käuferin oder Käufer gefunden haben. Wenn diese Bewegung abgeschlossen ist, beginnen erst die Prozesse der kulturellen Wirtschaft. Dort ist das Produkt nicht Ware, sondern ein kommunikativer Text mit einem Potenzial an Bedeutungen und Vergnügen („pleasure“). Hier setzt der eigentliche produktive Gebrauch durch Nutzerinnen und Nutzer an. Sie erzeugen in ihrer ästhetisch-symbolischen Aneignung und in der Anschlusskommunikation eigene Lesarten. Deswegen ziehen Kulturwissenschaftlerinnen und Kulturwissenschaftler es vor, Personen, die Geld für Angebote zur Unterhaltung und Vergnügung, insbesondere für die modernen Massenkünste (Maase 2019) ausgeben, als NutzerInnen zu bezeichnen. Damit sollen die aktiven und kreativen Dimensionen des Umgangs akzentuiert werden (Ege 2019), die den ‚Konsum‘ eines Musikvideos von dem einer Tiefkühlpizza unterscheiden.

2 Sympathy for the Devil?

Die Bedeutungen, die im Umgang mit Texten der Massenkunst erzeugt werden, sind so vielfältig wie die Gesamtheit der Denkmöglichkeiten, die Europa in globalen Prozessen kulturellen Transfers aufgenommen hat. Sie sind so divers und gegensätzlich wie alles, was heute in Deutschland politisch und moralisch kommuniziert wird. Die Aneignung populärkultureller Texte muss also fraglos viele dunkle Seiten aufweisen. Tatsächlich legen es viele rezente und aktuelle Ereignisse nahe, hier aufmerksam zu sein. Schließlich werden problematische Lesarten kultureller Texte von den Rezipientinnen und Rezipienten nicht völlig willkürlich erzeugt: Sie reagieren auf die Interpretationsangebote, die von den Texten nahegelegt werden, und sie speisen sich aus der medialen Debatte, die viele populäre Texte umgibt – aus professioneller Kritik ebenso wie aus den Social Media.

Dieser Beitrag schaut anhand einiger Beispiele auf den Umgang der Populärkultur mit Phänomenen, die in Philosophie und Religion wie in öffentlichen und Alltagsdebatten dem „Bösen“ zugeordnet werden. Als Material dienen erfolgreiche Filme und TV-Serien der letzten Jahre. Genauer: Ich schaue auf *Einstellungen und Praktiken von Kritik und NutzerInnen* angesichts von Geschichten, die das Böse in der Menschenwelt und unser Verhalten ihm gegenüber ins Zentrum stellen. Wie steht es um das Potenzial dieser

Texte, RezipientInnen durch die Darstellung böser Figuren und böser Handlungen zu faszinieren, und welche Gefahren könnten darin liegen?

Mit guten Gründen steht im Zentrum der Debatten ein meist als Faszination bezeichnetes Phänomen. Was damit gemeint ist, ist leichter mit Metaphern einzukreisen, als nüchtern zu definieren. Es geht um eine Anziehungskraft, die als mächtiger im Vergleich zum eigenen Willen empfunden wird. Formeln wie verzaubern, in den Bann ziehen, bezirzen liegen nahe; der übermächtige, unwiderstehliche Gesang der Sirenen ist das klassische literarische Beispiel. Anziehung und Lust, die rationale und moralische Vorbehalte und selbst Ablehnung überwältigen – genau darin besteht aus analytischer Perspektive die Herausforderung der Phänomene, von denen hier die Rede ist. Denn mit der ausdrücklichen Frage nach dem Bösen betritt man Deutungsräume, die sich wesentlich unterscheiden von dem gängigen Krimigenre, das inzwischen Fernsehfiktion und Populärliteratur dominiert. Dort geht es zumeist ‚nur‘ um schädliches und schändliches Tun; die TäterInnen sollen gefunden und gerecht bestraft werden. Die Herausforderung des Bösen und seiner narrativen Darstellung besteht jedoch darin: Figuren, die so handeln, üben eine Anziehungskraft aus, die gegen unsere moralische Ordnung steht. Sie verstoßen nicht aus Affekt oder Gier, aus Rache oder fehlverstandenen guten Absichten gegen die Regeln humanen Zusammenlebens, sondern weil sie böse handeln wollen und genießen, es zu können.

