

Neue Helden für die Männer

Eine sozialisationstheoretische Betrachtung von Männlichkeit und Medien

Stefan Aufenanger

Wenn wir davon ausgehen, daß gesellschaftliche Macht überwiegend oder sogar ausschließlich von Männern getragen wird, daß Entscheidungen von Männern ein Großteil des Lebens aller Menschen beeinflussen, wir aber mit dieser einseitigen Machtverteilung unzufrieden sind (nicht nur viele Frauen!), dann müssen wir auch an der Geschlechterrollensozialisation von Jungen ansetzen, wenn wir gesellschaftliche Verhältnisse ändern wollen. Unter einer gewissen Perspektive, die im folgenden vorgestellt werden soll, kann es bedeutsam sein, nach der Rolle der Medien zu fragen, wie sie zu einem bestimmten Männerbild beitragen, bzw. den wechselseitigen Prozeß von geschlechtsspezifischer Medienrezeption und Darstellung von Jungen- und Männerbildern in den Medien näher zu betrachten. Nun gibt es schon einige Medienanalysen, die nach Rollenstereotypen gesucht und solche auch gefunden haben. Mit dem Paradigmenwechsel in der Medienforschung erscheint es notwendig, solche Analysen nicht auf sich beruhen zu lassen, sondern das Zusammenspiel zwischen Darstellungen von Geschlechtern und ihre interaktive Einbettung in eine Mediengeschichte im Zusammenhang mit einer spezifischen Rezeptionssituation, die gesellschaftlich, lebensweltlich, biographisch und familiendynamisch geprägt ist, zu untersuchen. Nimmt man in diesem Zusammenhang schon einige Ergebnisse vorweg, dann scheint es heutzutage für Jungen schwieriger als für Mädchen zu sein, eine angemessene Geschlechtsrolle zu finden. Um so mehr ist es also erforderlich, sich mit jungenspezifischer Medienrezeption zu beschäftigen. Im folgenden soll dazu kurz auf einige Theorien der Entwicklung von Geschlechtern eingegangen werden, um dann nach den heutigen Problemsituationen zu fragen, die es für den männlichen Teil der Menschheit es scheinbar so schwer macht, eine angemessene Geschlechtsrolle zu erwerben. Welche Rolle die Medien dabei spielen, soll dann ins Zentrum der Diskussion gerückt werden.

Traditionell wird von drei großen Theorien ausgegangen, die zu erklären versuchen, wie die Geschlechtsrolle erworben wird: der lerntheoretische Ansatz, die Kognitionstheorie und die Psychoanalyse (vgl. TILLMANN 1989). Lerntheoretisch wird davon ausgegangen, daß vor allem das Lernen am Modell für den Erwerb geschlechtsspezifischen Verhaltens von Bedeutung ist, Verstärkung von gewünschtem Verhalten - entweder männliches oder weibliches - dagegen weniger wirkungsvoll zu sein scheint. Durch Imitation und Identifikation - so die These - übernehmen Jungen und Mädchen das für ihr Geschlecht relevante Verhalten. Da ein solcher Ansatz von Annahmen ausgehen muß, daß beide eigentlich schon wissen, welche Modell sie nachzuahmen haben, dies aber im Rahmen des Modelllernens nicht geklärt werden kann, sind Zusatzannahmen erforderlich. Diese lassen sich im lerntheoretischen Ansatz entweder durch das schon erwähnte Verstärkungslernen finden, wonach zuerst Eltern das von ihnen gewünschten geschlechtsspezifische Verhalten bei ihren Kindern verstärken, und diese sich mit der Zeit davon lösen und sich nur noch an dem gleichgeschlechtlichen Elternmodell orientieren, oder in sogenannten Identifikationsmodellen, wonach man sich mit jenem am meisten identifiziert, der einem besondere emotionale Zuwendung zeigt oder der besondere Macht hat. Vor allem die letztere Sicht ist besonders kritisiert worden, da sie nicht erklären kann, warum sich etwa Mädchen dann eher an der sich ihnen emotional zuwendenden Mutter orientieren und nicht auch die Jungen.

