

Männlichkeit – siehe ...

WARUM JUNGEN AN MÄNNLICHKEITSBILDERN KLEBEN

Reinhard Winter

Der Autor beschreibt, welchen (idealisierten) Männlichkeitsbildern Jungen begegnen und nacheifern und wie ihnen positive Perspektiven für ihr Männlichsein aufgezeigt werden können.

Bilder und Vorstellungen darüber, wie »männlich« ist und sein soll, begleiten Jungen ab der Geburt. Dies wirkt zuerst über Interaktionen, wie Eltern, Geschwister, Verwandte oder andere Erwachsene mit dem Jungen umgehen, weil sie etwas »Männliches« in ihn hineinsehen: wie mit ihm gesprochen wird, welche Spielangebote er erhält, wie er körperlich behandelt wird. Allgemein lernen Kinder früh, dass Geschlecht die wichtigste soziale Kategorie darstellt: bei Fragen wie »Was ist es denn geworden?«, bei der Auswahl passender Geschenke, bei Geschlechterschleusen in öffentlichen Gebäuden vor Toiletten oder Umkleieräumen.

Die Motivation, sich Geschlecht anzueignen, ist dementsprechend hoch. Jungen werden von Menschen in ihrer Umgebung nicht nur handfest männlich behandelt, sondern auch kognitiv und über die feinen Formen von Belohnung und Bestrafung darüber informiert, wie sie als Junge sein sollten. Im zweiten Lebensjahr beginnen Jungen, sich selbst zuzuordnen und sich zunehmend an Männlichem zu orientieren, das sie allmählich immer besser identifizieren können. Sie nehmen Menschen in ihrem Geschlecht wahr, grenzen Geschlechter ab, erkennen Strukturen, werden von Medien und geschlechtermarkierten Spielsachen beeinflusst.

Kulturelle Phänomene

Männlichkeitsbilder sind zugleich deskriptiv und präskriptiv; sie beschreiben, wie Männer sind, und formulieren, wie Jungen und Männer sein sollen. Jungen orientieren sich an beidem, werden dadurch aber auch in ihrer Entwicklung eingeengt und gezwungen, Anteile ihrer Persönlichkeit zu unterdrücken. Über Männlichkeitsbilder erfahren Jungen, wie das Männliche gemacht wird und dass es Formen des aktiven »Männlichtuns« gibt: über Dominanz, Stärke, Kampf und im Gegenzug die Ab- oder Entwertung. Sicher beschränken sich Männlichkeitsbilder nicht darauf, sie können ja z. B. auch Chiffren wie Pioniergeist, Kooperation und Teamfähigkeit (Mannschaft), Beharrlichkeit oder Selbstkontrolle verlangen. Aber am markantesten zählen Überlegenheit, Souveränität, Autonomie, Konkurrenz oder auch Coolness als demonstrative Distanz, die sich über etwas Unterlegenem positioniert.

Allmählich setzt sich Männlichkeit in Jungen als latentes Wissen und als Überzeugungen fest; dies wird nicht intentional vermittelt, sondern schwebend gelernt. So entsteht der Eindruck einer Selbstverständlichkeit und Natürlichkeit. Als soziales Phänomen ist Männlichkeit aber weder angeboren noch universell. Männlichkeitsvorstellungen variieren bezogen auf Kulturen (Gilmore, 1991) oder auf soziale Schichten und Milieus (Koppetsch, 2001). Und auch wenn sich Überzeugungen ähneln, unterscheiden sich Männlichkeitsbilder kulturell deutlich in der Massivität, wie rigide sie vertreten oder eingefordert werden (Heilman et al., 2017).

Dennoch ist Männlichkeit nicht beliebig, ihre Vorgaben wurden nicht von fremden Mächten installiert. Männlichkeit ist zwar ein Konstrukt, etwas »Erfundenes«, dafür gibt es aber gute Gründe: Sie ist oder war funktional. Ein Faktor, der Männlichkeit fördert, sind etwa knappe Ressourcen und das Gefühl der Bedrohung (Gilmore, 1991). Zusätzlich steht Männlichkeit nicht allein, sondern in Wechselwirkung mit anderen Merkmalen und Zugehörigkeiten. Überzeugungen von Geschlecht sind bedeutsam für die Identität und für Zugehörigkeiten zur Familie, zu einem sozialen Milieu, einer Region, einer national-ethnischen Gruppe, einer Religion usw. Sich von der passenden Männlichkeits-Überzeugung zu lösen, kann Identität und Zugehörigkeit bedrohen.

