

## **Die Medienfreunde unserer Kinder Ergebnisse einer Umfrage**

*(Aus: Beiträge Jugendliteratur und Medien H. 4, 1995, S.194-201.)*

von Horst Heidtmann

Die quantitative Medienforschung ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich ausgebaut worden. Auch die Fernsehseinschaltquoten und die Hörfunknutzung von Kindern werden mittlerweile kontinuierlich und recht repräsentativ erfaßt. Die Zuschauerzahlen der erfolgreichen Filme sind bekannt, die Umsätze mit verkaufsträchtigen Kindertonträgern oder Videokassetten liegen vor. Man müßte eigentlich davon ausgehen, daß das, was in großen Stückzahlen für Kinder gekauft, was von Kindern zeitaufwendig gehört oder betrachtet wird, von diesen auch entsprechend geschätzt werden dürfte.

Im Rahmen eines Seminars an der Stuttgarter Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen wollten wir im Sommer 1995 überprüfen, ob die vorliegenden quantitativen Befunde die naheliegenden Schlußfolgerungen zur qualitativen Mediennutzung von Kindern erlauben. Wir wollten von einer zwar nicht repräsentativen, doch größeren Gruppe von Kindern erfahren, welche Medienfiguren für sie wichtig, welche Charaktere und auch Charaktereigenschaften für Kinder vorbildhaft und damit sozialisierend wirken, und nicht zuletzt, welche Medien vorrangig prägend wirken. Die Studierenden haben deshalb in Öffentlichen Bibliotheken in Stuttgart, in Ulm und im mittleren Neckarraum (Böblingen, Esslingen u.a.) Gespräche mit insgesamt 160 Kindern im Alter zwischen 4 und 13 Jahren geführt. Dabei haben wir zum einen danach gefragt, mit welchen Medienfiguren die Kinder sich identifizieren: Welche Figur wärest du gerne bzw. in wen würdest du dich gern verwandeln, wenn du könntest? Und da die Relevanz von Mediencharakteren sich nicht nur in Form eines Identifikationsprozesses umsetzen muß, haben wir gleichzeitig danach gefragt, wen hättest du gern zum Freund, mit wem wärest du am liebsten befreundet? Die dritte Frage galt denn der Relevanz der Trägermedien: Woher kennst du diese Figur, aus Film, Fernsehen, Buch oder von einer Tonkassette?

Die Ergebnisse unserer Befragung beschränken sich nicht nur auf einen geographisch eher engen Raum, sie widerspiegeln zudem auch die Medienangebote zu einem bestimmten Zeitpunkt, also in Südwestdeutschland im Sommer 1995. Ferner ist davon auszugehen, daß sich befragten Kinder in überdurchschnittlicher Weise für Kinderbücher interessieren, denn die Bibliotheken vor Ort, in denen wir unsere Umfrage durchführten, bieten vor allem oder ausschließlich Printmedien, daneben oft maßvoll umfangreiche Kindertonträgerbestände und eher selten Kindervideos.

### **Beliebteste Figuren**

Das erste offenkundige und wohl auch bemerkenswerte Ergebnis unserer Umfrage ist, daß es keine eindeutig dominierenden Figuren innerhalb der Kinderkultur gibt, allem Merchandising, allen Tagesmoden und aller Produktwerbung zum Trotz. Von 160 Kindern (75 Jungen, 85 Mädchen) wurden insgesamt 85 Figuren genannt, die für sie wichtig sind, mit denen sie sich identifizieren (können), ferner 65 (nicht nur identische) Figuren, die sie gern als Freund oder Freundin hätten. Das Ergebnis der Befragung

widerspiegelt also zum einen die gewachsene Vielfalt der aktuellen Kindermedienangebote, besonders durch die privaten Fernsehkanäle; die Ergebnisse widerspiegeln zum anderen aber auch die vielschichtigen individuellen Interessen und Neigungen der Kinder, die sich eben nicht ausschließlich für aktuelle Trends oder besonders beworbene Motive begeistern.