Dieses lerntheoretische Modell wurde von dem kognitionsorientierten Ansatz abgelöst. Dieser Ansatz geht davon aus, daß Kinder zuerst sich selbst kognitiv einem bestimmten Geschlecht zuordnen und dann die diesem Geschlecht zugehörigen Attribute von außen - auch von Modellen - übernehmen. Diesem Ansatz liegt allgemein die kognitive Entwicklungstheorie von Jean Piaget zugrunde, die Erkenntnis- und Wahrnehmungsprozesse als Konstruktionsleistungen des Subjekts versteht.

Eine besondere Bedeutung hat die Psychoanalyse bekommen, die in der Theorie von Sigmund Freud sich auf die Erklärung der Genese der männlichen Geschlechtsrolle konzentriert hat. In der Lösung der ödipalen Krise identifiziert sich der Junge mit seinem Vater und übernimmt in diesem Identifikationsprozeß die männliche Rolle. Dieses Modell ist in der Hinsicht kritisiert worden, daß es die Übernahme der weiblichen Geschlechtsrolle in gleicher Weise nur mit umgekehrten Vorzeichen - Mädchen identifiziert sich mit Mutter - gesehen wird. Nach neueren Theorien der Entwicklung von Geschlechtsrollen (CHODOROW 1986) lassen sich demnach grob vereinfacht zwei unterschiedliche Identifikationsprozesse bei Jungen und Mäd-

chen ausmachen. Mädchen erwerben ihre Geschlechtsrolle durch Identifikation mit einer konkreten Person, nämlich überwiegend der Mutter, mit der sie von Geburt an eine ununterbrochene Beziehung eingehen. Diese Form wird als personale Identifikation bezeichnet. Die Beziehung zwischen Jungen und ihren Müttern wird dagegen dann unterbrochen, wenn die Mutter aufgrund eines gesellschaftlich bedingten Rollenbildes ihren Sohn zur Autonomie führen will und ihn auf den Vater als Vorbild verweist. Nun ist das Problem mit dem Vater in den modernen Gesellschaft, daß er als nicht anwesend gesehen wird. Nicht anwesend in dem Sinne, daß er entweder aufgrund seiner außerhäuslichen Berufstätigkeit kaum Zeit hat, sich um die Kinder zu kümmern, oder, wenn er trotzdem oft zu Hause ist, aufgrund seines Selbstverständnisses der Männerrolle Erziehung als Sache der Frau ansieht und deswegen bei seinen Kindern kaum in Erscheinung tritt. Diese Form der Identifikation wird als positional bezeichnet, da keine konkretes Identifikationsobjekt vorhanden ist, sondern nur eine abstrakte Rolle (Mann-Sein) zur Verfügung steht. Das Vorbild ist in diesem Fall auch diffuser, da es dabei nicht um ein äußeres Erscheinungsbild geht. Vielmehr muß sich der aufwachsende Junge bestimmte Eigenschaften aus den vorliegenden männlichen Vorbildern aussuchen und für sich definieren.

Genau an dieser Stelle treten in den modernen Gesellschaften zwei wichtige Orientierungshilfen in den Vordergrund: die Massenmedien und die Gleichaltrigengruppe. Beide sind natürlich nicht gänzlich neu: die Massenmedien lösen die tradierten Erzählungen ab, und die Gleichaltrigen haben schon immer eine wichtige Rolle im Leben der Kinder gespielt. Neu bei den Massenmedien ist die Form der Geschichten - standardisiert und an ein heterogenes Publikum gerichtet - sowie die Bedeutung, die sie im alltäglichen Leben einnehmen; neu bei den Gleichaltrigengruppen ist, daß sie einerseits immer früher im Leben der Kinder bedeutsam werden - schon im Kindergarten sind Freunde bedeutsam - und daß sie als Transporteur der Konsumindustrie anzusehen sind.

