

Helden und Hexen sind die beliebtesten „Medienfreunde“

Helden, starke Kämpfer und Magier sind die beliebtesten Medienfreunde der Jungen. Mädchen identifizieren sich vorrangig mit Hexen, Zauberern oder Feen. Kennen gelernt haben sie ihre virtuellen Freunde vor allem im Fernsehen, wie Prof. Dr. Horst Heidtmann, bis zu seinem Tod geschäftsführender Leiter des Stuttgarter Instituts für angewandte Kindermedienforschung (IfaK), herausfand.



Der Medienheld Harry Potter konnte sich auch 2004 auf Platz 1 des IfaK-Rankings der beliebtesten Identifikationsfiguren von Jungen und Mädchen behaupten.

Mit der Veränderung der Kindermedienlandschaften verändern sich auch die Medienvorlieben von Kindern, oftmals sogar schneller, als dies von den Erwachsenen, von Medienproduzenten, Vermittlern, Pädagoginnen oder Bibliothekarinnen wahrgenommen wird. Vor knapp zehn Jahren wurde an der (damaligen) Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen Stuttgart eine Umfrage durchgeführt, um die beliebtesten Medienfiguren von Kindern im Alter zwischen 4 und 13 Jahren zu ermitteln. Damals, im Jahr 1995, favorisierten die Kinder Mediencharaktere, die sich über Jahre bewährt hatten, die fast alle als „Klassiker“ der populären Kinderkultur gelten konnten: Benjamin Blümchen, Bibi Blocksberg, Pumuckl, Donald Duck, Asterix, Micky Maus oder Pippi Langstrumpf. Diesen Figuren begegneten die Kinder vorrangig oder sogar ausschließlich in TV-Zeichentrickserien.

Innerhalb der letzten zehn Jahre haben sich die Medienlandschaften sowohl durch neue Medien wie auch durch die gewachsene Verwertung von Stoffen und Charakteren in medienübergreifenden Verbundsystemen verändert. In allen Kindermedienmärkten bemühen sich die Anbieter gegenwärtig besonders um die jüngsten Zielgruppen. Mit neuen TV-Formaten, neuen Tonträgererfolgen, Zeitschriften und Buchreihen sollen vermehrt Kinder im Vorschul- und Kleinkindalter erreicht werden. Gleichzeitig partizipieren heute Kinder aller Altersgruppen immer umfassender an der aktuellen Popularkultur für das erwachsene Publikum. In quantifizierenden Studien (KIM, KVA u.a.) werden mittlerweile auch Medienverhalten und Einschaltquoten von Konsumenten im Kindesalter regelmäßig erfasst. Aus den vorliegenden Daten lassen sich jedoch nur sehr begrenzt

Aussagen zu der sich verändernden Qualität der Mediennutzung oder zur Relevanz von Mediencharakteren im Alltag von Kindern herleiten.

Um herauszufinden, welche Medienfiguren aktuell für Kinder wichtig sind, und Schlussfolgerungen ziehen zu können, welche Charaktere und Charaktereigenschaften für Kinder vorbildhaft oder prägend wirken, hat das Institut für angewandte Kindermedienforschung (IfaK) der Hochschule der Medien im Winter 2003/2004 eine Trendbefragung in Stuttgart sowie in den umliegenden Mittel- und Kleinstädten durchgeführt. Durch Kurzinterviews wurden insgesamt 1246 Kinder im Alter von 3 bis 13 Jahren (davon 650 Mädchen) befragt. Sinngemäß ist dabei zunächst stets gefragt worden, mit welchen Figuren sich die Kinder vorrangig identifizieren: „Wenn du zaubern, dich verwandeln könntest, in wen, in welche Figur würdest du dich am liebsten verwandeln?“ Und da sich die Relevanz

Überblick

Beliebteste Mediencharaktere 2004

1. Harry Potter
2. Bibi Blocksberg
3. Hermine (Freundin von Harry Potter)
4. Pippi Langstrumpf
5. Yu-Gi-Oh
6. Wickie
7. Micky Maus
8. Sabrina („Total verhext“)
9. Donald Duck
10. Jeanette Biedermann (= Marie in „GZSZ“)

(Basis: Zusammenfassung von Identifikationsfiguren und „Medienfreunden“; 1246 Kinder 3 bis 13 Jahre; IfaK, Stuttgart 2004)

von Mediencharakteren nicht nur durch Identifikation, sondern auch durch parasoziale Beziehungen erschließen lässt, ist zweitens gefragt worden: „Wenn du dir jemanden aussuchen könntest, wen hättest du gern als Freund oder Freundin, mit wem wärest du am liebsten befreundet?“ Gleichzeitig sind noch die Trägermedien ermittelt worden: „Woher kennst du diese Figur, vor allem aus dem Fernsehen, von einer Hörspielkassette, aus einem Buch oder...?“

Die beliebtesten Mediencharaktere

Dank der gewachsenen Vielfalt und der zunehmenden inhaltlichen Segmentierung von Medienangeboten teilen sich heute die Vorlieben von jüngeren wie älteren Kindern auf erheblich mehr Figuren auf als bei der vergleichbaren Erhebung von 1995. Von den 1246 Befragten wurden insgesamt 660 verschiedene Charaktere als Identifikationsfiguren und als Lieblingsfreunde genannt. An der Spitze liegt erwartungsgemäß Harry Potter, aber nicht so überwältigend wie bei früheren Befragungen, da er nur knapp 8% der Nennungen auf sich vereint. Etwa drei Viertel der Figuren werden jeweils nur einmal oder von maximal zwei Kindern genannt.

