

Maya Götz

Nur schön, sozial und nachgiebig?

Die Lieblingsfiguren der Mädchen

In qualitativen Fallstudien und einer Repräsentativbefragung wurden die Lieblingsfiguren der Mädchen und Jungen erfragt. Dabei zeigt sich: Mädchen bevorzugen erfolgreiche, starke, aber auch freche und tragische Figuren – je nach handlungsleitendem Thema und Bearbeitungsstrategie.

Wenn Kinder fernsehen, gehen sie (auch) als Mädchen und Jungen an das Programm heran. Sie wählen das Programm aus, das sie für sich interessant finden, begeistern sich für die Figuren, die ihnen zusagen. Mädchen und Jungen nehmen Geschlechterunterschiede im Angebot schon früh als solche wahr (Thompson/Zerbinos 1997) und präferieren gleichgeschlechtliche Charaktere und mädchen- bzw. jungenauffine Handlungen (Knobloch u. a. 2005, Signorielli 1997). Entsprechendes findet sich auch in ihren Vorlieben für Medienfiguren. Die beliebtesten Identifikationsfiguren waren 2004 bei den Jungen Harry Potter, Yugi und Spiderman und bei den Mädchen die drei Hexen: Bibi Blocksberg, Hermine und Sabrina (Heidtmann 2004).

Das Bild, das Forschung hier zeichnet, verweist auf eine ausgesprochene Bipolarität: Mädchen konzentrieren sich auf Beziehungen und schätzen Schönheit, soziale Fähigkeiten und Nachgiebigkeit. Jungen favorisieren starke, aktive Männerfiguren, die sich in einer bedrohlichen Umwelt und in physischen Konfliktsituationen erfolgreich behaupten (Theunert

2005, S. 19). Die Vorlieben scheinen eindeutig und unveränderbar: »Cowboy und Prinzessin seit Adam und Eva«, wie es Silvia Knobloch und Annett Fritzsche umschreiben (2004).

Doch ist es wirklich so einfach, dass Mädchen Mädchenfiguren suchen, die schön, sozial und nachgiebig sind, und Jungen Jungenfiguren, die sich mit Kampf durchsetzen?

Mit Blick auf die geschlechterspezifische Nutzung von Programmen kann dies zunächst zumindest in Ansätzen bestätigt werden: Die Serie *Yu-Gi-Oh!* (RTL II) beispielsweise, in der es um einen Jungen geht, der mithilfe eines magischen Kartenspiels gegen die Mächte des Bösen kämpft, wurde 2005 von durchschnittlich 0,15 Mio. 3- bis 13-Jährigen gesehen – drei Viertel davon Jungen.¹ Die Zeichentrickverfilmung von *Bibi Blocksberg* (KI.KA) hingegen sahen im November 2005 0,2 Mio. Kinder – zwei Drittel von ihnen Mädchen.² Es gibt Sendungen, die beliebter bei Mädchen bzw. bei Jungen sind. Doch die Quoten verdeutlichen auch: Es ist keine sich ausschließende Bipolarität. Dennoch scheinen uns die Fernsehvorlieben überzeugend eindeutig: Yugi als ständig kämpfende Jungenfigur mit besonderer Attraktivität für Jungen und Bibi Blocksberg als nettes, sozial engagiertes Mädchen mit Zauberkraften für die Mädchen. Doch sind das auch die entscheidenden Merkmale der Figur aus der Perspektive der Jungen und Mädchen oder reidentifiziert hier Forschung nicht bloß die Geschlechterstereotypen des Fernsehangebots?

Was macht eine Figur aus Sicht der Kinder attraktiv? Welche Bedeutung bekommt eine Lieblingsfernsehfigur im Kontext der Identitätsentwicklung und Lebensbewältigung? Fragen, bei denen die IZI-Studie »Die Bedeutung von Fernsehfiguren für Mädchen und Jungen« ansetzt. Geschlechtersensibilisiert wurden qualitative Fallstudien mit 40 Mädchen und 40 Jungen zwischen 8 und 11 Jahren durchgeführt. Ergänzend wurde aus den Ergebnissen eine Repräsentativbefragung entwickelt, die Alters- und Geschlechterunterschiede bei den Lieblingsfiguren und ihren Gebrauchswert ermittelt.

Die Ergebnisse sind vielfältig und können in diesem Rahmen nur in Ansätzen vorgestellt werden. Dieser Artikel legt den Schwerpunkt auf die Lieblingsfiguren der Mädchen, der Artikel von Reinhard Winter und Gunter Neubauer auf die Frage der Qualität für Jungen (s. Winter/Neubauer in diesem Heft).

