



Sinnsuche

SCHWÄRMEN, VEREHREN, NACHAHMEN – UND DANN PLÖTZLICH ABLEHNEN: **HELDEN, STARS, IDOLE** SIND FÜR KINDER UND JUGENDLICHE HÖCHST BEDEUTSAM.

Held, Vorbild, Idol, Star – sie alle haben dieselbe wichtige Funktion im Leben von Kindern und Jugendlichen. Das lässt sich wohl am besten beim Begriff Star veranschaulichen: Star bedeutet Stern, und als solcher ist er eine direkte Verbindung mit der himmlischen Sphäre. Die Sterne sind oben und oft unerreichbar. Und gerade deshalb eignen sich Stars als Idole respektive Projektionsflächen eigener Wünsche und Sehnsüchte. Die Sehnsucht ist dabei der Hunger der Seele, der sich auf das «Anderere» richtet, auf das, was die eigene Person nicht ist und nicht hat. Sie ist die Grundlage der Sinnsuche und gerade dort intensiv, wo keine Aussicht auf reale Erfüllung besteht. Stars als imaginäre Identifikationsfiguren dienen als Symbole mit Brückenfunktion.

Eigene Identitäten und Welten ausprobieren

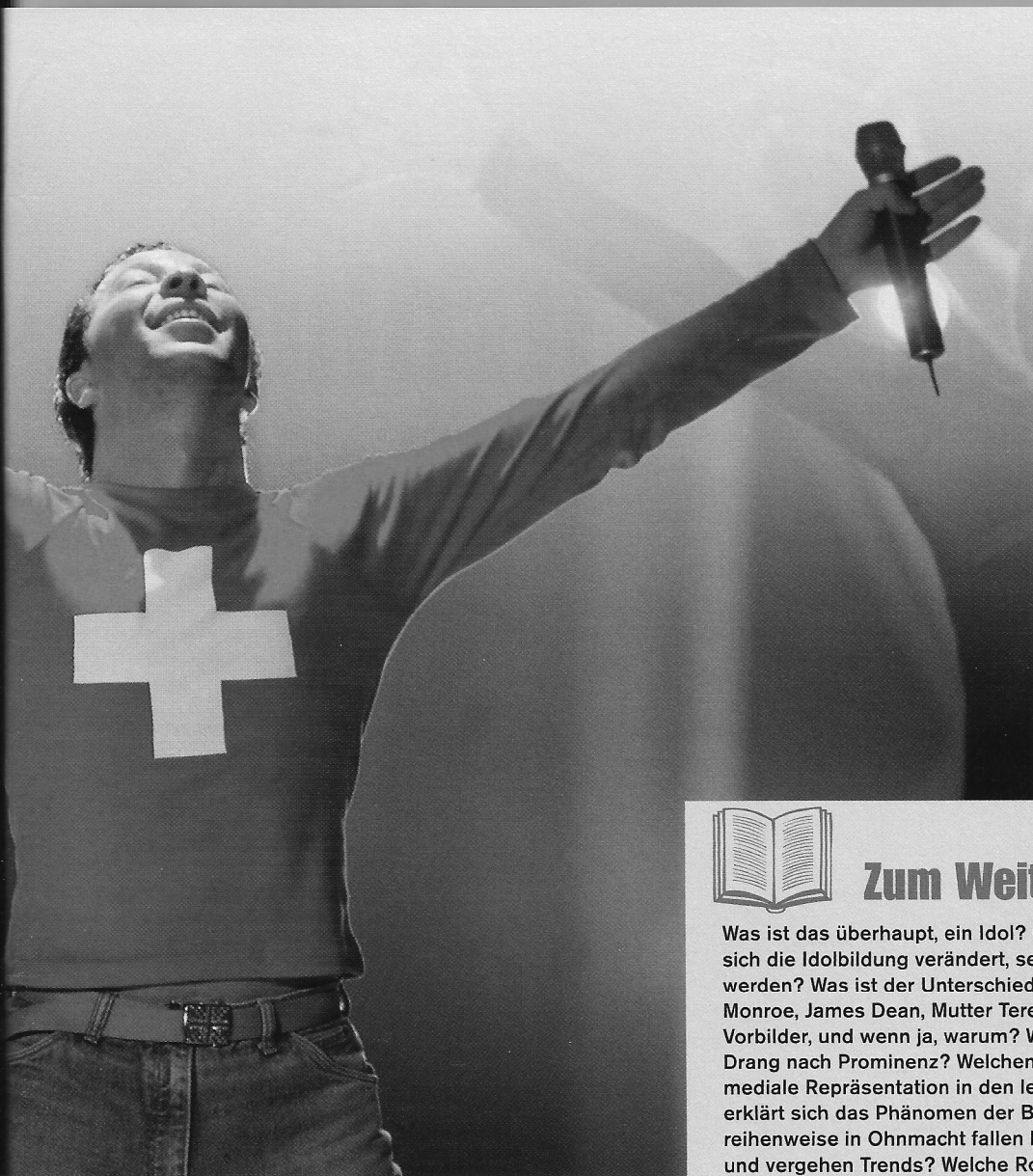
Kinder und Jugendliche entwickeln in Abgrenzung zur Erwachsenenwelt einen eigenen Kosmos, beispielsweise durch selbstbestimmte, mal mehr, mal weniger fantasievolle Formen des Sammelns von Bildern, T-Shirts, Stickern etc. Nicht nur für das Hin-

einwachsen in eine Kultur, sondern auch für den individuellen Entwicklungsprozess sind Idole als Orientierungspunkte höchst bedeutsam. Sie dienen als Spiegelbild der eigenen Person und werden zum Suchbild beim Entdecken des eigenen Ichs.