Die problematische Faszination ist schwer zu messen; es gibt keine ‚objektiven‘ Indikatoren und Maßzahlen. Festzustellen ist allerdings breite Übereinstimmung im empirischen Befund: Gegenwärtig kommen nicht nur Einzelne, sondern anscheinend viele nicht los von solchen Figuren und Geschichten. Die öffentlich zugängliche Kommunikation zeigt: Wir beschäftigen uns kollektiv mit ihnen. Statt genuin und unbestritten böses Tun kurz und entschieden abzutun, müssen wir feststellen: Diese Figuren ziehen auf eine Weise unser Interesse, unsere Neugier auf sich, die anscheinend unabhängig ist von unserem eindeutigen moralischen Empfinden. Wir versuchen, sie trotz klarer Ablehnung wenigstens ein Stück weit zu verstehen, und entdecken nicht nur bei anderen sogar etwas wie sympathische Gefühle, eine unerlaubte Verbundenheit.

In der jüngeren Film- und Fernsehgeschichte gab und gibt es einige solcher Bösewichte, die ZuschauerInnen in den Bann ziehen. Denken wir etwa an Francis und Claire Underwood, die in *House of Cards* (2013–2018) auf dem Weg zum höchsten Staatsamt vor keinem Schurkenstreich bis zum Mord zurückschrecken – und damit eine gewaltige Fanggemeinde gewannen. Oder an Walter White aus der weltweit gefeierten Serie *Breaking Bad* (2008–2013), den krebskranken Chemielehrer, der in eine Karriere als Drogenkocher rutscht und sich dann – gesunder! – zum teuflisch planenden

Verbrecher „Heisenberg“ stilisiert. In dieser Serie inszeniert der Protagonist seine Morde ingenios und genießt es, dass er dazu fähig ist. Beliebtheit und Faszination tut das keinen Abbruch, es ist eher das Gegenteil der Fall.

Ein weiteres Beispiel für den Aufstieg eines bösen Akteurs in der Publikumsgunst ist die Figur des Jokers aus dem *Batman*-Universum. Ursprünglich war er als Nebenrolle angelegt. Als genialisch-psychopathischer Bösewicht jeweils eindrucksvoll verkörpert, fand er beim Publikum der Blockbuster *Batman* (1989, R.: Tim Burton; Darsteller: Jack Nicholson) und *The Dark Knight* (2008, R.: Christopher Nolan; Darsteller: Heath Ledger) zunehmend Resonanz und gewann in den Filmen an Statur. In *Joker* (2019, R.: Todd Phillips; Darsteller: Joaquin Phoenix) spielte er 2019 dann die Hauptrolle. Der Film gewann den *Goldenen Löwen* auf dem Festival in Venedig, und 2020 erhielt der Schauspieler Joaquin Phoenix für seine Interpretation der Figur den *Oscar*. Der Joker ist nun „ein leidender Außenseiter“, „den als Kind die Verhältnisse gebeutelt haben, [sic] und der jetzt, wo er als Erwachsener mit Blessuren durchs Leben schwankt, weiter an den Verhältnissen zerbricht. Bis er zurückschlägt“ – so die taz (2019). Das Motiv der Revanche an der ungerechten Gesellschaft und das Mitgefühl des Publikums mit der traumatisierten Figur verbinden sich hier untrennbar mit der Faszination des Bösen.