Mädchenfiguren für Mädchen und Jungenfiguren für Jungen?

Im Oktober 2005 wurden 735 repräsentativ ausgewählte Kinder zwischen 6 und 12 Jahren nach ihren Lieblingsfernsehfiguren befragt. Mit Abstand und durch alle Altersgruppen hindurch lag SpongeBob auf dem ersten Platz – sowohl bei Jungen als auch bei Mädchen, wenn bei letzteren auch deutlich seltener. SpongeBob, grammatikalisch ein (Schwamm)-Junge, ist ein Sonderfall der aktuel-

len Kinderkultur. Aus geschlechtersensibler Perspektive fällt auf, dass die Figur in ihren Inszenierungs- und Handlungsmustern ein sehr breites Spektrum umfasst, das sowohl traditionell weibliches als auch männliches Repertoire umfasst.

Ab dem zweiten Platz unterscheiden sich die Lieblingsfiguren der Mädchen und Jungen jedoch deutlich: Kim Possible, Bibi Blockberg und Sabrina stehen Bart Simpson, Yugi und Detektiv Conan gegenüber. Alle sind menschliche Zeichentrickfiguren und der geschlechterspezifische Trend ist relativ eindeutig: Mädchen bevorzugen häufig Mädchenfiguren und Jungen häufig Jungenfiguren.

Dies bedeutet jedoch nicht, dass es nicht auch Jungen gibt, die eine Mädchenfigur als ihre Lieblingsfigur bezeichnen und Mädchen, die eine Jungen- oder Männerfigur nennen. So wird zum Beispiel Kim Possible von 14 Mädchen als Lieblingsfigur benannt, aber auch von 5 Jungen, Bibi Blockberg von 14 Mädchen, aber auch von 3 Jungen. Bart Simpson oder Detektiv Conan sind für 26 bzw. 13 Jungen die Lieblingsfigur, aber auch für jeweils 4 Mädchen. Die Lieblingsfernsehfiguren sind demnach häufig, jedoch nicht zwangsläufig gleichgeschlechtlich (s. Tab. 1).

Was sind die typischen Beziehungen der Mädchen zu ihren Lieblingsfiguren?

In den Lebensweltanalysen gingen wir im Detail der Frage nach, welche handlungsleitenden Themen die Mädchen (und Jungen) bewegen und welche Beziehung und Interpretationen sie zu den Lieblingsfernsehfiguren entwickeln. Die Fälle sind bundesweit erhoben und berücksichtigen diverse soziale Lebensverhältnisse. Im Vergleich der Einzelfallrekonstruktionen zeigten sich 5 typische Beziehungsmuster, die Mädchen (und Jungen) mit den Figuren eingehen. Durch rezipientenorientierte Medien-

analysen (Bachmair 1993) und die Repräsentativbefragung war es anschließend möglich, Aussagen darüber zu treffen, was die notwendigen Qualitäten einer Figur sind, um diese Beziehung zu ermöglichen.

1. Sich wiedererkennen und bestärkt fühlen

Zahlenmäßig am häufigsten zeigte sich eine Beziehung zwischen Kind und Lieblingsfigur, die sich als »wiedererkennen und bestärkt fühlen« beschreiben lässt. Die Mädchen sehen in der Figur etwas, was für ihre eigene Identitätskonstruktion, ihr Selbstbild ebenfalls zentral ist. Manchmal ist es die ganze Figur, in der sie sich wiederfinden, manchmal erkennen sie Deutungs- und Handlungsmuster bei der Figur, die sie für sich auch als wichtig und richtig erachten. Ein Fallbeispiel:

Clarissa (9 Jahre) wohnt mit ihren Eltern in einem Haus in dörflicher Umgebung in Schleswig-Holstein. Die 4. Klasse fällt ihr leicht und das Verhältnis zu ihren Eltern, beide Polizisten, ist gut. Ganz wichtig ist es für Clarissa

zurzeit, mit ihrer Freundin gemeinsam etwas zu erleben, z. B. im Spielmannszug. Zu Hause geht es darum, mit den gegebenen Regeln, vor allem dem Zimmeraufräumen, umzugehen und die Grenzen auszuloten. Hier liefert ihr ihre Lieblingsfernsehfigur Bibi Blockberg symbolisches Material. Bibi testet wie sie Grenzen aus, überschreitet manchmal das, was von den Eltern geboten ist, und findet dann doch ihren Weg – ohne dass die Eltern dauerhaft verärgert sind. Durch die Figur und ihre Handlungen fühlt sich Clarissa in ihrem Weg, ein bisschen frech zu sein, bestärkt.