### **Figuren, mit denen sich Kinder identifizieren:**

(Mehrfachnennungen möglich)

- ca. 7% (11 Nennungen) Pumuckl
- ca. 6% (10) Benjamin Blümchen
- ca. 6% (10) Bibi Blocksberg
- ca. 4% (7) Asterix
- ca. 4% (7) Micky Maus
- ca. 3% (5) Donald Duck
- ca. 3% (5) Rambo
- ca. 2,5% (4) Dolly
- ca. 2,5% (4) Fred Feuerstein
- ca. 2,5% (4) Hanni und Nanni
- ca. 2,5% (4) Jan (aus der TV-Serie: "Verbotene Liebe")
- ca. 2,5% (4) Maus (aus der TV-Serie "Die Sendung mit der Maus")
- ca. 2,5% (4) Pippi Langstrumpf

Pumuckl, Asterix, Micky und Donald gehören schon fast zu den Klassikern der Kinderkultur, die zwar häufig, aber ohne aktuell herausragenden Rang in den Medien präsent sind. Mit Pumuckl, Benjamin, Bibi stehen an erster Stelle zudem drei spezifisch deutsche Medienfiguren.

Noch weniger eindeutig ist die Rangfolge der Freund-Figuren.

### **Figuren, die sich Kinder als Freund wünschen:**

- ca. 3% (5 Nennungen) Donald Duck
- ca. 3% (5) Obelix
- ca. 2,5% (4) Jan (TV-Serie "Verbotene Liebe")
- ca. 2% (3) Benjamin Blümchen
- ca. 2% (3) Bibi Blocksberg
- ca. 2% (3) Pippi Langstrumpf
- ca. 2% (3) Spirou & Fantasio
- ca. 2% (3) Schlümpfe

Nach den Comic-Klassikern an dritter Stelle eine Figur aus der Vorabend-Soap Opera der ARD und danach die populärsten Kindertonträgerheroen, die in der Gesamtwertung eindeutig vorn liegen.

### **Beliebteste Medienfiguren, Nennungen insgesamt:**

- ca. 8% (13 Nennungen) Benjamin Blümchen
- ca. 8% (13) Bibi Blocksberg
- ca. 7,5% (12) Pumuckl
- ca. 6% (10) Donald Duck
- ca. 5% (8) Jan

- ca. 5% (8) Micky Maus
- ca. 4,5% (7) Asterix
- ca. 4,5% (7) Pippi Langstrumpf
- ca. 4% (6) Rambo
- ca. 3% (5) ALF
- ca. 3% (5) Hanni und Nanni
- ca. 3% (5) Maus

Auf den ersten 12 Plätzen finden sich 10 Figuren, die zu den Dauerbrennern der kommerziellen Kinderkultur gehören, die sich zumeist schon für mehrere Generationen von Kindern bewährt haben, die durchaus ein Spektrum von unterschiedlichen Charaktereigenschaften zu bieten vermögen. Auf Platz fünf und neun finden sich dann zwei Figuren, die nicht der intentionalen Kinderkultur, sondern der trivialen Erwachsenenkultur entstammen, die durch ihre einfältige Kraftmeierei (Rambo) oder durch schlichtes Liebesleid und Liebesglück ofenkundig schon für jüngere Zuschauer attraktiv sind.

Knapp die Hälfte der befragten Kinder war im mittleren Alter, also sechs bis neun Jahre alt, weniger als ein Viertel stellten die Vier- bis Fünfjährigen, mehr als ein Viertel die Zehn- bis Dreizehnjährigen. Vom Alters- und Entwicklungsstand dürfte auch jeweils die Bedeutung von Medienfiguren abhängig sein.

#### **Beliebtste Figuren der Altersgruppe 4 - 5 Jahre:**

- 7 (Nennungen) Benjamin Blümchen
- 4 Bibi Blocksberg
- 4 Maus (Sendung mit..)
- 3 Urmel
- diverse Disney-Charaktere

Die ARD-"Sendung mit der Maus" und Max Kruses "Urmel aus dem Eis" wenden sich recht eindeutig an die kleineren Kinder.

Benjamin und Bibi sind hingegen - vor nicht ganz 20 Jahren - als Hörspielcharaktere für ältere Kinder konzipiert worden, haben heute aber ihren Nutzungsschwerpunkt sowohl im Vorschul- wie im frühen Grundschulalter.