Mit der Super-Serie *Game of Thrones* (*GoT*; 2011–2019) wurde nach Meinung vieler eine neue Stufe erreicht; weltweit haben sich Fans für die Filme und ihre Figuren engagiert und eine beispiellose Debatte befördert, in der Fragen der Moral der Handelnden einen herausragenden Platz einnahmen. In *GoT* stehen nicht mehr einzelne Figuren im Vordergrund, die als Verbrecher die etablierte Ordnung herausfordern, sondern eine ganze grausame Welt. Wir erleben ein vielfältiges, visuell überwältigendes und gnadenlos dunkles Universum, in dem man jeder Figur jede Untat zutrauen muss. Genau hieraus speist sich ganz wesentlich die Faszination, die die Serie ausübt. Allseits geliebte Hauptcharaktere können genauso wie unsympathische jederzeit und ohne Vorwarnung zu Gewaltopfern werden. Ebenso können Figuren, denen man nie etwas Böses zugetraut hätte, sich als schändliche Intrinsicanten oder sadistische Folterer entpuppen. In der Welt von *GoT* scheint es schlichtweg unmöglich, dass eine Person rein und gut bleiben könnte. Zuschauerinnen und Zuschauer müssen jederzeit mit allem und insbesondere mit dem Hässlichsten rechnen.

Genau das scheint das Alleinstellungsmerkmal der Serie und den eigentlichen Reiz der *GoT*-Welt auszumachen: Keine Person, wie immer ihre Stellung oder ihr Hintergrund, kann hier tugendhaft oder auch nur sauber bleiben. So traf die Wandlung der Identifikationsfigur Daenerys Targaryen, die über Staffeln hinweg wegen ihrer Güte und Gerechtigkeit Sympathien mo-

bilisierte, zur Zerstörerin und Massenmörderin die Fangemeinde hart. Auch an ihr wurde deutlich, dass in der Welt von *GoT* keine verlässlichen moralischen Ordnungen funktionieren.

Ohne Frage hat die Serie mit ihrer hinreißenden visuellen Fantasie bei der Schaffung fremder Welten und Atmosphären, mit einfallsreichen und opulenten Action- und Kampfszenen sowie mit teilweise geschliffenen Dialogen handwerklich Maßstäbe gesetzt. Den primären Grund für den großen Erfolg beim Publikum wie bei der Kritik (und auch in meinem Bekannten- und KollegInnenkreis) bildet jedoch das herausfordernde Grundprinzip der gesamten Saga; Giersch (2015) hat es kurz und treffend so formuliert: „Dass das Böse immer wieder siegt. Und noch viel besser: dass es eigentlich gar keinen Unterschied gibt zwischen Gut und Böse.“ Zugespitzt könnte man formulieren: Das ist der heutige Status des Bösen in wichtigen, attraktiven Segmenten der Populärkultur.

3 Kein neues Phänomen

Doch können Präsenz und Faszination des Bösen abhängig machen? Mit dem Suchtbegriff bin ich als Alltagsforscher sehr vorsichtig. Gerade in den Kampagnen gegen den Aufstieg der modernen Populärkultur war seit dem Kampf gegen die „Lesesucht“ im ausgehenden 18. Jahrhundert (Künast 2013) immer wieder von Sucht die Rede – oft völlig verantwortungslos, rein distinktiv und aggressiv stigmatisierend (Maase 2007, 2012; Rühr & Kuhn 2013; vgl. auch den Beitrag von Tobias Matzner (2020) in diesem Band). Das ändert allerdings nichts an den gewichtigen Belegen dafür, dass die Faszination des Bösen im rezenten Umgang mit Populärkultur eine erstrangige Rolle spielt. Was das *genau* bedeutet, wie es sich im Vergleich mit ähnlichen Phänomenen der Kulturgeschichte darstellt, das bedarf allerdings weiterer Untersuchung.

Da wäre etwa zu erinnern an Sweeney Todd, den mörderischen Barbier aus der Fleet Street. Wer seinem Rasiermesser zum Opfer fiel, wurde anschließend von der Nachbarin zu Pasteten verarbeitet. Seit dem Erscheinen des Groschenromans *A String of Pearls* im Jahr 1846 gehört die Figur zu den immergrünen Legenden der englischsprachigen Populärkultur – anhaltend vermarktet im Druck und auf der Bühne, für das Fernsehen und die große Leinwand (Art. Sweeney Todd 2020). Gemessen an den feudalen VerbrecherInnen von *GoT* handelt es sich um eine geradezu kleinbürgerliche Gewaltfantasie – die aber dem Interesse des Unterhaltungsgewerbes und dem Erfolg beim Publikum keinen Abbruch tat. Genannt seien hier nur das Broadway-Musical *Sweeney Todd* mit den Songs von Stephen Sondheim (1979)

und der darauf aufbauende Film *Sweeney Todd – The Demon Barber of Fleet Street* mit Johnny Depp und Helena Bonham Carter in den Hauptrollen (R: Tim Burton, 2007).