Diese Art der Beziehung zwischen Kind und Figur findet sich bei ähnlich vielen Mädchen und Jungen. Fernsehfiguren, die dies für Mädchen leisten, sind z. B. Paula aus *Gute Zeiten, schlechte Zeiten (GZSZ)* oder auch Sabrina aus *Simsalabim Sabrina*, Molle aus *Neues vom Süderhof* und mehrfach Wickie aus *Wickie und*

Welche Fernsehfigur magst du am liebsten? (N=732)				
Mädchen (N=356)			Jungen (N=376)	
Platz 1	SpongeBob	14,6 %	SpongeBob	22,9 %
Platz 2	Kim Possible, Bibi Blocksberg, Sabrina (Zeichentrick)	3,9 %	Bart Simpson	6,9 %
Platz 3	Mona der Vampir	3,1 %	Yugi	6,4 %
Platz 4	Paula GZSZ	2,2 %	Detektiv Conan	3,5 %
Platz 5	Käpt'n Balu	2,0 %	Peter Lustig	2,1 %
Platz 6	Maus, Pippi Langstrumpf, Lisa Simpson	1,4 %	Homer Simpson	1,9 %

Tabelle 1: Die Lieblingsfiguren der Mädchen und Jungen

die starken Männer. Gemeinsam ist den Figuren – in der individuellen Lesart der Mädchen – dass sie in ähnlichen sozialen Lagen sind (Eltern-Kind-Beziehung, Freundeskreis etc.), ähnliche Körperlichkeiten (klein wie Wickie) und ähnliche Problemlagen symbolisieren.

2. Sich von der Figur viel anschauen (sich identifizieren)

»Sich mit einer Figur identifizieren« ist eine gebräuchliche Formulierung, um die Beziehung und eine spezifische Lesart des Films zu beschreiben (vgl. Cohen 2001). Im engeren Sinne ist identifizieren definiert als Prozess, »durch den ein Subjekt einen Aspekt, eine Eigenschaft, ein Attribut des anderen assimiliert und sich vollständig oder teilweise nach dem Vorbild des anderen umwandelt« (Laplanche/Pontalis nach Mikos 1994, S. 72). Dass Mädchen sich der Fernsehfigur anpassen, kommt vor, aber bei weitem nicht so häufig, wie die Alltagstheorie dies nahe legt. Manchmal sind es nur bestimmte Fähigkeiten, manchmal aber auch die Figur als Ganzes, ihre Deutungsmuster, Kleidung etc., die Mädchen in ihre Identitätsbildung explizit einbeziehen. Ein Fallbeispiel:

Leonie ist 10 Jahre alt, geht in die 4. Klasse und lebt mit 3 Geschwistern in Bayern. Ein Thema, das sie sehr beschäftigt, sind die Zuschreibungen zum Thema Mädchen- und Junge-Sein. Sie findet Streiten und Kämpfen eigentlich ganz lustig und ärgert andere (zum Beispiel ihre Schwester) zum Spaß gerne mal. Aus

den Zwängen der Schule würde sie am liebsten ausbrechen und Model werden.³ Nach langem Suchen hat sie ihre absolute Lieblingsfernsehfigur gefunden: Spinelli aus *Disneys große Pause*. Sie hat ihr gezeigt, dass Mädchen mehr dürfen als lediglich brav und schön zu sein. Was Leonie besonders gefällt: Spinelli sagt, was sie denkt, stört mit Begeisterung den Unterricht – und vor allem »schlägert« sie sich leidenschaftlich gern mit den Jungs. Das, so erzählt Leonie voller Inbrunst, tut sie jetzt auch: »weil ich eben gesehen hab, dass ich auch als Mädchen die Jungs schlägern darf und dass ich mich das eben jetzt auch traue.« Seit Spinelli so richtig ihre Lieblingsfigur geworden ist, hat sich Leonie die Haare kurz geschnitten und sich auch ansonsten verändert. Ein braves, angepasstes Mädchen will sie nun nicht mehr sein.

»Ja, ich weiß eben jetzt, dass so Sachen wie zum Beispiel Jungs verschlägern, dass das eben auch Mädchen machen dürfen und nicht nur Jungs. Und seitdem mach ich das auch.«

Diese Art der Beziehung, bei der Kinder explizit der Lieblingsfigur etwas nachmachen, kommt bei Mädchen und bei Jungen vor. Die Figuren, die sie dazu nutzen, haben alle herausragende Fähigkeiten und Charaktereigenschaften.

