

Teil 2: Theoretische Hintergrundinformationen

„Über Vorbilder, Idole oder Stars der nachwachsenden Generation nachzudenken, bedeutet, nach Orientierungen und Leitbildern von Kindern und Jugendlichen zu fragen. Beziehen sich Heranwachsende gegenwärtig noch auf Vorbilder oder gilt ein solches Verhaltensmuster unter Gleichaltrigen als verstaubt und überholt? Und wenn doch, wer gilt in ihren Augen als Vorbild und welche Funktion hat die Wahl eines Vorbilds für den Prozess des Aufwachsens? Aus der Perspektive der Objekte der Imagination kann die Frage auch anders formuliert werden: Worin besteht die Gemeinsamkeit zwischen Britney Spears, Michael Jordan, Stephen Hawking, Stefan Raab, Busta Rhymes, Lady Diana, Mutter Theresa und Zlatko aus dem Big-Brother-Haus?“ –hinterfragt Klaus Waldmann (2000) in seiner Studie.

Vorbilder, Idole und Stars sind keine Neuerscheinungen. Es gab sie in der menschlichen Gesellschaft schon immer und es wird sie sicher auch in Zukunft geben. Sigmund Freud sah in der Identifizierung des Individuums mit Vorbildern einen psychodynamischen Prozess mit dem Ziel, sich in bestimmten Situationen so zu verhalten und sich solche Charaktereigenschaften anzueignen, über die das Vorbild verfügt. Für Kleinkinder stellen eindeutig die Eltern die wichtigsten Bezugspersonen, d.h. Vorbilder dar, was sich in der Pubertätszeit in Form der distanzierten, kritischen Urteilsfähigkeit ändert, so dass Jugendliche sich stärker an selbst gewählten Vorbildern, Idolen bzw. Freunden orientieren. Es entwickelt sich „ein Zusammengehörigkeitsgefühl und ein Gefühl von Akzeptiert- und Geliebt-Sein. Zwischen dem einzelnen Jugendlichen und seinem Persönlichkeitsideal, dem Star, welcher die Modelle liefert und damit durch das Setzen von Verhaltensmaßstäben eine Orientierungsmöglichkeit bietet, besteht kein Unterschied“ stellt Rupp (2006) fest.

Wen bezeichnet man als „Idol“, „Star“? Waldmann (2000) semantisiert und definiert die Begriffe folgendermaßen: „Sie sind aus dem Alltäglichen und Üblichen herausgehobene Personen. Sie sind Ikonen eines bestimmten Metiers, versinnbildlichen spezifische kulturelle Praktiken, stehen für eine bestimmte Lebensform.“ Nach Rupp (2006) artikuliert man oft Vorbehalte gegen diese Vorbilder, „da Idole als gesellschaftliches Produkt dem Einzelnen von außen angetragen werden und damit klischeehaft, personenfremd und mit pädagogisch erhobenerm Zeigefinger abgewertet werden“. Die Stars und Idole heutzutage kommen hauptsächlich aus der Film-, Pop- und Sportszene und werden mit Hilfe der Medien mit außerordentlicher Aufmerksamkeit – die wir nicht einmal unseren Familienmitgliedern gönnen –, mit großem Interesse und eigenartiger Fürsorge sogar in indirekter Form finanziell unterstützt, ja „verwöhnt“.

Nach Hemrik (2008) *ehren* wir zwar im Gegensatz zu Vorbildern aus früheren Epochen die Stars des 21. Jahrhunderts nicht mehr, wir sind vielmehr *neidisch* auf sie; dennoch sind wir bereit, sie mit unserer ständigen Aufmerksamkeit auszuzeichnen. Wie Hemrik weiter behauptet, seien die Reality Shows (z.B. Big Brother) ein gutes Beispiel dafür, dass ein jeder durchaus imstande ist, Aufmerksamkeit auf sich zu lenken. Wenn eine Person gezielt und lange genug im Fernsehen (im Internet) gezeigt wird, ist er/sie schon ein Star. Ákos Szilágyi (2000) berichtet darüber, wie das Fernsehen und der Computer aus der traditionellen Geschichte Massenkultur, oft sogar Seifenopern schaffen konnte. Aus einer Diskussion unter namhaften Märchen- und Jugendliteraturverfassern sowie Kinderpsychologen (Győri 2000) wird ersichtlich, dass sogar aus der Kinder- und Jugendkultur die archaischen Märchen mit ihren Helden, Götzenbildern allmählich verschwinden und an ihre Stelle (mit Hilfe des Fernsehens, des Internets) solche Subkulturen treten, die die Kinder als „kleine Erwachsene“ behandeln.

