

Mythen, Stars, Idole

Hansjörg Hofrichter

Der Begriff Mythos ist alt und weist in die Vergangenheit. Alte Mythen reden von einem Einst, meinen aber ein Jetzt. Wie aber entstehen neue Mythen, was haben sie mit den alten gemein – und spielen sie in der Pädagogik eine Rolle? Eine abschließende Antwort wird man darauf nicht geben können, das Thema ist im Fluss und aktueller Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchungen.¹

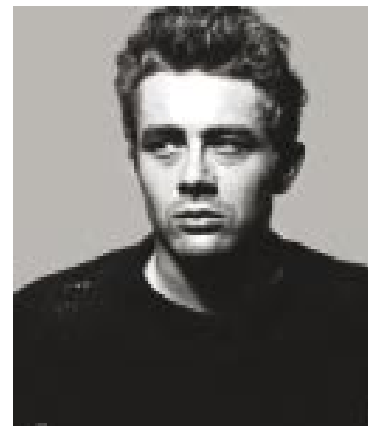
Die Umgangssprache hat ihren Wortschatz um den Begriff Mythos erweitert. Er durchzieht maßgebliche Bereiche unseres Lebens.² Schon lange begegnen wir ihm nicht nur mehr in der Literatur, sondern in Politik, Sport, Film, Werbung und bei sensationellen Ereignissen – oder solchen, die zu einer Sensation gemacht werden sollen.³

Die Beschäftigung mit dem Mythosbegriff wäre leichter, wenn er keine Vergangenheit hätte. Da er aber in der Antike wurzelt, fällt es schwer, unbefangen mit ihm umzugehen. Immer wieder wird das traditionelle Mythosverständnis, die Begrifflichkeit aus der Philosophie zum Maß genommen und in der Folge versucht, den Begriff »sauber« und »wissenschaftlich scharf« zu halten. Er hat aber durch den inflationären und teils chaotischen Gebrauch eine neue Sinn- und Zweckerfüllung erfahren, wobei fallweise einzelne Motive des ursprünglichen Verständnisses durchschimmern.

Längst gibt es keine inhaltlichen, sondern nur noch formale Grenzen; fast jeder und alles kann Mythos werden, aber immer geht es um eine Botschaft.⁴ Das verleiht dem Ganzen etwas Kreatives: »Ich mache meinen Mythos«, oder gar »Ich mache mich selbst (bewusst oder unbewusst) zum Mythos.« Diese Be-



Aktuelle »Spiegel-Kultur«-Ausgabe:
»Wie aus Menschen Idole werden«



Mythos James Dean

trachtungsweise hebt die Grenze zwischen Hoch- und Massenkultur auf, und ein weites Spektrum der Gegenwartskultur tut sich auf. Aus der Fülle der Möglichkeiten möchte ich auf einige Beispiele hinweisen:

Star, Idol, Leitbild, Mythos

Aus der Pop- und Filmkultur und/oder Regenbogenpresse lassen sich viele Namen nennen: James Dean, John Wayne, Marilyn Monroe usw. Besonders typisch ist das Phänomen *Lady Diana*:

Die »Königin der Herzen« wurde schon zu Lebzeiten zum Mythos. Vom – zwar adeligen und durchaus wohlhabenden – Kindermädchen stieg sie auf zur Frau des englischen Thronfolgers. Die prunkvolle Hochzeit in Westminster, auf das Schönste inszeniert und natürlich in alle Welt übertragen, prägte sich als Bild tief in die Seelen vieler Zeitgenossen und verlieh Lady Di eine erste Überhöhung – bis zur Geburt der beiden Prinzen. Zwar waren somit, rein äußerlich, Ehe und Monarchie stabilisiert. Das dann aber zunehmend offenkundige Missglücken der ehelichen Beziehung von Diana und Charles brachte nicht nur Schaden für das Ansehen des Königshauses, sondern degradierte auch Diana von der Traumprinzessin zur betrogenen, gedemütigten Frau, wenn auch in Samt und Seide. Als Lady Di sich dann entschied, fortan nur noch »Königin der Herzen« zu sein, begann sie auch, ihr Bild in der Öffentlichkeit selbst zu steuern. Und die Bildmedien zeigten willig: Lady Di am Krankenbett von AIDS-Opfern, Lady Di bei hungrigen Kindern in Afrika, Lady Di im Einsatz gegen Landminen, immer voll glaubwürdigem Mitgefühl. Als sich 1997 unter den Objektiven Hunderter Fotografen zwei berühmte Frauen in New York trafen, um Erfahrungen über ihr humanitäres Wirken auszutauschen, ahnte noch niemand: Beide, Prinzessin Diana und Mutter Teresa, waren ein halbes Jahr später tot. Auf dem Weg zum Mythos war der tragische Autounfall 1997 in Paris, bei dem Di und ihr Liebhaber ums Leben kamen, ein entscheidender Faktor. Nachrichtensendungen wurden – auch in Deutschland – für diese Meldung unterbrochen. Der Bildhunger wurde durch Veröffentlichung unzähliger Fotos mit allen Details in den Medien gestillt. Jahrelange Untersuchungen der Unfallumstände folgten. Kann es sein, dass die »Königin der Herzen« einfach so durch Zufall verunglückt? Sind da nicht interessierte Mächte im Spiel? Auf die Vielzahl der Vermutungen sei an dieser Stelle nur hingewiesen. Bis heute laufen Untersuchungen und bringen neue Schlagzeilen hervor (z. B. »War Lady Di schwanger?«). Di wurde unter größter öffentlicher Anteilnahme feierlich bestattet.



Lady Di, die »Königin der Herzen«

Auch hier nahm die Welt und nicht nur das Commonwealth bei der Übertragung in Sondersendungen teil. Ihre letzte Ruhestätte fand Lady Di auf einer künstlichen Insel in einem Teich im Park des Schlosses der Spencers in Althorp, dem Anwesen ihrer Vorfahren. Die Zahl der Besucher dieser Grabstätte ist zwar rückläufig (sie betrug im Jahr 1998 150.000, 2003 waren es 80.000), dennoch tut man gut daran, sich mindestens ein halbes Jahr vorher anzumelden.

Die Königin der Herzen lebt also in den Herzen vieler, auch junger Menschen weiter. Eine kürzlich durchgeführte Umfrage des Instituts für Demoskopie in Allensbach ergab, dass sie zu den wichtigsten Vorbildern der jungen Generation zählt: Auf Mutter Teresa mit 48% folgt Lady Di mit 33%.

Jassir Arafat, Terrorist und Friedensnobelpreisträger, Leitfigur des palästinensischen Freiheitskampfes



Schmückte in den 70er Jahren fast jede Studentenbude: Che Guevara

Der politische Mythos

Die Politik war stets ein fruchtbares Feld für die Entstehung von Mythen. Personenkult, Absolutismus und weitere gesellschaftliche Faktoren begünstigten diese Entwicklung. Längst vergangene Ereignisse wirken so bis in die Gegenwart. Etwa der Mythos um Napoleon (1769-1821), dessen erhaltene Haarsträhne bis heute jedesmal untersucht wird, wann immer ein neues Analyseverfahren entwickelt wird (Welche Rolle spielt das Arsen in seinen Haaren? Woran starb er wirklich? Wurde er ermordet?).

Aus neuerer Zeit sei der Mythos um John F. Kennedy (1917-1963) genannt. Auch ihn umgeben Geheimnisse. Die Diskussion um die Attentatsumstände kommt nicht zur Ruhe.