Bevor jedoch konkreter auf diese beiden Aspekte eingegangen wird, erscheint es notwendig, den gesellschaftlichen Aspekt der Veränderungen in den Sozialisationsbedingungen in unserem Jahrhundert zu thematisieren. Ich greife dazu auf DAVID RIESMANS (1956) Arbeit „Die Einsame Masse“ zurück, die man wohl zu den Klassikern der Soziologie unseres Jahrhunderts zählen muß. Seine Beschreibung der modernen Gesellschaft beginnt soziohistorisch, indem er die Entwicklung von drei Gesellschaftsformen mit je unterschiedlichen Sozialcharakteren herausarbeitet. Die traditionsorientierte Gesellschaft zeichnet sich durch einen hohen Bevölkerungs-

satz aus, d.h. eine hohe Geburtenrate geht mit einer ebenso hohen Sterblichkeitsrate einher. Es besteht eine Stabilität der sozialen Struktur. Die Verhaltenskonformität der Gesellschaftsmitglieder als Individuen wird durch Alters- und Geschlechtsgruppen sowie durch soziale Gruppierungen gesichert. Es handelt sich hierbei um einen angepaßten Charaktertyp. Die innenorientierte Gesellschaft ist durch eine Bevölkerungswelle bestimmt, d.h. einer hohen Geburtenrate steht eine niedrige Sterblichkeit der Menschen gegenüber. In der Gesellschaft herrscht Arbeitsteilung und sie kann als eine 'offene' bezeichnet werden. Die Konformitätssicherung geschieht nach Riesman (1956) durch Innenlenkung: „Die Kraft, die das Verhalten des Individuums steuert, wird verinnerlicht, d.h. sie wird frühzeitig durch die Eltern in das Kind eingepflanzt und auf prinzipielle, aber dennoch unauweiche Ziele gerichtet“ (S.45/46). Riesman wählt für diesen psychologischen Mechanismus das Bild des „seelischen Kreiselpaß“.

Der für die hier vorbereitende Argumentation entscheidende Typus ist der der Außenlenkung. Die außenorientierte Gesellschaft ist durch eine sinkende Geburtenrate bei niedriger Sterblichkeitsrate, also durch Bevölkerungsschrumpfung gekennzeichnet. Es treten in der Gesellschaft neue Bereiche auf wie Bildung, Freizeit und natürlich die Massenkommunikationsmittel. Die Verhaltenskonformität der Individuen wird durch die Außenlenkung, d.h. durch das Bedürfnis nach Anerkennung und Lenkung durch andere gesichert: „Das gemeinsame Merkmal der außen-geleiteten Menschen besteht darin, daß das Verhalten des Einzelnen durch die Zeitgenossen gesteuert wird; entweder von denjenigen, die er persönlich kennt, oder von jenen anderen, mit denen er indirekt durch Freunde oder durch die Massen-Unterhaltungsmittel bekannt ist“ (RIESMAN 1956, S.55). Der außen-geleitete Typ wird als Weltbürger bezeichnet, für den es keine Grenzen zwischen Fremden und Bekannten gibt. Riesman sagt über diesen Weltbürger, daß er „überall und nirgends zu Hause ist“ (S.60).

Auch für den modernen Medienmenschen gibt es keine Zeit- und Raumgrenzen mehr - wie Meyrowitz in seiner Arbeit über die Fernsehgesellschaft herausgearbeitet hat -, da die elektronischen Massenmedien einen überall hinführen, ohne daß man zu Hause aus seinem Fernsehsessel aufstehen muß. Was bedeutet der von Riesman aufgezeigte Aspekt der Außenlenkung des modernen Menschen nun für die Sozialisation der Kinder? Mich interessiert im folgenden die Bedeutung der Medien für den außengelentkten Sozialcharakter.