#### **Beliebtste Figuren der Altersgruppe 6 - 9 Jahre:**

- 8 (Nennungen) Pumuckl
- 7 Bibi Blocksberg
- 6 Pippi Langstrumpf
- 4 ALF
- 4 Asterix
- 3 Benjamin Blümchen
- 3 Fred Feuerstein
- 3 David Hasselhoff
- 3 Mogli
- 3 Obelix
- 3 Rambo

Bemerkenswert ist die eindeutige Präferenz innerhalb dieser Altersgruppe für Figuren,

die als Kleine und scheinbar Schwache die Großen, Starken also Erwachsenen mit List und Pffigkeit besiegen oder 'austricksen'.

Bei den älteren Kindern scheint dann weniger die Identifikation im Vordergrund zu stehen, sondern eher der mit den Figuren einhergehende Unterhaltungsaspekt, verbunden mit Humor, Abenteuer, Geschlechtsrollenmustern.

### **Beliebteste Figuren der Altersgruppe 10 - 13 Jahre:**

7 (Nennungen) Donald Duck

7 Jan

5 Hanni und Nanni

5 Micky Maus

4 Asterix

4 Dolly

4 Schlümpfe

4 Vampy

3 Obelix

3 Rambo

3 Spirou und Fantasio

3 Charaktere aus "Gute Zeiten, schlechte Zeiten".

Da neben einer größeren Zahl von eher geschlechtsneutral angelegten Medienfiguren von den Kindern auch solche genannt wurden, die unübersehbar Geschlechtsrollenklischees verkörpern, sind auch entsprechende geschlechtsspezifische Präferenzen zu erwarten.

### **Beliebteste Figuren der Mädchen:**

12 (Nennungen) Bibi Blocksberg

8 Jan

7 Micky Maus

6 Pippi Langstrumpf

5 Benjamin Blümchen

5 Hanni und Nanni

4 Dolly

4 Vampy

3 Die kleine Hexe

3 Pumuckl

3 Schlümpfe

3 Charaktere aus "Gute Zeiten, schlechte Zeiten"

Neben dem Interesse an weiblichen Figuren steht bei den älteren Mädchen schon ein - wie auch immer geartetes - Interesse am anderen Geschlecht, am Geschlechtspartner. Bei Jungen ist die Orientierung auf Figuren des eigenen Geschlechts wesentlich eindeutiger.

### **Beliebteste Figuren der Jungen:**

8 (Nennungen) Pumuckl

5 Rambo

4 Asterix

4 Maus

- 4 Mogli
- 3 Michel aus Lönneberg
- 3 Obelix
- 3 Simba, König der Löwen
- 3 Spirou und Fantasio

Auffällig ist für die Gesamtheit der vorstehend aufgelisteten Figuren, daß nur die wenigsten von ihnen durch aktuellen Medieneinsatz populär sind, wie z.B. der König der Löwen aus dem letzten Weihnachtsfilm der Disney Company. Vom Zufall und von der Tagesmode abhängig dürften also nur einzelne Charaktere aus relativ neu angelaufenen TV-Serien sein, wie z.B. Jan aus der Teenager Soap Opera "Verbotene Liebe", der in unserer Umfrage eher durch Zufall (ein oder zwei zufällig befragte Freundescliquen) so 'hoch in die Charts' gelangt ist. Es überwiegen weitgehend Figuren, denen man Klassikercharakter zugestehen könnte.

### **Typologie der beliebtesten Medienfiguren**

Die medialen Interessen unserer Kinder sind zwar vielschichtig, die von ihnen genannten Figuren lassen sich jedoch übergreifend in mehrere große Gruppen zusammenführen. (Mehrfachzuordnungen sind möglich.)

#### **Figurentypen**

84% (118 Nennungen) gezeichnete Figuren, Figuren aus Animationsfilmen (Batman, Donald, Mogli, Arielle, Heidi, Bibi, Benjamin u.a.)

61% (85) komische Figuren, Figuren mit komischen Zügen (Donald Duck, kleiner Vampir, Pumuckl, Bugs Bunny, Al Bundy o.ä.)

49% (69) Figuren mit übermenschlichen Kräften (z.B. zaubermächtig wie Bibi Blocksberg, Mary Poppins, elefantenstark wie Benjamin, Superman)

46% (64) Tierfiguren (Goofy, Micky, kleiner Bär, Maus u.a.)