Besonders interessant ist das Beispiel Che Guevara (1928-1967), auf



Filmszene aus »Nomaden der Lüfte«: Im Hintergrund, die kurze Zeit später durch die Terroranschläge zerstörten Zwillimgstürme des World Trade Center in New York

das aus Platzgründen nur kurz eingegangen werden kann. Seine Wirkung ging weit über den politischen Raum hinaus: Er war ein Idol für die aufbrechende Jugend, gerade in Deutschland (68er-Bewegung). Sein Bild auf Postern und T-Shirts gehörte zu den beliebtesten und zierte nicht nur Studentenbuden. Jüngst lief der Film »Die Reise des jungen Che« an, der seine Entwicklung vom unbesorgten Herzensbrecher und Abenteurer zum ernstesten, politisch denkenden Mann nachzeichnet. Auf seiner Reise quer durch Lateinamerika erlebte er die Armut, die Unterdrückung, die Ausbeutung und Ungerechtigkeit, unter der die Landbevölkerung litt, hautnah mit; sie hinterließen nachhaltige Eindrücke bei ihm.

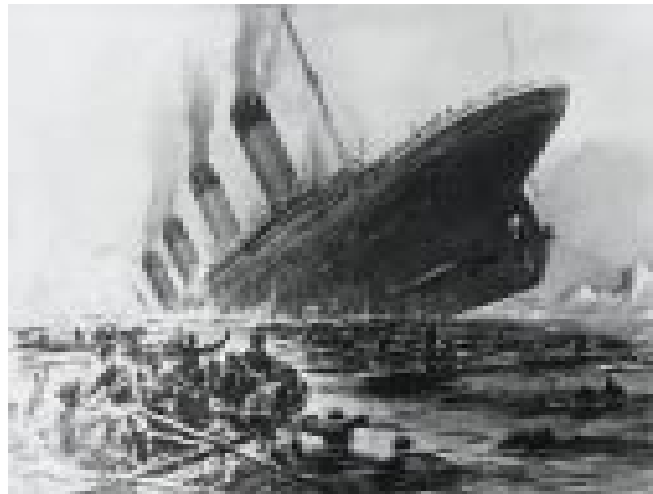
Insgesamt scheint diese Form der Mythenbildung jedoch abnehmend zu sein. Aber es gibt auch hier ein aktuelles Beispiel:

Jassir Arafat (1929-2004), der PLO-Chef und Palästinenserführer. Auch er verstand es, sich schon zu Lebzeiten als Mythos zu inszenieren.⁵ Stets war er von Geheimnissen umgeben. Das fängt schon bei seiner Herkunft an. Er behauptete stets, in Jerusalem geboren zu sein; Historiker sagen, er sei in Kairo als Sohn eines wohlhabenden Kaufmanns zur Welt gekommen. Welche Palette widersprüchlicher Bezeichnungen zeichnet hier einen Menschen und eine Biografie: Revolutionär, Terrorist, PLO-Chef, Präsident, Friedensnobelpreisträger! Bei der vor einigen Wochen aufgetretenen Krankheit gab es in den Medien viele Spekulationen, ausgelöst durch widersprüchliche Meldungen aus seiner Umgebung: Krebs, seltene Bluterkrankung, Hirnschlag ... Auch nach einer Woche Aufenthalt im Krankenhaus gab es noch keine Diagnose. Und während von der einen Seite sein Hirntod bekannt gegeben wird, behauptet seine Frau, eben noch mit ihm gesprochen zu haben. Und während er noch lebt oder aber auch in Wirklichkeit gerade gestorben

ist – wird erbittert darüber gestritten, wo er begraben werden soll oder darf. Parallel zu diesen Vorgängen wurden vor dem Militärhospital in Paris Altäre für Arafat errichtet. Es ist ihm nicht gelungen, wunschgemäß als Märtyrer zu sterben. Sein Traum wurde zur Vision eines Volkes, und damit wird mit seiner Person über seinen Tod hinaus sein Ideal – ein palästinensischer Staat – untrennbar verbunden bleiben. Die Tragik seines Kampfes und seines Scheiterns wird ihm und seinem Anliegen einen dauerhaften Platz in der Geschichte sichern.