Ohne hier in die Tiefe gehen zu können, ist zu konstatieren: Die Faszination des Bösen ist fester Bestandteil der modernen westlichen Populärkultur seit ihren Anfängen im 19. Jahrhundert.

4 Wandel der Bewertung

Die Frage, die dieser Beitrag verfolgt, ist sozusagen zweistufig. Bisher ging es um empirische Befunde; sie bestätigen eine anhaltende, wenn nicht sogar (zumindest medial) gesteigerte Präferenz großer Teile des Publikums. Allerdings reagieren moderne westliche Gesellschaften auch an dieser Stelle hoch reflexiv: Die Populärkultur und deren NutzerInnen wurden von der etablierten Kultur und der bürgerlichen Öffentlichkeit ständig beobachtet; die Texte wie die vermuteten Neigungen und Reaktionen von LeserInnen und ZuschauerInnen waren Gegenstand von Zeitdiagnosen und Debatten bis in die Parlamente hinein. Immer wieder stellte man sich die Frage: Wie bedrohlich für unsere moralische und soziale Ordnung ist die diagnostizierte breite Faszination für das – dargestellte – Böse? Das führte häufig zur Folgefrage: Was kann, was muss man dagegen tun?

In dieser Hinsicht konstatiert die historische Betrachtung nun einen markanten Kontinuitätsbruch bei den tonangebenden Einschätzungen und Bewertungen. Kurz gesagt: Heute wird hier kaum noch ein größeres Problem gesehen. Lautstarke Besorgnis oder Aufforderungen zum Eingreifen sind in der neueren gesellschaftlichen Debatte über die skizzierten Tendenzen marginal. Feuilleton und Wissenschaft kommen allenfalls vereinzelt zu Diagnosen von der Art, die Historiker der Populärkultur erwarten würden: „problematisch“, gefährliche Faszination“, „Normalisierung des Bösen“, „Verherrlichung der Amoral“. Vielmehr dominieren Lesarten, die die Anziehungskraft des Bösen in der Massenkultur sachlich konstatieren und unaufgeregert zu erklären versuchen (Rückert 2019). Man weist auf Bezüge zur Realität in der postsowjetischen Welt wie in westlichen Ländern hin. Zugespielt: Deutlich häufiger wird *GoT*, das auf dem literarischen Universum von George R.R. Martin beruht (May et al. 2016), mit Shakespeares Königsdramen verglichen, als dass man uns vor Gefahren für die gesellschaftliche Moral warnen würde.

Aus historischer Perspektive ist diese Beobachtung geradezu aufregend. Deutschland blickt zurück auf mehr als ein Jahrhundert massiver Feldzüge, Gesetzgebung eingeschlossen, gegen Populärkultur als Wegbereiter morali-

scher Degradation und der Kulturzerstörung (Fischer et al. 1996; Maase 2012; Otto 2008). Diese Kampagnen und Ausbrüche moralischer Panik hatten nach der Etablierung des kommerziellen Fernsehens 1984 einen bislang letzten Höhepunkt erreicht. Wie lässt es sich erklären, dass dieser Streit zum Erliegen gekommen ist? Sind die professionelle Kritik und die akademischen Kulturwissenschaften einfach erschöpft, oder sind sie selbst der Faszination des Bösen erlegen? Ich denke, keines von beiden, und stehe auch nicht an, vor dem Hintergrund antiliberal eingefärbter Schundkämpfe die gewandelte Sicht der intellektuellen Kulturwächter zu begrüßen.