Wie dies geschieht, beschreibt Zinnecker (1987) ausführlich in *Jugendkultur 1940 - 1985*. Er betont, dass die Wahl der 15-17-jährigen Jugendlichen bezüglich ihrer Vorbilder und Idole immer stärkere *geschlechtsspezifische* Diskrepanzen aufweist. Für Frauen sind Eigenschaften wie Haltung, Charakter, Schönheit des Körpers ausschlaggebend, sie können sich viel leichter mit ihren Idolen identifizieren. Männer hingegen halten den

Beruf, sportliche Leistungen, Erfolg, Ausdauer, Durchsetzungskraft und die finanzielle Situation für wichtige Eigenschaften und Errungenschaften. Selbstverständlich sind für die Herausbildung dieser geschlechtsspezifischen Klischees und Stereotype in erster Linie die Medien (Fernsehen, Internet, Printmedien) verantwortlich. In einigen Jugendzeitschriften oder in Fernsehsendungen, auf Internetseiten für junge Leute werden bezüglich der Idole lediglich die oben erwähnten, „oberflächlichen“ Themen behandelt, während Themen aus dem realen sozialen Umfeld, wie Beruf, Arbeitslosigkeit, finanzielle Not, Konkurrenzkampf, Bildung und Schule völlig außer Acht gelassen werden (Zinnecker 1987). Die Tatsache, dass sich Jugendliche eindeutig an Idolen, Stars als Vorbilder orientieren, weist eine umfassende Studie von Zinnecker (2002, vgl. auch: <http://de.wikipedia.org/wiki/Vorbild>) nach. Zur Zeit der Untersuchung äußerten 60 Prozent der Jugendlichen in Deutschland, ein Vorbild (Prominente, „Celebs“ aus der Medienwelt, wie Sportler, Pop- und Rocksänger, Schauspieler) außerhalb der Familie und des unmittelbaren Bekannten- und Freundeskreises zu haben.

Was können Erzieher, Pädagogen, Eltern unternehmen, damit die „traditionellen“ Vorbilder neben den neuen Idolen aufrechterhalten bleiben? Da die Beeinflussung durch die Star- und Medienwelt sowohl Jugendliche als auch bereits ganz junge Kinder in der Prepubertät (Zsubrits 2002) betrifft, erscheint es wichtig, dass der Ungarische Nationale Grundlehrplan (Nemzeti Alaptanterv) die Einführung eines neuen Faches mit dem Namen „Visuelle Elemente und Medienkenntnisse“ für 13-15-jährige SchülerInnen vorschreibt. Weiter ist zu betonen, dass sowohl visuelle, als auch Printmedien (Jugendzeitschriften wie *Bravo*) bewusst und kritisch behandelt werden sollen, wobei Elternhaus und Schule eine große Rolle spielen. Kinder und Jugendliche sollen in der Lage sein, zu erkennen was Realität ist, und dass Medien oft nur eine Quasi-Realität, eine Traumwelt aufzubauen versuchen, die einen stark reduzierten, vereinfachten, idealisierten Weltausschnitt reproduziert (Rupp 2006). Junge Erwachsene – als manipulierbare Rezipienten dieser Scheinwelt – verwenden diese Werkzeuge und soziale Kompetenzen, um die dort aufgebauten Stereotype und Klischees zu verstehen und im weiteren auch wieder abbauen zu können.

Literatur- und Quellenverzeichnis:

- Győri, Anna (2000)(szerk.): „Nem a mese van veszélyben, hanem az emberek“. – Kerekasztal-beszélgetés. {„Nicht die Märchen sind in Gefahr, sondern die Menschen.“ Round-table Diskussion.} In: Új Pedagógiai Szemle, 2000. július. 169-181.
- Hemrik, László (2008): Sztárkultusz Elvistől a Big Brotherig. {Starkultus von Elvis zum Big Brother.} In: <http://www.sulinet.hu/tart/fcikk/Kda/0/11892/1>. (26.05.2008)
- Szilágyi, Ákos (2000): Borisz sztár és a sztárevicsek. {Zar-Star Boris und viele kleine Zarewitsch.} Budapest: Helikon Kiadó.
- Rupp, Susanne (2006): Die Internetpräsenz von Schulen und die Rolle der Schüler/innen bei der Entwicklung. In: <http://susanne-rupp.de/studien/mag6.htm>. (26.05.2008)
- Waldmann, Klaus (2000): Stars, Idole, Vorbilder. Was weiß die Jugendforschung? In: http://www.erzieherinnen.de/paedagogik/heft200007/n_02_08.html. (26.05.2008)
- Zinnecker, Jürgen (1987): Jugendkultur 1940 - 1985. Opladen: Leske & Budrich 1987.
- Zinnecker, Jürgen/Behnken, Imbke /Maschke, Sabine /Stecher, Ludwig (2002): Null zoff - voll busy. Die erste Jugendgeneration des neuen Jahrhunderts. Opladen: Leske + Budrich.
- Zsubrits, Attila (2002): A társas kapcsolatok alakulása kisiskolás korban. „EdQ“ – regionális oktatási együttműködés – 2004/2005. {Die Entwicklung der sozialen Interaktion bei Schülern in der Primarstufe. „EdQ“ – regionale Bildungs Kooperation.} In: <http://www.mpigyor.hu/tartalom/edqprojekt/edqiskpszichologia/pszcikkek/atarsaskap.pdf>. (26.05.2008)
- <http://de.wikipedia.org/wiki/Vorbild>. (26.05.2008)