Fernsehfiguren, von denen Mädchen sich explizit etwas anschauen, sind:

Sabrina (*Simsalabim Sabrina*), Mona (*Mona der Vampir*) und bei den älteren: Paula und Sandra aus *GZSZ* oder Lolle (*Berlin, Berlin*).

Die Identifikationsfiguren, bei denen Mädchen sich die ganze Figur zum Vorbild nehmen und sich entsprechend verändern, sind (zumindest in dieser Studie) ausschließlich Mädchenfiguren. Sind es nur bestimmte Fähigkeiten, die die Mädchen

von der Fernsehfigur übernehmen, dann können es auch Männerfiguren sein, wie zum Beispiel Felix (*Felix und die wilden Tiere*).

3. Mitgehen und die Welt verstehen

Nicht immer ist die Beziehung zwischen Mädchen und Lieblingsfigur eine so enge wie in den ersten beiden Beziehungsmustern. Zum Teil scannen die Mädchen aus einer Beobachterinnenposition heraus die Sendungen nach interessanten Problemlösestrategien, sozialen Netzwerken und Interaktionsformen ab. Sie denken sich in die Handlung anstelle einer (auch wechselnden) Figur ein und verstehen so Verhaltensweisen und soziale Zusammenhänge.

Die Figur ist wichtig, aber eigentlich geht es um die Geschichte, das Problem oder die soziale Struktur. Dies ist das am zweithäufigsten auftretende Beziehungsmuster bei Mädchen, wie etwa bei Jasmin:

Jasmin ist 11 Jahre alt, geht in die 5. Klasse Gymnasium in Bayern und wächst in wohl situierten Verhältnissen auf. Sie ist ausgesprochen reflektiert. Mit hoher sozialer Intelligenz beobachtet, reflektiert und erkennt sie die sozialen Netzwerke in ihrer Peer-Group. Sie selbst passt sich in diese Netzwerke gezielt ein, nicht als Trendsetterin, sondern quasi als Trendsetterin-Begleiterin, die moralisch verantwortlich(er) handelt. Jasmin sucht sich Serien, in denen Freundschaft facettenreich dargestellt und gelebt wird (*Friends*, *Sabrina total verhext*, *Angela Anaconda*). Sie hat Spaß an den Geschichten von Freundschaft und Feindschaft und sagt, sie lerne hier wichtige Dinge für sich. Sie mag Jeanette Biedermann sehr gern, ihre Lieblingsfernsehfigur ist aber Angela Anaconda, ein, wie sie sagt, »etwas verrücktes, witziges Mädchen, das nicht aufgibt«. Jasmin gewinnt für sich aus der heterogenen Freundesclique von Angela und deren Auseinandersetzung mit der Erzfeindin Nanette Manoir Erkenntnisse über die Zusammenhänge der sozialen Welt. Würde sie selbst mitspielen, wäre sie allerdings Gina Lash, die beste Freundin von Angela – übrigens eine der wenigen übergewichtigen Figuren.



Leonie malt ihre schlägernde Lieblingsfigur Spinelli

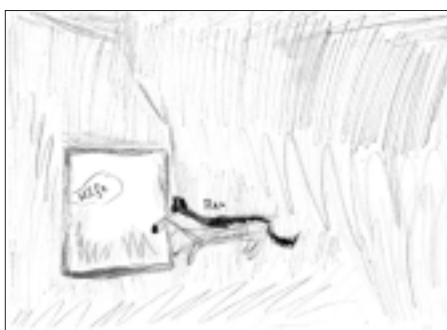
Im Geschlechtervergleich nutzen Mädchen ihre Lieblingsfiguren deutlich häufiger, um soziale Zusammenhänge zu erkennen und zu verstehen. Geht es um Problemlösestrategien oder Wege, um etwas zu entdecken, so finden sich diese Beziehungsmuster bei nahezu gleich vielen Mädchen und Jungen.

Fernsehfiguren, die dies in Bezug auf soziale Zusammenhänge für Mädchen leisten, sind z. B. Bibi Blocksberg, Tessa aus der *Schloss Einstein*, Lilo (Disneys *Lilo und Stitch*), Paula und Sandra aus *GZSZ* und der kleine Elefant aus der *Sendung mit der Maus*. Notwendige Qualitäten einer Figur sind typische Problemlagen und vor allem Fehler, die gemacht, erkannt und im Laufe der Handlung gelöst werden.