5 Ein ästhetisches Phänomen?

Eine erste These zur Erklärung des Wandels im Diskurs über das Böse in der Populärkultur lautet: Die Argumentation hat sich vom Bezug zur Moral gelöst. Das meint nicht, dass Moralisches in der Öffentlichkeit und unter den Intellektuellen an Gewicht verloren hätte.¹ Vielmehr liegt Populärkultur, wie bereits früher schon die Welt der Kunst, nicht länger im Zuständigkeitsbereich ethischer Urteile. Modernitätstheoretisch argumentiert, werden im Zuge „funktionaler Differenzierung“ (Luhmann) Phänomene der Populärkultur zunehmend dem Geltungsanspruch der Moral entzogen und primär ästhetischer Bewertung unterstellt.

Zur Veranschaulichung beziehe ich mich auf ein Statement des Berliner Kulturphilosophen Thomas Macho (2012), das mir in vieler Hinsicht repräsentativ für den veränderten Diskurs erscheint. In einem Interview nannte er vor allem ästhetische Gründe für die Anziehungskraft des Bösen in der europäischen Kulturgeschichte. Unser großes Interesse entspreche zunächst einmal, so argumentiert er mit Ernst Bloch, der unbestreitbar „hohen Evidenz“ solcher Phänomene und ihrer Bedeutung für unser praktisches Leben. Wir geraten immer wieder in Situationen, in denen Menschen – nach unserem Urteil – anderen Böses tun.

Zur Alltagserfahrung tritt die ästhetische Wahrnehmung hinzu; Darstellungen bösen Tuns und seiner Folgen – Gewalt antun, Peinigen, Zerstören, Quälen – berühren und bewegen uns stärker als Darstellungen des Gegenteils. Hierauf beruht Macho (2012) zufolge die Tatsache, dass wir „sehr viel weniger großartige Bilder vom Himmel [haben] als von der Hölle.“ Er verweist auf die *Divina Commedia*. Wenn man mit Dante und Vergil „durch die

1 Allerdings ist zu überlegen, ob und wie die „Entmoralisierung“ der Betrachtung von Populärkultur mit der zunehmenden „ökologischen Moralisation“ anderer Bereiche des Alltagslebens zusammenhängt.

jenseitigen Gefilde wandert, stellt man fest, dass die Hölle besonders spannend und aufregend ist.“ Im Gefolge des Renaissance-Dichters hat auch die europäische Malerei schillernde und aufregende Bilder der Hölle entworfen. Himmlisches wirke im Vergleich stets eher langweilig.

Der Feststellung, dass es deutlich mehr und vor allem spektakulärere Möglichkeiten zum Böse- als zum Gutsein gibt, ist mit Blick auf die Künste schwer zu widersprechen. Die Aussage gilt aber auch für unser Bild vom menschlichen Zusammenleben. Hier begegnen wir ebenfalls deutlich mehr unterschiedlichen Möglichkeiten, böse zu sein als gut – und ‚abweichendes Verhalten‘ findet stets unverhältnismäßig große Aufmerksamkeit. Macho (2012) folgert daraus, „dass das Böse immer auch mit einem Individualisierungsversprechen verbunden war.“ Als Bösewicht lebt man sozusagen individueller, eher einzigartig, als wenn man mit den vielen dem Pfad der Tugend folgt.

An der Stelle ist mir wichtig: Im Kontext der Rede über populäre Kultur und Massenkünste ist „Böse sein“ vor allem als *Genuss ästhetischer Imaginationen* zu verstehen, als reizvolles Durchspielen dunkler Möglichkeiten anhand künstlerischer Vorgaben und mittels eigener Einbildungskraft. Schließlich sollte nicht unerwähnt bleiben: Böses gibt es nur, wo Gutes ist, genauer gesagt dort, wo das ethisch Gute die *dominanten* Regelwerke bestimmt. Das Böse bringt demgegenüber den Reiz des Seltenen ins Spiel, die Attraktivität des Besonderen. Daraus folgt für jegliche Beschäftigung mit dem Bösen in allen seinen Facetten: Nutzer und Nutzerinnen *unterscheiden Schauwert und Erlebnisqualität der Repräsentationen durchaus vom moralischen Wert des gezeigten Handelns*. Sie wissen, wenngleich nicht immer explizit, dass die Steigerung der Effekte – in kulturwissenschaftlicher Diktion: Überbietungspraktiken und Überbietungsgesten – ein grundlegendes Movens der modernen kommerziellen Populärkultur bildet.

