

«Paw Patrol»: Die Faszination der Felfreunde

Spannung, Pfoten und Kuller-
augen: Die beliebte Serie «Paw
Patrol» begeistert Zwei- bis Fünf-
jährige weltweit – und polarisiert
bei den Erwachsenen. Durch
transmediales Erzählen entfaltet
sich ein komplexes Universum,
das Kleinkindern Identifikations-
figuren und Heldengeschichten
bietet. Doch die breite, mediale
Präsenz stärkt nicht nur die
Bindung zu den Charakteren,
sondern erzeugt auch Konsum-
wünsche.

von *Eveline Hipeli*

«Skye, wir brauchen deine Hilfe! Ein Kätzchen ist auf dem Dach gefangen.» «Ich bin schon unterwegs, Chase! Ich fliege rüber und hole es runter.» «Super! Ich Sorge hier am Boden für Sicherheit.» «Alles klar! Keine Mission ist zu gross für uns!» So oder ähnlich klingt es, wenn die Hauptfiguren aus «Paw Patrol» sich auf den Weg zu einer ihrer Rettungsaktionen machen. «Kein Einsatz zu gross, keine Pfote zu klein»: Kinder rund um die Welt kennen diesen Leitspruch und ebenso die einprägsame Titelmelodie der Serie, die selbst Erwachsenen über Stunden im Gedächtnis bleibt. «Paw Patrol» ist bunt, in «Paw Patrol» gibt es Action, und für jedes Kind ist ein Lieblingscharakter dabei.

Bei der Animationsserie, die in der fiktiven Küstenstadt Adventure Bay spielt, stehen sechs heldenhafte Hunde – darunter Chase, eine Art Polizeihund, Marshall, der Feuerwehrhund, Skye, die Hubschrauberpilotin –, und ihr Anführer, der Junge Ryder, im Zentrum. Jedes Hündchen verfügt über spezielle Fähigkeiten und Fahrzeuge, die der Gruppe helfen, die unterschiedlichsten Herausforderungen zu meistern und die Stadtbewohner:innen zu retten. So viel zur Zauberformel, die zum weltweiten Erfolg der Serie geführt hat.

Transmedial und kontrovers

Neben der TV-Serie gibt es Bücher, Apps, Spielzeuge, Videospiele und Live-Shows, die das Universum und die Abenteuer der Charaktere in neue Richtungen führen und das Engagement der jungen Zielgruppe stärken. Das transmediale Erzählen schafft dabei ein reichhaltiges und um-

fassendes Erlebnis, das über eine einfache TV-Serie oder einen Film hinausgeht. Durch verschiedene Medienplattformen wird eine intensivere Bindung zum Publikum aufgebaut und dessen Erlebnis erweitert. Doch die seit 2013 ausgestrahlte Serie steht im Zentrum einer hitzigen Debatte, die von Faszination und Kritik geprägt ist. Die Allgegenwart der Figuren in den Medien und in Form von Merchandisingprodukten führt auch zu kritischen Reflexionen über ihre Inhalte und ihre Botschaften.

Auf der einen Seite wird die Serie im öffentlichen Diskurs von vielen Eltern und Pädagog:innen als harmlos und unterhaltsam bewertet. Denn sie vermittele einfache, moralische Botschaften wie Teamarbeit und Hilfsbereitschaft, was bei Kindern (und Eltern) gut ankomme (Ballschmitter 2018). Die Figuren sind farbenfroh, niedlich und stets bereit, Probleme zu lösen, was das kindliche Bedürfnis nach Struktur und Vorhersehbarkeit anspricht. Auch ihre Zugänglichkeit und positive Aufmachung machen sie zu einem beliebten Unterhaltungsmittel.

Auf der anderen Seite steht eine kritische Betrachtung, die der Serie generell Oberflächlichkeit vorwirft. Ein wesentlicher Kritikpunkt betrifft die stereotypen männlichen Heldenbilder, welche die (meist männlichen) Hunde verkörpern. Weibliche Figuren wie Skye erhielten deutlich weniger Raum und Skye, in der ersten Staffel das einzige Mädchen, werde zudem auf die Rolle der Unterstützerin reduziert (Ballschmitter 2018). Ausserdem ist sie wie viele andere weibliche Medienheldinnen dem Klischee entsprechend rosa gekleidet. Immerhin lässt sich den Machern



Seit 2013 verzaubern diese sechs niedlichen Hündchen mit Heldenmut und Teamarbeit rund um den Globus Scharen von Kleinkindern. © Paramount+ 2024.