37% (52) Charaktere der Disney Company (Donald, König der Löwen, Aladdin, Winnie Puh u.a.)

19% (27) geschlechtsrollenstereotype Frauen- und Mädchenfiguren (Hanni und Nanni, Dolly, Anna, Minnie u.a.)

16,5% (23) Action-Helden (Old Shatterhand, Batman, Teenage Turtles, Terminator u.a.)

13% (18) reale Figuren, Stars, Sportler (Boris Becker, Jürgen Klinsmann, Thomas Gottschalk, Marusha u.a.)

12% (17) Figuren aus TV-Sopa Operas (Verbotene Liebe, Gute Zeiten, schlechte Zeiten u.a.)

9,5% (13) komplexere Figuren aus Kinderbüchern bzw. Kinderbuchvorlagen (Sams, Michel u.a.)

Es dominieren die gezeichneten, einschichtigen, eindimensional angelegten Charaktere, die sich durch Äußerlichkeiten oder wenige hervorstechende Eigenschaften von den Kindern leicht erschließen lassen, die nicht irritieren. Dabei begeistern sich die Kinder offenkundig nicht für den Bodensatz der Massenzeichenware, sondern haben Präferenzen für Disney-Figuren, die zumindest immer grundlegende handwerkliche Standards erfüllen, z.T. aufwendig und liebevoll entworfen und animiert wurden. Bedeutsam sind vor allem lustig und damit unterhaltsam angelegte Figuren, die über besondere Fähigkeiten verfügen können, die oft auch gegen Normen verstoßen, sich gegen Erwachsene oder Mächtigere auflehnen, die Außergewöhnliches oder Abenteuerliches erleben.

Die Orientierung an Geschlechtsrollenstereotypen wie an Gewalthandeln ist bei den Lieblingsfiguren der Kinder weniger ausgeprägt als es aufgrund der aktuellen Medienangebote zu befürchten wäre.

### **Einfluß der Medien**

Daß die audiovisuellen Medien von Kindern intensiver und zeitaufwendiger genutzt werden als die Printmedien, belegen seit Jahren übereinstimmend alle Rezeptionsuntersuchungen. In unserer Befragung sind von 160 Kindern insgesamt 140 verschiedene beliebte Figuren aufgeführt worden (Mehrfachnennungen waren möglich), die bei der ersten flüchtigen Betrachtung noch auf einen spürbaren Einfluß des Kinderbuches, auf anhaltende Bedeutung insbesondere von Kinderbuchklassikern schließen lassen. Doch daß dieser Eindruck täuscht wird deutlich, wenn man nachfragt, woher die Kinder die Figuren kennen, durch welches Medium die Bekanntschaft mit ihren Medienfreunden vermittelt worden ist (Mehrfachnennungen waren wiederum möglich).

### **Trägermedien der Lieblingsfiguren:**

91,5% (128 Nennungen) Fernsehen, mit Serien, Filmen, Magazinbeiträgen

48% (67) Bücher, inkl. Reihenhefte

41% (58) Spielfilme, im Kino und auf Video

38% (53) Tonträger, vorrangig Hörspielkassetten

23% (32) Comics

7% (10) Popmusik- und Starzeitschriften

Die übermächtige Dominanz des Fernsehens als zentrales Vermittlungsmedium erklärt sich wohl einerseits durch das in den vergangenen Jahren durch die privaten Sender vervielfachte und auf Kinder zielende Unterhaltungsangebot, andererseits durch die zunehmende Vermarktung von Figuren in medialen Verbänden. Erfolgreiche Kinofilme werden von unterschiedlichen Sendern wiederholt, Trickfilmserien laufen nacheinander bei Öffentlich-Rechtlichen wie Privaten, tägliche Realfilm-Soap Operas ballen sich in den Vorabendprogrammen. Was als Kinderbuch erfolgreich war (Pumuckl, Heidi oder Astrid Lindgren-Titel), was im Comic (Schlumpfe) oder als Hörspiel (Bibi und Benjamin) 'Kasse gemacht' hat, wird anschließend oder gleichzeitig auch filmisch, d.h. vorrangig für das

Fernsehen aufbereitet.