Beim Blick auf die Kulturgeschichte wird einem bewusst: Es ist offenbar vergleichsweise leichter, sich immer neue und extreme Spielarten auszudenken, wie Böses getan werden kann; deswegen wird viel Kreativität in entsprechende Gattungen und Formen investiert. Wesentlich schwieriger ist es, den bekannten Weisen des Gutseins neue, interessante Seiten hinzuzufügen. Das verlangt anscheinend erheblich mehr künstlerische Fantasie. Denken wir nur an den christlichen Heiligenkalender. Die Schilderung der guten Taten bietet recht wenig Abwechslung, während die Varianten von Gewalt und Folter, die die Märtyrer erleiden, ebenso erschreckend wie unerschöpflich erscheinen.

Macho (2012) geht nur am Rande auf Populärkulturelles ein. Ich bin mir aber sicher, gegen eine Ausweitung seiner Argumentation auf die Massenkünste würde er nicht protestieren. Er stünde damit auch nicht allein;

angesichts der sogenannten Qualitätsserien des Fernsehens (Frizzoni 2012) sind Vergleiche mit dem etablierten Kanon der Kulturgeschichte geradezu Standard der Kritik geworden. Zwei Implikationen dieser veränderten Betrachtungsweise möchte ich herausleuchten. Erstens: Dante, Shakespeare, Dostojewski, Brueghel – wenn Kulturwissenschaftler und Kulturwissenschaftlerinnen solche Namen in der Diskussion von TV-Serien und Kinoblockbustern als Referenz heranziehen, dann heißt das: Texte der Massenkultur werden ohne Einschränkung als Kunst betrachtet; man analysiert sie mit denselben Instrumenten und beurteilt sie mit denselben oder zumindest strukturgleichen Maßstäben, die man an den Kanon der Meisterwerke anlegt.

Das schließt einen weiteren Anerkennungsprozess ein, der nicht sofort ins Auge springt: Dem „Massenpublikum“ wird die Fähigkeit zu kompetenter ästhetischer Wahrnehmung zugesprochen. Man traut ihm grundsätzlich zu, mit Darstellungen des Bösen ebenso souverän umzugehen wie die NutzerInnen des europäischen Kanons es tun, wenn sie ins Theater oder in ihre private Bibliothek gehen, um Dramen von Aischylos, Sophokles oder Euripides zu genießen. Werke dieser Autoren setzten Maßstäbe für die auf sie folgende Hochkultur in Europa – auch mit der ‚handwerklichen‘ Grundeinsicht, dass Gewalt und Schandtaten das beste Material liefern, um sich künstlerisch mit moralischen Grundfragen auseinanderzusetzen und das Publikum wirklich zu berühren. „Jammer und Schaudern“, so lautet in neuerer Übersetzung das klassische Rezept des Aristoteles in Abschnitt 6 seiner *Poetik*, um eine ethische Selbstreinigung des Publikums auszulösen.

Entgegen der Sorge, ein ästhetisches Ernstnehmen des Populären würde zur Nivellierung der Unterschiede zwischen großer und trivialer Kunst führen, sehe ich hier vor allem eine Chance. Einflussreichen Werken ernsthafte analytische Betrachtung zu verweigern, indem man sie vor aller seriösen Prüfung bereits als betrachtungsunwürdig aussortiert, kann ja nicht das Vorgehen von Wissenschaften sein. In allen Medien und auf allen ‚Niveaus‘ gibt es Produkte, die misslingen oder über deren Botschaft öffentlich zu streiten ist. Das ästhetische Ernstnehmen jener Tendenzen, die man verkürzt als Faszination des Bösen in der Populärkultur bezeichnet, ermöglicht es, empirisch näher heranzukommen an die höchst gemischten Gefühle und Erwartungen der NutzerInnen. Diesbezüglich unterscheiden sich, das wäre meine Hypothese, die LeserInnen skandinavischer Krimis gar nicht so sehr von den Fans der drastisch-opulenten Darstellung ‚westlicher Dekadenz‘ bei Michel Houellebecq.