«Kein Einsatz zu gross, keine Pfote zu klein»: Die Fellfreunde der «Paw Patrol» sind mit ihrem Herrchen Ryder stets bereit für Rettungseinsätze – in bisher neun Staffeln. © ParamountPlus 2024.

der Serie zugutehalten, dass Skye als mutige und abenteuerlustige Hubschrauberpilotin dargestellt wird.

Zwischen Konsumdruck und Inspiration

Ob nun Chase, Skye oder Marshall – die Figuren auf vier Pfoten bedeuten den jungen Rezipient:innen weit mehr als ein bisschen Unterhaltung. Kinder nutzen die Figuren als Medienheld:innen. Diese spielen bei der sozialen, emotionalen und kognitiven Entwicklung eine zentrale Rolle. Sie bieten Kindern Identifikationsfiguren, die ihnen Orientierung und Unterstützung bei der Bewältigung von Entwick-

lungsaufgaben geben. Genau das schaffen die Figuren aus «Paw Patrol»; sie lassen Kinder ihre Lebenswelt besser verstehen. Sie bieten Projektionsflächen für Wünsche, Ängste und Bedürfnisse der Vorschulkinder und stellen deshalb prägende Figuren dar. Kinder betrachten Medienheldenfiguren oft als Vorbilder, von denen sie Verhaltensmuster und Problemlösestrategien übernehmen. Dies ermöglicht es den Kindern, sich mit den Mediencharakteren emotional zu verbinden und dabei eigene Handlungsoptionen zu erkunden. Und mehr noch: «Vereinfacht gesagt setzen sie ihre Medienheld:innen dazu ein, um psychisch gesund zu bleiben» (Götz 2022). Die oft stark idealisierten Figuren werden zum Ausgangspunkt kindlicher Rollenspiele und erleichtern es Kindern, Konflikte oder Unsicherheiten spielerisch zu verarbeiten.

Doch birgt die starke Präsenz solcher Medienheld:innen über verschiedene Plattformen auch Risiken. Überspitzt formuliert wird «Paw Patrol» als «das Heroin der Dreijährigen» bezeichnet (Gerhardt 2023). Aus medienpädagogischer Sicht könne die Überpräsenz von Medienheld:innen auf unterschiedlichen Kanälen und in verschiedenen Produkten tatsächlich dazu führen, dass Kinder einem verstärkten Konsumdruck ausgesetzt sind (Süss 2007). Durch die transmediale Verbreitung über TV, Apps, Spielzeuge und Merchandise entstehen Begehrlichkeiten, die über das rein mediale Angebot hinausgehen. Denn die Kinder wollen nicht nur die Serie sehen, sondern auch die dazugehörigen Spielsachen besitzen.

Auf der anderen Seite erhalten Kinder durch die transmedialen Angebote bereits in jungen Jahren die Möglichkeit, zu erfahren, dass Geschichten in unterschiedlichen Mediensprachen erzählt werden können. Diese Unterscheidung zu erlernen, ist Bestandteil des Schweizer Lehrplans 21 für das Modulfach Medienbildung, der bereits für



«Paw Patrol» generiert auch ganze Regale von Spielzeugen und Merchandising-Ware, mit denen die Medienwelt in den kindlichen Alltag einzieht.

© Foto: Buch & Maus

den Kindergarten gilt. Eigentlich ein idealer Ort, um über Phänomene wie «Paw Patrol» zu sprechen, denn die Kinder hinterlassen auch in der Schule Medienspuren, die auf ihren Konsum zu Hause Rückschlüsse erlauben.

Medienspuren zum Thema machen

Diese Medienspuren sind Eindrücke und Erfahrungen, die Kinder durch die Nutzung von Medien aufnehmen und anschliessend in ihrem Alltag, insbesondere im Spiel, sichtbar werden lassen. Diese Spuren äussern sich oft in der Art und Weise, wie Kinder Rollen und Szenarien nachspielen, die sie zuvor in medialen Formaten erlebt haben. Beispielsweise kann ein Kind Szenen aus einer Lieblingssendung wie «Paw Patrol» nachspielen, indem es bestimmte Figuren im Rollenspiel imitiert, typische Handlungen wiederholt oder sogar die Sprache der Charaktere nachahmt.