Wenn von den Kindern Bücher als Medium der Begegnung mit ihren Figuren genannt worden sind, dann handelt es sich nur im Ausnahmefall um eine ausschließlich literarische Verarbeitung, z.B. um Paul Maars "Sams" oder eine Jungenfigur aus Klaus Kordons "Mit dem Rücken zur Wand". Aschenputtel und Aladdin begegnen Kindern vorrangig oder ausschließlich in den auflagenstarken Disney-Filmbüchern des Schneider Verlages. Das doppelte Lottchen, Heidi, Pippi und die kleine Hexe werden allenfalls nach dem Anschauen des Filmes gelesen. Bei den genannten Büchern handelt es also weitgehend um Filmbücher oder Buchvorlagen für Filme.

Bemerkenswert ist ferner, daß die Kinderhörspielkassette im Medienalltag kleinerer Kinder (vier bis acht Jahre) immer noch einen offenkundig zentralen Rang einnimmt, den vermehrten Kinderfernsehangeboten zum Trotz. Bedeutsam sind allerdings nur die marktführenden Hörspielserien (Bibi, Benjamin) und für die über Zehnjährigen dann der Hitparadenpop. Medienfreunden wie Take That, Ice Cube, Kurt Cobain oder der Sängerin der Red Nex begegnen Kinder offenkundig immer früher auf Musikträgern und in den einschlägigen Musikzeitschriften (Bravo, Mädchen).

Bei einer anderen Zusammensetzung der befragten Kindergruppe wäre als weiteres Trägermedium noch das Computer- oder Videospiele zu erwarten, das dieses in den vergangenen Jahren als Freizeitmedium für Kinder spürbar an Bedeutung gewonnen hat. Spielfiguren wie Super Mario, der Sonic Hedgehog oder der Streetfighter dürften eigentlich auch zu den beliebtesten Medienfreunden unserer Kinder gehören, sie werden deshalb auch für filmische wie für die Printmedien adaptiert.

### **Resümee**

Die Orientierung von Kindern an den audiovisuellen Medien wird immer eindeutiger. Vorrangig die filmischen Medien liefern ihnen Figuren, an denen sie sich orientieren, die nicht nur zur Unterhaltung, sondern auch als Vorbilder, zur Bewältigung des Alltags wichtig und hilfreich sind. Omnipotente Superhelden oder Gewalttäter stoßen auf nur geringes Interesse, dafür erreichen Charaktere aus den Niederungen der erwachsenen Seifenopernwelt immer jüngere Zuschauer. Literarische Texte hingegen, besonders solche mit komplex angelegten Charakteren, haben es zunehmend schwerer die intendierte Zielgruppe zu erreichen.

Doch allen pädagogischen Ängsten und Unkenrufen zum Trotz: die Interessen der Kinder sind außerordentlich vielschichtig, in jedem Fall nicht weniger vielfältig als die der ausschließlich lesenden Kinder in den 1950er Jahren, die sich mit einer wesentlich kleineren Gruppe von Medienfreunden bescheiden mußten.

Unsere Umfrage bestätigt nochmals, daß Kinder aus der vorhandenen Medienvielfalt im Regelfall recht selbstbewußt die Charaktere auswählen, die für sie in ihrer individuellen Situation von Bedeutung sind, und daß sie nicht unbedingt so reagieren, wie es sich Medienproduzenten, Werbetreibende oder Merchandising Agenturen wünschen.

Dateiname: Freunde.rtf  
Verzeichnis: C:\Temp  
Vorlage: C:\Programme\Microsoft Office\Vorlagen\Normal.dot  
Titel: Die Medienfreunde unserer Kinder  
Thema:  
Autor: Horst Heidtmann  
Stichwörter:  
Kommentar:  
Erstelldatum: 15.03.00 10:45  
Änderung Nummer: 2  
Letztes Speicherdatum: 15.03.00 10:45  
Zuletzt gespeichert von: FH Stuttgart  
Letztes Druckdatum: 15.03.00 10:50  
Nach letztem vollständigen Druck  
Anzahl Seiten: 7  
Anzahl Wörter: 2.298 (ca.)  
Anzahl Zeichen: 13.101 (ca.)