Die zweite Implikation des ästhetischen Zugriffs auf Massenkünste lautet: Damit werden moralische Fragen und auch Besorgnisse angesichts der Befunde ja nicht überflüssig oder gar deplatziert. Wie beurteilen wir die

massive Präsenz von Gewalt und Unmenschlichkeit in jenen Medien, die im Unterschied zu den etablierten Kultureinrichtungen die große Mehrheit der Bevölkerung erreichen? Die Debatte, wie wir als Gesellschaft mit dieser Tatsache umgehen wollen und können, ist durch die Anerkennung des grundlegend *ästhetischen* Verhältnisses zum Bösen nicht erledigt. Was sagt es über ein Gemeinwesen aus, wenn Gewalt, Vernichtung, Entwürdigung und Mord den mit Abstand wichtigsten Stoff ihrer ästhetischen Auseinandersetzung mit der Welt bilden?

Daran knüpft sich eine abschließende Frage: Was hat eigentlich das Böse in Horror- und Zombiefilmen, in Fantasyabenteuern und im Hirn von Hannibal Lecter mit den Realitäten des Bösen in der Welt des Jahres 2020 zu tun? Macho (2012) konstatiert: „... in der Wirklichkeit geht es darum, dass halbe Kontinente am Verhungern sind und dass wir die Bilder gar nicht mehr sehen wollen von den bleistiftdünnen Ärmchen von Kindern, die noch zwei, drei Tage zu leben haben, und dergleichen mehr. Von daher habe ich das Gefühl, dass das, was ... uns fasziniert und das, was man als böse jetzt in einem gesellschaftlichen Sinn bekämpfen muss, ... immer weniger miteinander zu tun hat.“ Eine zugespitzte Warndiagnose könnte lauten: Achtung, auch die Ästhetik des Bösen kann eine Spielform des Eskapismus und der Wirklichkeitsverleugnung darstellen. Wir flüchten vor den beschämenden Zuständen der Welt in die Fantasie-Universen des Bösen.

Wie angedeutet: Populärkultur und Massenkünste sind Waren, Produkte einer erfolgreich gewinnorientierten Wirtschaftsbranche. Angesichts der Realitäten des Geschäfts mit Darstellungen des Bösen könnte es hilfreich sein, die strukturellen Schwächen des Guten in der westlichen Welt anzuerkennen. Gerade im Kontext von Massenmärkten ist die zähe Behauptungskraft humaner moralischer Prinzipien – in unseren Medien, in unserem Weltbild und nicht zuletzt im gewöhnlichen Leben – zu bewundern. Es ist keineswegs selbstverständlich, wenn das Gute in einer Welt gnadenloser Konkurrenzmechanismen die Alltagsmoral noch derart dominiert, dass faszinierende Darstellungen des Bösen Unbehagen und Versuche zur Gegenwehr auslösen. Um das zu unterstützen, könnte man bei der Produktion der Massenkünste, bei der Gestaltung ihrer Geschichten und Figuren, vielleicht etwas mehr Einfallsreichtum mobilisieren. Auch das Gute ist in der Konsumgesellschaft vielfältig, alltagstauglich, witzig, überraschend und – selbstverständlich – immer mal wieder auch spektakulär und faszinierend darzustellen.