Bei dem Begriffspaar Politik und Mythen muss wenigstens kurz auf das Phänomen der Mythologisierung politischer Ideologien eingegangen werden. Die in diesem Zusammenhang auftretenden Probleme sind in keiner Weise gelöst. Seit Alfred Rosenbergs »Mythus des 20. Jahrhunderts«, dem Seitenstück zu Hitlers »Mein Kampf«, sind Mythen auch politisch eine Realität. In Anbetracht der Anfälligkeit gegenüber rechtsextremistischen Ideen vor allem bei männlichen Jugendlichen, wie sie sich ja auch vor wenigen Monaten anlässlich der Landtagswahlen in Sachsen und Brandenburg zeigte, kann bisher nicht von einem wirklichen Erfolg der politischen Aufklärungsarbeit gesprochen werden. Dokumentation und Veröffentlichung grundlegender Tatsachen und Gräueltaten greifen hier ebenso zu kurz wie populäre Trivialisierungen nach Art der Filme »Der Untergang«⁶ oder »Schindlers Liste«⁷. Auch die Gedenkstättenpädagogik kann hier wenig ausrichten, weil sie leicht den Eindruck vermittelt, dass hier gute Menschen stellvertretend für alle gute Projekte machen. Es gehört aber zur Selbstinszenierung rechtsextremer Jugendlicher, »unbeirrbar« zu sein, sich nicht belehren zu lassen. Und Menschen mit aufklärungsresistenten Vorurteilsstrukturen lassen sich durch Besichtigungsfahrten nicht beirren. Hier stellt sich die Frage, ob die Begegnung mit Mythologischem eine tiefer gehende Erlebnisqualität vermitteln kann. Aus einer derartigen Erfahrung könnte sich eine Reflexion und Überwindung des derzeitigen Zustands ergeben. Schließlich leben wir in einer wissenschaftlich-technischen Welt mit einem großen empirischen Gewicht, die letztlich vergänglich ist. Was uns aber eigentlich bewegt, kommt in dieser Welt überhaupt nicht vor. Bei der Auseinandersetzung mit einem Mythos geht es um den Umgang mit Unbewusstem und Unbegriffenem, das sich nicht durch Vernunft, Rationalismus und Aufklärung

*Mythos Titanic:
Was als Höchstleistung technischer
Omnipotenz prominent gefeiert wurde,
zerschellte an einem banalen Eisberg*



erschließen lässt. Mythos ist immer von einem Hauch des »Ewigen«, der »Unsterblichkeit«, der »Transzendenz« umgeben und bezeichnet damit die Ebene, auf der die Frage nach den unbedingten Realitäten zu stellen ist, aus denen wir leben.⁸

Ereignismythen

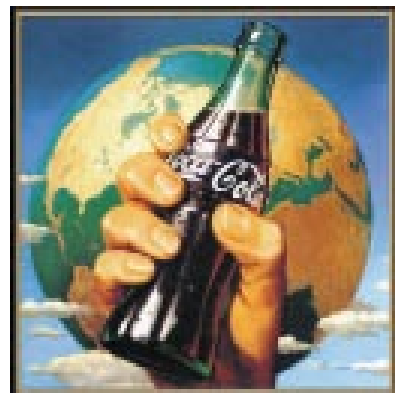
Das besondere an dieser Art von Mythos ist, dass nicht eine Person im Mittelpunkt steht. Zwei Beispiele:

Die Titanic. Eines der modernsten Schiffe seiner Zeit sinkt im April 1912 auf seiner Jungfernfahrt wegen einer Kollision mit einem Eisberg. 1500 Menschen ertrinken, darunter bekannte Persönlichkeiten, 711 werden gerettet. Berichte über tragische Schicksale und glückliche Rettungen folgen. Bis zum Tod der letzten Überlebenden Ende des 20. Jahrhunderts tauchte dieses Ereignis immer wieder in den Schlagzeilen auf. Siebzig Jahre nach dem Untergang wurde das Wrack in viertausend Metern Tiefe gefunden, Jahre später gelang es, hinab zu tauchen und Bilddokumente herzustellen. Dann wurden Artefakte geborgen, Ausstellungen organisiert, Romane geschrieben, Filme gedreht und Musik komponiert.⁹ Das Bild der Titanic steht bis heute für das Ausgeliefertsein des Menschen an die Technik und ihre Unzulänglichkeiten, und bei jedem katastrophalen Unfall drängt es sich in die Erinnerung (z. B. bei dem ICE-Unglück in Eschede).