Riesman gibt auch hierzu einige Hinweise, die ich aufgreifen möchte. Er vergleicht besonders die Literatur der traditionellen mit der der modernen

Gesellschaft und betont die Rolle der Charaktere in den Geschichten. Die traditionellen Helden zeigen immer eine Entwicklungsgeschichte, die eine moralische Reifung aufzeigen würde, während die modernen Helden - Riesman bezieht sich vor allem auf die zu seiner Zeit populären Comics - fertig und ohne Konturen sind. Die heutigen Kinder nehmen auch nicht mehr den inneren moralischen Gehalt einer Geschichte wahr, sondern konzentrieren sich nur auf die äußeren Aspekte und verbinden das 'Gute' mit 'gewinnen'. Die modernen Helden werden zwar auch immer unnatürlicher, müssen aber anhand von Äußerlichkeiten sofort erkennbar sein. Dies bedeutet, daß die Ausgestaltung der modernen Geschichten sich weniger an Handlungen und deren Entwicklung als an dem Ergebnis und den (statischen) Eigenschaften der Protagonisten orientiert. Für Riesman besteht das Bindeglied zwischen dem modernen Leser und dem modernen Helden im Sieg des letzteren und nicht dessen Charakter oder Absichten. Damit kommt auch eine neue Form der Moral auf: „die Untaten des Helden (werden) rückwirkend durch seinen Sieg gerechtfertigt. Der gute 'Sieger' wird zu einer Tautologie“ (RIESMAN 1956, S.170).

Wie wir nun aus der Rezeptionsforschung wissen, sind es vor allem die Jungen, die die Geschichten mit den Helden besonders gerne sehen. Daß ihnen da aber nur sehr einseitige Modelle angeboten werden und nicht solche, wie sie positiv von Riesman beschrieben worden sind, zeigt ein einseitiger Blick in die entsprechenden Programme. Die Modelle von männlichen Rezipienten in den Medien sind überwiegend Stereotype, die kaum den männlichen Rezipienten eine Erweiterung ihrer Geschlechtsrolle eröffnen. Dabei wäre es für die Entwicklung einer männlichen Identität wichtig, entsprechende Modelle angeboten zu bekommen. Denn wenn einerseits die oben zitierten Geschlechterrollentheorien eine gewisse Plausibilität haben und ihnen auch deutlich wird, daß der Erwerb von Männlichkeit mit dem den Jungen angebotenen Bild von Männlichkeit im Zusammenhang steht, und wenn auch Riesman mit seinem Bild von außengelenteten Menschen nicht falsch liegt, dann dürfte in den medialen Angeboten von Männernrollen eine der zentralen Gründe für die eingangs beschriebenen Problembereiche von Männlichkeit in unserer Gesellschaft liegen.

Wie wichtig für Jungen das (männliche) Geschlecht als zentraler Bestandteil ihrer Identität ist, soll abschließend an einigen, für Mädchen und Frauen vielleicht nicht so einfach nachvollziehbare Aspekte verdeutlicht werden. Ein erster bezieht sich auf das Äußere, nämlich durch Haarschnitt oder Kleidung mit einem Mädchen verwechselt zu werden. Auch wenn sich seit den sechziger Jahren der Haarschnitt von Jungen nicht mehr an einem

einheitlichen Kahlschlag über den Ohren orientiert, sondern freier und vielfältiger geworden ist, stellt die Frisur bei Jungen immer noch ein wichtiges Merkmal der Geschlechtszugehörigkeit bei Kindern dar. Der häufige Wunsch, von kleinen Jungen nach einem kurzen Haarschnitt ist weniger ein Wunsch, der einem bestimmten Selbstbild entspringt, als der der eindeutigen Einordnung als 'männlicher' Junge. Nur um den Vergleich dazu gleich zu liefern: Die Vielfältigkeit der Frisuren bei Mädchen war immer schon größer als bei den Jungen.

Ein weiterer wichtiger Aspekt bezieht sich auf das Thema 'Homosexualität'. Nichts ist für einen 'richtigen' Jungen verletzlicher, denn als 'schwul' bezeichnet zu werden. Aus diesem Grund wird dieses Wort auch oft in Streifjahren verwendet oder wenn man jemanden besonders provozieren will. Auch wenn Kindergartenkinder überhaupt nicht wissen, was 'Schwul-Sein' bedeutet, sie wissen aber genau, wie sie das Wort zur Verletzung des anderen einsetzen können. Ich schließe daraus, daß Heterosexualität zu dem Bild vom Mann-Sein von Jungen gehört und damit auch einen Teil ihrer eigenen Identität stabilisiert. Weiterhin wird auch deutlich, daß Homophobie vor allem ein 'männliches' Thema ist. Wie ich aus Gesprächen mit Mädchen entnehmen konnte, hat der Vorwurf, lesbisch zu sein, eine ungleich geringere Bedeutung, wird kaum verwandt, und wenn, wird meist mit Ironie darauf reagiert.