Die Beispiele für die Idolbildung bei Kindern und Jugendlichen zeigen, dass sich Kinder vor allem mit fiktiven Figuren beschäftigen, während sich Jugendliche im Allgemeinen eher von existierenden Personen angesprochen fühlen. Der besondere Reiz der fiktiven Figuren besteht darin, dass sie in einer eigens für sie geschaffenen Welt leben, die keine Begrenzungen durch das Realitätsprinzip kennt. Jugendliche hingegen schaffen sich Idole, die im «realen» Leben ihren Platz haben und sich dort behaupten müssen. Es sind Personen, die Herausragendes leisten und die über Ausdrucks- oder Selbstdarstellungsformen verfügen, für die Jugendliche besonders empfänglich sind.

Die Wahl des Idols hängt vom momentanen Bedürfnis ab

Offensichtlich sucht sich der Heranwachsende je nach Entwicklungsphase die Art von Idol, die ihm



Beliebt sein, Karriere machen: DJ Bobo steht dafür, dass Träume auch wahr werden.

RDB/Reuters/Eric Gaillard



Zum Weiterlesen

Was ist das überhaupt, ein Idol? Gab es schon immer Idole, und wie hat sich die Idolbildung verändert, seit sie durch die Massenmedien vermittelt werden? Was ist der Unterschied zwischen Vorbild und Idol? Waren Marilyn Monroe, James Dean, Mutter Teresa und John F. Kennedy Idole? Oder Vorbilder, und wenn ja, warum? Warum verspüren so viele Menschen den Drang nach Prominenz? Welchen Wandel haben die Jugendidole und ihre mediale Repräsentation in den letzten fünfzig Jahren durchgemacht? Wie erklärt sich das Phänomen der Boygroups, die weibliche Teenager gleich reihenweise in Ohnmacht fallen lassen? Nach welchen Gesetzen entstehen und vergehen Trends? Welche Rolle spielen Idole, Vorbilder, Stars und Helden im Leben von Grundschulkindern? Können und sollen Eltern oder auch Lehrpersonen für Jugendliche ein Vorbild sein, oder wäre ein solcher Anspruch gar kontraproduktiv? Gehört die Zukunft der Helden dem Internet? Spannende Antworten auf diese und andere Fragen erhalten Sie in einem Heft, in dem sich nicht nur Fachleute, sondern auch Kinder und Jugendliche selbst in Wort und Bild zu ihren Vorbildern und Idolen äussern.

«pro juventute-thema» 2-2002 kann bezogen werden bei:
Bookit Medienversand AG, Postfach, 4601 Olten, Tel. 062 209 49 00,
Fax 062 209 49 09, oder über E-Mail verlag@projuventute.ch

für seine Entwicklung dienlich ist. Für das Kind kann das die Fantasiegestalt einer Pippi Langstrumpf sein, mit der es seine kindlichen Unterlegenheitsgefühle im Freiraum der Fiktion überwinden kann. Bei den Jugendlichen ist es die reale Gestalt vielleicht eines Simon Ammann, der sie als Identifikationsfigur erleben lässt, dass auch in ihrem Leben Märchen wahr werden können. Stars wie zum Beispiel Leonardo DiCaprio sind häufig eine «Vor-Liebe», die vor der ersten wichtigen Partnerschaft kommt: Der umschwärmte Star ist ein Liebesobjekt, das es den Fans ermöglicht, erste sexuelle Gefühle ohne Angst erleben zu können, da kein Partner wirklich etwas einfordert. Das höchste Glück besteht darin, seinem Star so nah wie möglich zu sein.

Stars aus der Retorte

Natürlich sind Stars und Idole auch Teil eines gigantischen Geschäfts. Sie verdienen viel Geld, und es wird kräftig an ihnen verdient. Allerdings sind die Trends, die sie ins Rampenlicht hieven, in aller Regel nur begrenzt «machbar». Sie entstehen aus zufälligen

Abweichungen vom Herkömmlichen und Bekannten. Wer sie frühzeitig erkennt, kann sie mit gezielten Marketing- und PR-Massnahmen verstärken und als Erster besetzen. Und es entstehen immer neue Möglichkeiten zur Analyse des Mehrheitsgeschmacks. Sind die Erfolgsfaktoren eines Stars einmal entschlüsselt, wird es möglich, neue Stars aus der Retorte nachzubauen. Da es sich dabei aber immer nur um die Nachahmung von bestehenden Erfolgsmustern handelt, entsteht dabei nichts wirklich Neues, und der Trendeffekt ist schnell verpufft, wie das Beispiel bei den «Big Brother»-Stars zeigte. ■

Christian Urech