4. Parasoziale Beziehungen

Einige Mädchen imaginieren mit ihren Lieblingsfiguren parasoziale Beziehungen, d. h. sie denken sich als eigene Personen in die konkrete Beziehung zur Figur. Die Lieblingsfigur kann für sie dabei unterschiedliche Funktionen übernehmen. Meist sind es FreundInnen, mit denen sie Abenteuer erleben oder denen sie sich mit Geheimnissen anvertrauen. In einem Fall wählte ein Mädchen eine Lieblingsfigur deshalb aus, weil sie die (bessere) Mutter wäre, in einem anderen Fall, weil es ein Junge zum Verliebten wäre (nur in zarten Anfängen). In zwei Einzelfallstudien übernahm die Lieblingsfigur die Rolle eines imaginären Helfers, der bedingungslos unterstützt und aus brenzligen Situationen erretten könnte, so wie im Fall von Sabine:

Sabine (11 Jahre) lebt in Bayern in einer schwierigen Lebenssituation mit sehr beengten Wohnverhältnissen, getrennt lebenden Eltern und einer depressiv erkrankten Mutter. Sabine hat einen großen Traum, den sie unbedingt verfolgen will: Sie will Tierärztin werden. Doch die Mutter zweifelt explizit an ihren Fähig-



Sabine malt ihre Helferfigur Kommissar Rex, der auch Kinder aus dem Feuer rettet

keiten, rät ihr angesichts ihrer Schwierigkeiten in Mathematik, vom Gymnasium zu gehen. Sabine fühlt sich allein gelassen, nicht in ihren Fähigkeiten anerkannt und würde sich mehr Unterstützung wünschen. In ihrer Fantasie findet sie die Unterstützung durch ihre Lieblingsfigur: den Schäferhund Kommissar Rex. Er würde Kinder immer aus großer Gefahr retten und ihnen glauben, wenn sie etwas sagen. Ist Sabine ganz konkret in schwierigen Situationen, die ihr Angst machen – wie der Sprung vom Dreimeterbrett –, dann denkt sie an Rex und er gibt ihr Mut, die Angst zu besiegen.

Diese Art des Beziehungsmusters findet sich bei Mädchen und Jungen. Während Lieblingsfiguren für Jungen dabei etwas häufiger »Freund für Abenteuer« oder »Helfer« sind, ist die parasoziale Beziehung – »die Medienfigur als vertraute Freundin« – bei Mädchen öfter zu finden.

Fernsehfiguren, die diese parasoziale Beziehung für Mädchen leisten können, sind z. B. Jeanette Biedermann, Bibi Blocksberg oder Angela Anaconda als Freundin oder Zelda (aus *Sabrina ... total verhext*) als Mutter. Als beste Freundin, der die Mädchen alles anvertrauen würden, werden besonders häufig und mit hohen Werten Paula und Sandra (*GZSZ*) genannt. Eine Freundin zum Abenteuer-Erleben wäre Pippi Langstrumpf oder auch (und das gleichermaßen für Jungen und Mädchen) Donald Duck.

Notwendige Qualitäten sind die Inszenierung wiederkehrender verlässlicher Eigenschaften in der Beziehung.

5. Einfach Spaß haben und sich lustvoll erleben

Für einige Mädchen ist die Beziehung zu ihrer Lieblingsfigur weniger durch einen intellektuellen Gewinn als durch Spaß und lustvolles Erleben gekennzeichnet. Dies können einfach freudvolle Ergänzungen zu einem ansonsten als angenehm und erfüllt erlebten Alltag sein. Es kann aber auch eine ganz spezifische Art sein, sich mit z. B. humoristischen Figuren einen notwendigen Ausgleich für die anstrengende Identitätsarbeit und Lebensbewältigung zu schaffen – wie bei Verena:

Verena (9 Jahre) lebt in Sachsen mit ihrer Mutter und 3 Geschwistern. Schul- und Familienprobleme machen ihr das Leben zurzeit schwer und soziale Einbindung in einen Freundeskreis ist nur bedingt vorhanden. Verena sieht gern und viel fern. Ihre Lieblingsfigur ist Sponge-Bob Schwammkopf. Verena nutzt ihn, um die Probleme zu Hause und in der Schule zu vergessen. Gemeinsam mit ihrer Schwester lacht sie über seine Faxen und erfreut sich an seiner penetranten Art, Autoritäten nicht Folge zu leisten. Ihr handlungsleitendes Thema (sich Autoritäten nicht beugen zu wollen) klingt in der Aneignung der Figur leise an, vor allem aber ist es ein lustvolles Erlebnis, das Verena mit ihrer Lieblingsfigur verbindet.