Medienspuren haben stets eine Bedeutung, wenn diese im kindlichen Spiel oder einer Zeichnung sichtbar werden. So sind sie eng mit der sozialen und kognitiven Entwicklung der Kinder verbunden. Sie helfen Kindern dabei, Gesehenes zu verarbeiten und zu verstehen. Um zu erfahren, was die Kinder gerade bewegt, lohnt es sich für Eltern und Lehrpersonen gleichermaßen, «mit diesen Kindern ins Gespräch zu kommen» (Bachmair 1998). Das Besprechen solcher Medienspuren mit Kindern bietet eine wichtige Chance zur Reflexion über ihre Mediennutzung und deren Einfluss auf ihr Denken und Handeln. Durch das Gespräch über Medieninhalte können Erwachsene Kindern helfen, diese besser zu reflektieren und kritisch zu hinterfragen. Bezugspersonen und Lehrpersonen fördern auf diese Art und Weise im Gespräch mit jungen Kindern deren Medienkompetenz. Egal ob mit den bunten Helden auf vier Pfoten oder anderen medialen Geschichten und Medienfiguren.

Besprechen statt verbieten

Obschon sich die kindlichen Medienvorlieben beinahe unaufhaltsam auf Znüniböxli, Kindergartenstaschen oder der Kleidung niederschlagen: Eltern können durchaus Gegensteuer bieten. Einem Kind ans Herz gewachsene (altersgerechte) Medienheld:innen zu verbieten, ist nicht ratsam. Doch Gespräche mit dem Kind über das medial Erlebte sind elementar, damit sich Kinder in der Komplexität eines Medienangebots wie «Paw Patrol» zurechtfinden lernen. Und egal wie viel Kopfschütteln die Held:innen auf vier Pfoten bei den Eltern im Alltag hervorrufen: Es kommt eine Zeit, in der Chase und Skye an Wichtigkeit verlieren und neue Medienfiguren an ihre Stelle treten. Bis dahin gilt es wohl, die kindliche Faszination bis zu einem gewissen Grad auszuhalten – wenn nicht mit voller Überzeugung, dann zumindest für das Funkeln in den Augen der jungen Fangemeinde.

Autorin

Dr. phil. Eveline Hipeli ist Dozentin für Medienbildung an der Pädagogischen Hochschule Zürich. Als Kommunikationswissenschaftlerin und Medienpädagogin engagiert sie sich für Medienkompetenzförderung.

Literatur

«Paw Patrol» ist spiessig und reaktionär – und ich weiss alles darüber

Ballschmitter, Annemarie

In: Die Welt, 12. 11. 2018; www.welt.de/iconist/partnerschaft/article183562982/Warum-ich-die-Kinderserie-Paw-Patrol-hasse-Zu-gut-zu-brav-zu-rosa.html.

Medienspuren in der Schule. Wie in der Schule mit der Medienwelt der Kinder und Jugendlichen umgehen?

Bachmair, Ben

In: Krause-Vilmar, Dittfried, Dauber, Heinrich (Hg.): Schulpraktikum vorbereiten. Pädagogische Perspektiven für die Praxis. Bad Heilbrunn 1998, S. 55-67.

Wickie, Pumuckl und Pippi – oder doch Paw Patrol? Die Bedeutung von Lieblingsfiguren für Kinder.

Götz, Maya

In: Marie Meierhofer Institut für das Kind (Hg.): *undKinder* 110 (2022), 7-14.

Kinder, die bellen, beißen nicht

Gerhardt, Daniel

In: Zeit Online, 9. 9. 2023; www.zeit.de/kultur/2023-09/paw-patrol-keith-chapman-serie-hunde-animation.

Mediensozialisation zwischen gesellschaftlicher Entwicklung und Identitätskonstruktion

Süss, Daniel (2007)

In: Hoffmann, Dagmar/ Mikos, Lothar (Hrsg.). Mediensozialisationstheorien. Neue Modelle und Ansätze in der Diskussion. VS Verlag 2007, S. 109-130.

ANZEIGE

Die Plüschfigur zu unserem Weihnachts-Hit!

NEU

Plüsch Archibelle
Soft Velboa Plüsch
Ca. 20 cm
CHF 20.00 / € 20,00
ISBN 978-3-85546-414-2

Chris Hess · Rebecca Gugger
Archibelle und das Geheimnis der Einzigartigkeit
Ab 4 Jahren, 32 Seiten
ISBN 978-3-03893-072-3

BAESCHLIN
www.baeschlinverlag.ch