Ähnlich dürfte das Problem vieler junger Eltern gelagert sein, wenn ihr kleiner Sohn mit Mädchenkleidung in den Kindergarten gehen will. Hin- und hergerissen zwischen der Öffnung der Geschlechtsrolle einerseits und den möglichen Reaktionen von Erwachsenen andererseits entscheidet man sich dann doch gerne dafür, dem Jungen seine 'Verkleidung' mit allen möglichen triftigen Argumenten auszureden. Denn man weiß ja nicht, welche Folgen es haben könnte, wenn der Sohn als Mädchen ausgelacht wird.

Ein weiterer wichtiger Punkt in der Sozialisation von Jungen ist die Abwertung des Weiblichen. Dies ist von den meisten Eltern bzw. Erwachsenen sicher nicht gewollt, spiegelt aber doch größtenteils die Lebenswelt unserer Gesellschaft wieder. Schon die Trennung von Spielzeug für Jungen und für Mädchen - wie es ganz besonders die entsprechende Werbung widerspiegelt - und wie wir sie in der dazugehörigen Ecken in Kindergärten zum Beispiel finden, betont eine besondere Geschlechtszugehörigkeit und führt zur Verstärkung der Zuordnung. Die Differenz zwischen Jungen und Mädchen liegt jedoch darin, daß Mädchen in dieser Hinsicht viel offener sind und ohne Probleme etwa auch mit Autos spielen. Sieht man mal von den wenigen Jungen ab, die gern mit Puppen spielen, bedeutet weibliches Spiel-

zeug für die meisten Jungen etwas, was man nicht anfassen sollte. Besonders auffallend ist dies, wenn Jungen sich einen Spielzeugkatalog anschauen. Sowie sie zu den Seiten kommen, wo etwa Barbie und Regina Regenbogen sie anlächeln, werden sofort mit einem gezielten Griff die entsprechenden Seiten überblättert, als würde man allein durch das Anschauen eine ansteckende Krankheit bekommen. Entgegengesetzt wird dieser Abwertung des Weiblichen eine Idealisierung einer überbetonten Männlichkeit, die helfen soll, das Bild vom eigenen Selbst genauer zu bestimmen. Heldengeschichten in den Medien bieten dazu eine geradezu umfangreiche Kollektion von 'starken' Männertypen an, die zur Projektion und Identifikation einladen.

Daneben darf aber auch der Sport bei der sozialen Konstitution von Männlichkeit nicht übersehen werden. Wo in den USA Football und Baseball als fast ausschließlich 'männliche' Sportarten der Integration in die gleichgeschlechtliche Altersgruppe dienen, könnte in unserer Gesellschaft das Fußballspiel als Beispiel herangezogen werden. Das Interagieren in geschlechtshomogenen Gruppen verstärkt nur die männliche Sicht, etwas besonderes zu sein. Die Anbindung an einer fast immer vorherrschenden männlichen Figur in Form des Trainers und der damit verbundene instrumentelle Umgangsstil, der ja gerade auch im sportlichen 'Wettkampf' gefordert wird, bieten vor allem in der Pubertät die Möglichkeit der Abgrenzung gegenüber allem, was weiblich ist.