Der 11. September. Ein Datum, das jeder kennt, die Jahreszahl zu nennen, erübrigt sich. Wie bei der Titanic gibt es nicht nur eine Person. Zwar hat sich die Physiognomie von Mohammed Atta als besonders einprägsam herausgestellt, die drei anderen Todespiloten haben aber zu diesem Ereignis ebenso beigetragen, und wie soll die Rolle des Bin Laden gewertet werden? Das finale Ereignis steht bis heute im Vordergrund: Die höchsten Wolkenkratzer New Yorks, das World-Trade-Center, Symbol für Welthandel und Globalisierung, stürzen unter Feuer und Rauch todbringend in sich zusammen. Endzeit-Bilder gehen um die Welt, im Rauch lässt sich sogar ein Antlitz erkennen.

Dieses an den Beginn des neuen Jahrtausends gesetzte Ereignis wurde vom Großteil der Menschheit als Herausforderung begriffen und mit dem gebotenen Ernst behandelt.¹⁰

Dennoch auch hier: Krude Verschwörungstheorien wurden und werden weiter aufgestellt, meist mit dem Tenor, dass der CIA den Anschlag »inszeniert« habe, um der Bush-Regierung einen Vorwand für den Einmarsch in den Irak, und demnächst auch in den Iran zu geben ... In diesem Fall stehen wir noch am Anfang der Mythenbildung.



Eine Marke erobert den Globus

Der Mythos in der Werbung



Das Leben verfliebt Flügel

Nur wenn es gelingt, einem Produkt einen mehr oder weniger abstrusen Mehrwert mit auf den Weg zu geben, hat es ernsthafte Marktchancen. Es braucht eine Wirkung über sich selbst hinaus, eine Geschichte, einen wissenschaftlichen Hintergrund, vielleicht aber auch etwas Geheimnisvolles, dann erst wird es interessant. Wenn man sieht, welche Summen heute in die Werbung gesteckt werden, wird deutlich, dass auf diesem Gebiet reichhaltige Erfahrungen gesammelt wurden. Offensichtlich lässt sich der Mensch über die Werbung beeinflussen. Bloße Information reicht tatsächlich nicht, wenn man erfolgreich verkaufen will. Insbesondere Jugendliche sind hier verführbar. Ein typisches Produkt zeigt das Wesentliche:

CocaCola. Dahinter verbirgt sich wohl der größte globale Mythos. CocaCola steht für eine Neue Welt. Schon in den 30er Jahren sangen die Comedian Harmonists »Alle Welt trinkt CocaCola«. Das genaue Rezept ist bis heute unbekannt und zeigt, dass eine chemische Analyse noch lange keine Garantie für eine erfolgreiche Synthese ist. Zwar haben unzählige Epigonen versucht, etwas Ähnliches zustande zu bringen (z. B. Pepsi- oder Afri-Cola); das Ergebnis ist auch immer schwarz, doch der typische Geschmack von CocaCola bleibt unvergleichlich. 1929, also vor 75 Jahren, wurde in Essen die erste CocaCola-Flasche in Deutschland abgefüllt, 1942 die Produktion eingestellt. Als Ersatz entwickelten die deutschen Hersteller aus dem Namen Fantasie die bis heute bekannte Brause »Fanta«. CocaCola folgen die zivilisatorischen Errungenschaften der Welt, in der es entstanden ist. Es ist ein Indikator, ein Symbol, ein Vorbote der amerikanischen (westlichen) Lebensart geworden. Das gilt insbesondere für die industriellen Schwellenländer (Asien, Südamerika) und ebenso für die Nachfolgestaaten der Sowjetunion. Dort breitete sich CocaCola zusammen mit anderen »westlichen« Accessoires wie Bluejeans und Marlboro lange vor dem Systemwechsel aus. Wer diese Zeit miterlebt hat, weiß, wie begehrt diese Artikel waren und welche Rolle sie für den Schwarzmarkt spielten.