Werden die beliebtesten Identifikationsfiguren, die überwiegend nur von einem oder zwei Mädchen genannt worden sind, in Typgruppen zusammengefasst, dann nehmen bei Mädchen aller Altersgruppen gegenwärtig die Inhaber magischer Kräfte den ersten Rang ein:

- 40% der Mädchen identifizieren sich vorrangig mit Wesen wie Hexen, Zauberern oder Feen (darunter sind auch männliche Figuren wie Harry Potter oder Merlin).
- 15% der beliebtesten Mediencharaktere sind reale Menschen.
- 12% der Lieblingsfiguren, besonders bei sehr jungen Mädchen, sind Prinzessinnen unterschiedlichster Abkunft. Sie entstammen nicht der traditionellen Märchenwelt der Brüder Grimm, sondern gehören, mit schmalen Hüften, langen Beinen, langem Blondhaar eher in die Welt der Barbie-Puppen.

- Mit starken Kämpfern oder Kämpferinnen identifizieren sich Mädchen sehr selten (2%), noch weniger allerdings mit mütterlichen Typen. Und kaum häufiger als beim anderen Geschlecht die „neuen Jungen“ werden von Mädchen die entsprechenden, halbwegs realistischen, selbstbewussten Mädchenfiguren als bevorzugte Identifikationsobjekte genutzt. Lediglich Harry Potters zauberhafte Freundin Hermine steht auf Platz zwei des Rankings „Beliebteste Identifikationsfiguren von Mädchen 2004“.

Relevanz alter und neuer Medien

Die Dominanz des Fernsehens als Leitmedium im Kindermedienalltag besteht auch im Jahre 2004 unverändert fort. Vorrangiges Medium der Begegnung mit den Lieblingsfiguren sind für etwa 30% der Kinder TV-Animationsserien. Deutlich weniger relevant als Trägermedium sind Hörspielserien (wie „TKKG“), die von 7% genannt werden, sowie Computerspiele („Lara Croft“) und Spielzeugfiguren (Barbie, Action Man), die zusammen unter 2% bleiben. Die erzählende Literatur hat, auch im Vergleich zur Umfrage von 1995, wieder neue Qualitäten im Kindermedienalltag gewinnen können, selbst wenn Harry Potter den Zenit seines Erfolges überschritten haben dürfte. Neben Potter werden etliche Bilder- wie Kinderbücher („Felix der Hase“, „Der kleine Eisbär“, „Herr der Diebe“) von Jüngeren wie Älteren zumindest im Einzelfall genannt, insgesamt finden über 10% ihre Lieblingsmedienfiguren in einem Buch. «

Fazit

Die Kindermedienangebote sind in den vergangenen Jahren vielfältiger geworden, was aber nicht mit einem entsprechenden Zuwachs an inhaltlicher oder ästhetischer Qualität einhergeht. Um die Bedürfnisse jüngerer Zielgruppen angemessen bedienen zu können, sollten Medienproduzenten und -vermittler die Individualität der Medieninteressen ihrer jeweiligen Nutzergruppen stärker als früher berücksichtigen. Andererseits orientieren sich Kinder heute in immer jüngerem Alter an den aktuellen Trends der Populärmedien. Zu bedenken bleibt, ob sich in der deutlich gestiegenen Beliebtheit von Hexen und Zauberern nicht zuletzt auch Omnipotenzwünsche widerspiegeln, die heute möglicherweise intensiver und länger wirken, als dies bislang in der Entwicklungspsychologie als altersgemäß galt. Die gewachsene Identifikation mit „Superstars“ und „kleinen Prinzessinnen“ könnte die bei Kindern vorhandenen Neigungen zum Narzissmus bestärken – kognitive oder soziale Kompetenzen werden dadurch jedenfalls kaum gefördert.

Ansprechpartnerin

Kerstin Lauer
 Hochschule der Medien | Pressesprecherin
 Nobelstraße 10, 70569 Stuttgart
 Telefon: 07 11-6 85-83 88 | Fax: 07 11-6 85-83 89
 lauer@hdm-stuttgart.de | www.ifak-kindermedien.de

Autor



Prof. Dr. Horst Heidtmann, geb. 1948 in Hamburg, lehrte seit 1986 an der Stuttgarter Hochschule der Medien im Studiengang Bibliotheks- und Medienmanagement. 1997 initiierte er das Institut für angewandte Kindermedienforschung (IfaK) und war bis zu seinem plötzlichen Tod Ende Januar 2005 geschäftsführender Leiter des IfaK.