Diese Art des Beziehungsmusters fanden wir im qualitativen Geschlechtervergleich auffallend häufig bei Jungen. Bei Mädchen kommt sie auch vor, zum Beispiel im Kontext von komischen Figuren oder als Symbol für das Erlebnis Reiten und die Welt der Pferde. Beispielfiguren, die

diese Beziehung für Mädchen anbieten, sind neben Pferdefiguren wie Black Beauty und Spirit komische Figuren wie SpongeBob und Bernd das Brot, aber auch Abenteuerer wie Käpt'n Balu oder Bibi Blocksberg.

Was macht eine Figur zur Lieblingsfigur von Mädchen?

Was für Mädchen eine Fernsehfigur zur Lieblingsfigur macht, ist, wie die Studie zeigt, individuell verschieden. Es kommt ganz auf die jeweiligen Themen, Bearbeitungswege und Weltbilder an. Der Gebrauchswert (Götz 2002) bestimmt sich dabei u. a. von der Grundkonstitution der Figur her. Sie muss zunächst möglichst verlässlich und berechenbar in ihren Eigenschaften und ihrer sozialen Einbindung sein. In unserer heutigen Medienlandschaft wird dies vor allem von Serienfiguren geleistet, die verlässlich jeden Abend in ihren diversen Wiederholungen zu sehen sind.⁴ Dabei kommt es zu aktuellen Trends in der Kinderkultur. Wer Paula aus *GZSZ* nicht kennt, kann nicht mitreden. (Auch) Mädchen »müssen« wissen, wer Yugi aus *Yu-Gi-Oh!* ist, um »in« zu sein. Diese Trends entstehen durch die hohe Attraktivität eines Formats, seinen Neuigkeitswert und sind zum Teil ganz gezielt von den Fernsehanbietern gesetzt. Zum Erhebungszeitraum hatte beispielsweise der KI.KA Bibi Blocksberg in den Mittelpunkt einer Aktion gestellt, die der Figur in diversen Sendeformaten und Onlineangeboten Präsenz verschaffte. Aus der Sicht der Kinder bietet so etwas einen kommunikativen Gebrauchswert. Dies erklärt zwar die Fokussierung auf bestimmte Figuren, doch keine noch so geschickt beworbene Figur



Gina Lash aus *Angela Anaconda*

wird zur Lieblingsfigur, wenn sie den Kindern nicht auch inhaltlichen (subjektiv-thematischen) Gebrauchswert zu bieten hat. Auch dieser ist individuell ganz unterschiedlich.

Müssen Lieblingsfiguren schön und schlank sein?

Das Aussehen der Figur kann dabei eine wichtige Rolle spielen, wenn es ein zentrales Thema für das Mädchen ist. So betont Leonie, Spinelli (*Disneys große Pause*) »sieht ja auch schon ganz frech aus, mit den beiden Zöpfen und ihrer Mütze da«. Julia, die nach Bildern für Jugendlichkeit sucht, nennt als Grund, warum Lolle aus *Berlin, Berlin* ihre Lieblingsfigur sei: »Ich find die hübsch«, oder Marina (10 Jahre), die nach Vorbildern für »nettes Mädchen-Sein« sucht, erzählt, was sie an Jeanette Biedermann so toll findet: »Dass sie schön ist, dass sie immer tolle Klamotten anhat und dass sie gut geschminkt ist.« Für einige Mädchen ist »Erscheinung« ein Thema. Die Schlussfolgerung, dass die Mädchenfiguren deshalb grundsätzlich einem stereotypen Schönheitsideal entsprechen müssen, trifft jedoch nicht zu. Für einige ist die »soapige«, widerstandslose Schönheit einer Jeanette Biedermann wichtig. Andere Mädchen bewundern gerade das Besondere und Einzigartige oder das »Un-Hübsche« wie bei Lisa Plenske (*Verliebt in Berlin*). Auch die These, etwas rundere Formen würden zu viel Widerstand in der Rezeption produzieren und eine positive Beziehung verhindern, widerlegen die Fallstudien. Jasmin (11 Jahre) würde als Gina Lash, eine fülligere Figur, an der Handlung teilnehmen. Für Jasmin, die übrigens selbst in keinsten Weise füllig ist, stellt die Körperlichkeit

der Figur also keinen Widerstand dar, der das Eindenken an ihre Stelle verhindern würde. Das Entscheidende aus Jasmins Sicht ist die moralisch gerechtfertigte und anerkannte Handlungsweise der Figur.

Müssen Lieblingsfiguren sozial und nachgiebig handeln?