Schließlich sei noch ein Blick auf die Autobranche geworfen, Deutschlands größter Arbeitgeber und der Deutschen »liebstes Kind«. Die Sammlungen von Oldtimern und

die geheimnisumhüllte Entwicklung eines neuen Modells geben einen Hinweis auf den Versuch, auch hier einen Mythos zu schaffen. Schon vor über vierzig Jahren war dieser Zusammenhang um »Das heilige Blechle« überdeutlich. Bei einem Besuch der jährlichen Automobilausstellung kann man erleben, dass es sich um eine ritualisierte, (ersatz-)religiöse Manifestation handelt: Die Farben, Lichter, die Musik, der Kniefall der Anbeter, Pomp, Luxus, Geldverschwendung, und das alles in der Gegenwart von Tempelpriesterinnen (Models) vor einer kompakten Menschenmenge. In einem anderen kulturellen Zusammenhang wäre das ein authentischer Gottesdienst.¹¹

Im Blick auf das Ganze bedarf es sicher einer genaueren Betrachtung und Differenzierung der hier dargestellten Beispiele. Auch die Frage »echter Mythos« und »Scheinmythos« wurde bewusst ausgeklammert, da diese Unterscheidung im allgemeinen Sprachgebrauch nicht gemacht wird. Wenn es sich hier um ein zu lösendes Problem handelt, dann müssen die Menschen, insbesondere die Jugendlichen, da abgeholt werden, wo sie stehen. Die im Zusammenhang mit den hier aufgezeigten neuen Mythen wirkenden Kräfte scheinen mir bisher insgesamt pädagogisch zu wenig gegriffen. Als Menschen sind wir ihnen ausgesetzt oder haben eine Sehnsucht, mit ihnen zu leben und mit ihnen zu gestalten. Damit ist kein Aufruf gemeint, im Religionsunterricht darauf einzugehen. Vielmehr scheint eine fächerübergreifende Behandlung, womöglich außerhalb der klassischen Unterrichtssituation, eine interessante Herausforderung zu sein.

Zum Autor: Hansjörg Hofrichter, Jahrgang 1942; von 1969 bis 2000 Oberstufenlehrer für Mathematik und Chemie in Nürnberg. Danach Vorstand der Pädagogischen Forschungsstelle und Geschäftsführer des Bundes der Freien Waldorfschulen und der Waldorf-Stiftung in Stuttgart.

Anmerkungen:

- 1 An zahlreichen Universitäten wird auf diesem Gebiet geforscht. Einer der Spezialisten, Peter Tepe, Univ. Düsseldorf, untersucht die Verklärung von Personen und Ereignissen.
- 2 Andrea Parr: *Mythen in Tüten*, München 1997
- 3 Selbst ein unsystematischer Blick in Zeitungen belegt diese Tatsache. Die SZ bringt in unregelmäßiger Folge »Verblasste Mythen« mit Überschriften wie »Das Kassengestell«, »Der Fußball« usw. Außerhalb dieser Reihe kann man lesen »Mythen in der Autokrise«, »Mythos Bayern« oder ein Wortspiel wie »Mythen mit Blüten in Tüten« zum Thema Bob Dylan im Kino.
- 4 Roland Barthes: »Mythen des Alltags«, Frankfurt 2003
- 5 Dieser Satz stammt aus der Süddeutschen Zeitung vom 29. 10. 2004
- 6 »Erziehungskunst«, Heft 11/2004, S. 1275 ff. Im November wurde »Der Untergang« mit dem »Bambi« preisgekrönt.
- 7 W. Benz und P. Reif-Spirek: *Geschichtsmythen – Legenden über den Nationalsozialismus*, Berlin 2003
- 8 C. Geyer: *Mythos*, München 1996
- 9 siehe »Erziehungskunst« 7/8-1998
- 10 In der Süddeutschen Zeitung begann die Mythologisierung des Themas drei Tage nach dem Ereignis unter der Überschrift »Der Feind in uns selbst«.
- 11 A. Greeley: *Myths, Symbols and Rituals in the Modern World*. In der Zeitschrift »The Critic«, 12/1961.