Literatur

- Art. „Sweeney Todd“ (2020). Verfügbar unter https://de.wikipedia.org/wiki/Sweeney_Todd [8.4.2020].
- Böhme, G. (2018). Zur Kritik der ästhetischen Ökonomie. In: Maase, K. (Hrsg.), *Die Schönheiten des Populären. Ästhetische Erfahrung der Gegenwart* (S. 28–41). Frankfurt/New York: Campus.
- Ege, M. (2019). Zwischen Aneignungseuphorie und Austeritätsethnografie. Wohin bewegt sich die (empirisch-)kulturwissenschaftliche & europäisch-ethnologische Konsumforschung? In: D. Hohnsträter & S. Krankenhagen (Hrsg.), *Konsumkultur. Eine Standortbestimmung* (S. 77–102). Berlin: Kulturverlag Kadmos.
- Fischer, H.-D., Niemann, J. & Stodiek, O. (1996). *100 Jahre Medien-Gewalt-Diskussion in Deutschland. Synopse und Bibliographie zu einer zyklischen Entrüstung*. Frankfurt a.M.: IMK.
- Fiske, J. (1989). *Understanding Popular Culture*. Boston: Unwin Hyman.
- Frizzoni, B. (2012). Zwischen Trash-TV und Quality-TV: Wertediskurse zu serieller Unterhaltung. In: F. Kelleter (Hrsg.), *Populäre Serialität: Narration – Evolution – Distinktion* (S. 339–351). Bielefeld: Transcript.
- Giersch, T. (2015). „*Es ist doch bloß ein Spiel*“. Verfügbar unter https://www.handelsblatt.com/art_s_und_style/lifestyle/tv-film/5-staffel-game-of-thrones-es-ist-doch-bloss-ein-spiel/11611634.html?ticket=ST-30621375-GeawCbdhzeBVm2JUBJrk-ap3 [8.4.2020].
- Hesmondhalgh, D. (2013). *The cultural industries* (3rd. ed.). Los Angeles: Sage.
- Künast, H.-J. (2013). Lesen macht krank und kann tödlich sein: Lesesucht und Selbstmord um 1800. In S. Rühr & A. Kuhn (Hrsg.), *Sinn und Unsinn des Lesens. Gegenstände, Darstellungen und Argumente aus Geschichte und Gegenwart* (S. 121–141). Göttingen: V&R Unipress in Vandenhoeck & Ruprecht.
- Maase, K. (2007). *Grenzenloses Vergnügen. Der Aufstieg der Massenkultur 1850–1970* (4. Aufl.). Frankfurt a.M.: S. Fischer.
- Maase, K. (2012). *Die Kinder der Massenkultur. Kontroversen um Schmutz und Schund seit dem Kaiserreich*. Frankfurt/New York: Campus.
- Maase, K. (2019). *Populärkulturforschung. Eine Einführung*. Bielefeld: Transcript.
- Macho, T. (2012). *Das „Individualisierungsversprechen“ des Bösen*. Verfügbar unter https://www.deutschlandfunkkultur.de/das-individualisierungsversprechen-des-boesen.954.de.html?dram:article_id=147133 [8.4.2020].
- Matzner, T. (2020). *Mediensucht? Über die Medikalisierung der Mediennutzung in Suchtdebatten*. In: L. Heidbrink & A. Gröppel-Klein (Hrsg.), *Die dunklen Seiten des Konsums* (S. 37-45). Baden-Baden: Nomos.
- May, M., Baumann, M., Baumgärtner, R. & Eder, T. (Hrsg.) (2016). *Die Welt von „Game of Thrones“. Kulturwissenschaftliche Perspektiven auf George R. R. Martins „A Song of Ice and Fire“*. Bielefeld: Transcript.
- Otto, I. (2008). *Aggressive Medien. Zur Geschichte des Wissens über Mediengewalt*. Bielefeld: Transcript.

- Rückert, S. (2019). *Das Böse – Je friedlicher, desto blutrünstiger. Wie kommt es, dass in Deutschland immer weniger Menschen ermordet und totgeschlagen werden – in Büchern und Filmen aber immer mehr?* Verfügbar unter <https://www.zeit.de/2019/48/das-boese-gewalt-mord-totschlag> [8.4.2020].
- Rühr, S. & Kuhn, A. (Hrsg.) (2013). *Sinn und Unsinn des Lesens. Gegenstände, Darstellungen und Argumente aus Geschichte und Gegenwart*. Göttingen: V&R Unipress in Vandenhoeck & Ruprecht.
- Schrage, D. (2009). *Die Verfügbarkeit der Dinge. Eine historische Soziologie des Konsums*. Frankfurt/New York: Campus.
- taz (2019). „Der Joker‘ triumphiert“. Verfügbar unter <https://taz.de/Filmfestspiele-in-Venedig-end-en/!5621041/> [8.4.2020].