Für einige Mädchen, z. B. für Clara (9 Jahre), ist es wichtig, dass sich Molle aus *Neues aus dem Süderhof* »nett« verhält: »Die ist ganz nett, die belästigt keinen, die mag alle.« Das Attraktive für Clara ist die positive Grundhaltung gegenüber der Welt, die Molle verkörpert. Brigitte (10 Jahre) mag Tessa aus *Schloss Einstein*, »weil die ist zurückhaltend und alles, und hilfsbereit«. Dies ist ihrer Meinung nach der Weg zu mehr Beliebtheit bei den anderen Schülern und zu weniger peinlichen Situationen, wie sie auch anhand der Serienhandlung belegen kann. Nachgiebigkeit kann also für einige Mädchen ausgesprochen wichtig sein – in dieser Studie aber nur für eine sehr kleine Gruppe. Für die meisten steht das selbstbestimmte Handeln der Figur im Mittelpunkt des Interesses. Etwa bei Lea (9 Jahre), die an ihrer Lieblingsfigur Nola (*Flipper & Lopaka*) besonders schätzt: »Sie ist mehr so mutig, und wenn ihr was nicht passt, dann muss sie es ändern.« Julia (10 Jahre) findet bei ihrer Lieblingsfigur Lolle (*Berlin, Berlin*) so gut, »dass sie so ist, wie sie ist, und manche finden das halt blöd (dass Lolle so ist) und sie sagt dann halt ihre Meinung«. Julia sieht in Lolle eine Persönlichkeit, die ihren Weg geht, ohne sich anzupassen. Für mehrere Mädchen ist eine gewisse Frechheit genau das Spannende an ihrer Figur, etwa für Martina, die an Bibi Blocksberg besonders gut gefällt, dass sie »ein bisschen frech ist«, aber immer noch in den Grenzen des Verantwortungsbewusstseins bleibt.

Sozial verantwortlich zu handeln ist für viele, aber nicht für alle Mädchen wichtig. Lena (9 Jahre) beispielsweise mag Bart Simpson gerade dann, wenn er Grenzen überschreitet und ohne Rücksicht auf andere handelt. Verena (9 Jahre) genießt es, wenn SpongeBob lustvoll-exzessiv eben nicht seine Arbeit tut. Es ist also auch möglich, dass eine Figur gerade dann für ein Mädchen attraktiv ist, wenn sie die Grenzen aus egoistischen Motiven übertritt.⁵

Nur schön, sozial und nachgiebig?

Mädchen suchen vor allem Mädchen-/Frauenfiguren – aber auch Jungen-/Männerfiguren –, die sie für ihre Lebensbewältigung und Identitätsentwicklung nutzen können. Was eine Figur für Mädchen so attraktiv macht, dass sie ihr in ihrem Alltag eine besondere Bedeutung zuweisen, ist ausgesprochen vielfältig.

Es kommt vor, dass Schönheit ein notwendiges Kriterium ist – dies gilt aber bei weitem nicht für alle. Für viele Mädchen ist sozial verantwortungsbewusstes Handeln wichtig, jedoch gibt es auch Ausnahmen. Entscheidend ist, dass die Figur selbstbestimmt handelt. Für einige (wenige) Mädchen ist es dabei vorbildlich, sich nachgiebig zu verhalten, für andere ist gerade das Freche und Grenzüberschreitende attraktiv. Für viele Mädchen entsteht der Gebrauchswert durch die aus ihrer Perspektive positiven und erstrebenswerten Eigenschaften. Die Soap-Figur Paula aus GZSZ beispielsweise hat Höchstwerte in diversen Gebrauchswertdimensionen: Die Mädchen erkennen sich in der Figur wieder, denken sich in die Handlungen an ihrer Stelle ein, lernen und übernehmen Strategien von ihr, und sie wäre die ideale Freundin. Für einige Mädchen ist aber auch genau das Nicht-Vorbildhafte spannend. Die Telenovela-Figur Lisa Plenske (*Verliebt in Berlin*) kenn-

zeichnet sich durch herausragende Negativwerte, die Mädchen erkennen sich gar nicht wieder, würden überhaupt nicht wie sie handeln und sie wäre gar keine tolle Freundin. Lisa Plenske ist die Anti-Heldin, deren Attraktivität genau darin besteht, dass sie gezielt un-hübsch zurechtgemacht wird, in der Liebe nicht erfolgreich ist und auch insgesamt ein missverständenes, stets ins eigene Unglück rennende Figur ist. Auch dies kann für Mädchen als Lieblingsfigur attraktiv sein.