Welche Folgerungen sind aus den bisherigen Überlegungen zu ziehen? Zum einem erscheint es wichtig, sich ebenso dem Erwerb der männlichen Geschlechtsrolle mit einem wissenschaftliche Interesse zuzuwenden, wie es in letzter Zeit für Mädchen und Frauen geschehen. Dabei ist besonders auf gesellschaftliche Tendenzen in der Zuschreibung dessen, was männlich und was weiblich ist, zu achten. Zum anderen muß sich aber auch das Bild von Männern in unserer Gesellschaft ändern. Dies gilt vor allem für die Darstellungen in den Medien und insbesondere in dem bei Kindern beliebten Fernsehen. Wenn die oben aufgeführte Argumentation plausibel erscheint, dann ist es wünschenswert und muß als medienpädagogische Forderung verstanden werden, daß das Angebot an männlichen Vorbildern - und damit auch an den vielen Helden - ein Wandel erfahren muß. Wie persönlichkeitspsychologische Untersuchungen zeigen (SIEVERDING/ALFERMANN 1992), halten es Jungen nicht für notwendig, über die mit der männlichen Geschlechterrolle verbundenen instrumentellen Eigenschaften hinaus auch expressive Eigenschaften zu erwerben. Mädchen dagegen sind offener auch für den Erwerb von Instrumentalität. Der männliche Stand-

Geschlechtsspezifische Mediennutzung in Ost und West

Ute Karig und Hans-Jörg Stiehler

Literatur

- Chodorow, Nancy: Das Erbe der Mütter. München 1986
Riesman, David: Die einsame Masse. Hamburg 1956
Sieverding, Monika/Alfermann, Dorothee: Geschlechtsrollen und Geschlechtsstereotype. Insituimentelles (maskulines) und expressives (feminines) Selbstkonzept: ihre Bedeutung für die Geschlechtsrollenforschung. In: Zeitschrift für Sozialpsychologie (1992), S.54-63
Tillmann, Klaus-Jürgen: Sozialisationstheorie. Eine Einführung in den Zusammenhang von Gesellschaft, Institution und Subjektwerdung. Hamburg 1989

Es ist schon eher ein Allgemeinplatz zu sagen, daß für die die empirische Medienforschung quantitativen Zuschnitts die Geschlechtsspezifität des Medienverhaltens nur von untergeordneter Bedeutung ist. Wenn überhaupt, tauchen entsprechende Bemühungen unter dem Etikett "Frauen(medien)-forschung" (SIEHE VOR ALLEM RÖSER 1993, DIE AUSFÜHRLICHE HINWEISE AUF EINE VIELZAHL VON "GRAUER LITERATUR" GIBT) auf. Das ist - bei allem Respekt für eine emanzipationsorientierte Behandlung des Themas - eine Sichtweise, die der Geschlechtsspezifität nur bedingt Rechnung trägt. In einem Report über einen Workshop war dazu kürzlich zu lesen: "Im Bereich der geschlechtsspezifischen Publikums- und Rezeptionsforschung gibt es in Deutschland gravierende Forschungslücken. Die Rezeptionsforschung bestätigt zwar, daß unterschiedliches Medienverhalten von Frauen und Männern existiert. Sie geht jedoch davon aus, daß sich diese Unterschiede durch die Faktoren Bildung und politisches Interesse erklären lassen. Das ist einer der Gründe dafür, warum Frauen in der Mediennutzungsforschung kaum Beachtung gefunden haben.

Auch die kommunikationswissenschaftliche Frauenforschung hat Fragen des Rezeptionsverhaltens bisher nur ausnahmsweise in Angriff genommen. Die Ergebnisse der Frauenforschung beziehen sich vor allem auf die bei den anderen zentralen Fragestellungen der Kommunikations- und Medienforschung: wie Frauen in den Medien dargestellt werden und wie sie in deren Produktionsabläufe als Journalistinnen, Redakteurinnen oder Filmemacherinnen einbezogen sind" (KLAUS/RÖSER 1994). Dieses Urteil läßt sich ohne weiteres auch auf Männer als Rezipienten, als Dargestellte/Darsteller und Medienarbeiter übertragen. Sie scheinen uns noch "unbegriffener" als Frauen. Das ist nun nicht unbedingt ein Plädoyer für eine kommunikationswissenschaftliche "Männerforschung", sondern für eine generell größere Aufmerksamkeit gegenüber geschlechtsspezifischen Varianten im Medienverhalten.