Der Vielfältigkeit der Interessen der Mädchen steht dabei ein nur begrenztes Angebot gegenüber. Es sind nicht nur zahlenmäßig zu wenige Mädchen-/Frauenfiguren, bestimmte Grundkonstruktionen und soziale Konstellationen kommen ausschließlich als Jungen-/Männerfiguren vor. Insofern besteht hier dringender Nachholbedarf, um der Vielfältigkeit und Komplexität von Mädchen gerecht zu werden. ■

ANMERKUNGEN

- ¹ Daten GfK-Fernsehforschung PCTV#Medienforschung RTL II
- ² Daten GfK-Fernsehforschung PCTV#Medienforschung MDR, Sendetermin um 17.25 Uhr
- ³ Spätestens hier zeigt sich die Komplexität der Identitätsbildung von Mädchen. Model-Sein heißt für Leonie keineswegs Schön-Sein, sondern eher Besonders- oder Einzigartig-Sein.
- ⁴ Vermutlich bieten auch Buch- bzw. buchgeleitete Medienarrangements wie *Harry Potter Ähnliches*. Auch sie sind über den wochenlangen Prozess des Lesens bedeutsam – und das verlässlich wiederkehrend im alljährlichen Rhythmus.
- ⁵ Dass es sich bei den letzteren Beispielen um Jungenfiguren handelt, verdeutlicht nur noch einmal, wie angebotsabhängig die Figurenvorlieben sind, denn eine entsprechende Serien-Mädchenfigur, die wie Bart Simpson mit Begeisterung Regeln verlässt, sich nicht um die sozialen Folgen kümmert und auch vor den Eltern mit seinen zum Teil bösen Streichen nicht Halt macht, kommt im derzeitigen Fernsehangebot als Mädchenfigur auch gar nicht vor. Doch auch diese Eigenschaften sind für einige Mädchen hochattraktiv.

LITERATUR

Bachmair, Ben: Tiefenstrukturen entdecken – Medienanalyse und Medienkommunikation. In: Holly, Werner; Püschel, Ulrich (Hrsg.): *Medienrezeption als Aneignung. Methoden und Perspektiven qualitativer Medienforschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag 1993, S. 43-58.

Cohen, Jonathan: *Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters*. In: *Mass Communication and Society*, 4/2001/3, S. 245-264.

Götz, Maya: *Der Gebrauchswert von Kindersendungen im Alltag*. In: *TelevIZion*, 14/2002/2, S. 40-44.

Heidmann, Horst: *Die Medienfreunde unserer Kinder – Ergebnisse einer Umfrage*. In: *Beiträge Jugendliteratur und Medien*, -/1995/4, S. 194-201.

Knobloch, Silvia; Fritzsche, Annett: *Cowboy und Prinzessin seit Adam und Eva. Geschlechterstereotype Unterhaltungspräferenzen von Vorschulkindern*. In: *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 16/2004/2, S. 68-77.

Knobloch, Silvia; Callison, Coy; Chen, Lei; Fritzsche, Annett; Zillmann, Dolf: *Children's sex-stereotyped self-socialization through selective exposure to entertainment: Cross-cultural experiments in Germany, China and the United States*. In: *Journal of Communication*, 55/2005/1, S. 122-138.

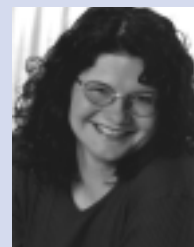
Mikos, Lothar: *Es wird dein Leben! Familienserien im Fernsehen und im Alltag der Zuschauer*. Münster: MAKs Publikationen 1994.

Signorielli, Nancy: *New studies on media, girls, and gender roles: Media reinforces some gender stereotypes, breaks others*. Oakland, CA: Children Now and the Kaiser Family Foundation 1997. [Http://www.childrennow.org/media](http://www.childrennow.org/media).

Theunert, Helga: *Geschlecht und Medien – Der Umgang von Jungen und Mädchen mit Medien*. In: *Anfang, Günther (Hrsg.): Von Jungen, Mädchen und Medien. Theorie und Praxis einer geschlechtsbewussten und -sensiblen Medienarbeit*. München: KoPäd 2005, S. 11-22.

Thompson, Teresa; Zerbinos, Eugenia: *Television cartoons: Do children notice it's a boy's world?* In: *Sex Roles*, 37/1997/5-6, S. 415-432.

DIE AUTORIN



Maya Götz, Dr. phil., ist Leiterin des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) und des Prix Jeunesse International, München.