Geschlechterstruktur in der Kindheit

Die Zuordnung zu Geschlechtern als gesellschaftliches Ordnungsmuster wird nicht nur über alltägliche Interaktionen, sondern auch über Institutionen und Strukturen verankert (Gottschall, 1998, S. 79). Soziale Strukturen und Konstellationen beeinflussen die Entwicklung von Kindern. Dies geschieht etwa über Familienstrukturen, geschlechtliche Arbeitsteilung oder das Berufswahlverhalten, das Frauen in kindliche Lebenswelten spült und Männer von dort fernhält (siehe auch Neubauer in dieser Ausgabe).

Im Erleben von Kindern ist bezogen auf die Geschlechterstruktur wesentlich, dass in ihren alltäglichen Lebenswelten Männer Mangelware sind. Die familiäre Arbeitsteilung blieb relativ konstant,

Mütter sind nach wie vor viel mehr zu Hause als Väter, auch weil sie viel häufiger in Teilzeit arbeiten. In Ein-elfamilien, etwa nach Trennungen, wachsen Kinder zeitlich und auch von der Beziehungsintensität her mehrheitlich bei ihren Müttern auf.

Weil kindliche Lebenswelten zunehmend professionalisiert wurden, nahm vor allem die Dauer zu, die Kinder in pädagogischen Institutionen und von Frauen betreut werden: Gingen noch vor 2 Generationen die Kinder ab 3 Jahren, wenn überhaupt, dann halbtags in den Kindergarten, sind sie jetzt überwiegend ganztags dort und immer mehr Kinder besuchen schon vor der Altersschwelle von 3 Jahren Kindertageseinrichtungen. Auch an Grundschulen unterrichten nur noch wenige Männer, derzeit sind es bundesweit rund 10 % (regional unterschiedlich, in Bayern 7 %, in Berlin 14 %). Durch die Ganztagschulen verbringen Kinder noch mehr Zeit unter der professionellen Betreuung – meist von Frauen. Der Prozess der wachsenden Übernahme der Erziehung von Kindern durch Frauen, verbunden mit einer zunehmend weiblich strukturierten sozialen Arena, wird mit »Feminisierung« bezeichnet (Rabe-Kleberg, 2005; Abb. 1).

Erfahrungen im Kindergarten und den ersten Schuljahren setzen sich in Jungen fest, schleifen sich in ihren Weltbildern ein und verdichten sich in Rollenklischees.

Um die Struktur fehlender Männer zu kompensieren, stehen Jungen 2 Möglichkeiten offen: Sie orientieren sich stärker an Bildern, insbesondere an medialen und Bildern aus Spielwelten, und sie orientieren sich an anderen, oft den älteren Jungen, die deshalb für jüngere oft meinungs- und kulturprägend werden (Maccoby, 2000). Beides, Bilder und Gleichaltrige, zementiert tradi-

tionelle Vorstellungen des Männlichen. Obwohl oder gerade weil Jungen wenig Kontakt zu Männern haben, trägt Feminisierung dazu bei, Jungen auf Männlichkeitsbilder zu verpflichten.

Männlichkeit als Rettung

Jungen benötigen Männer nicht als Vor-Bilder, denn mit Bildern des Männlichen sind sie versorgt. Sie brauchen vielmehr Kontakt zu Männern, die mit ihnen in Beziehung treten und »die sie im Be- und Verarbeiten der vielen Bilder begleiten« (Lehner, 2011, S. 104). Ist das nicht der Fall, bleiben Jungen mit

Vorstellung hängen, Männer müssten wirklich so sein, wie Männlichkeitsbilder sie idealisieren – und sie als männliche Kinder müssten dem nacheifern. Ihr Erfahrungsvakuum mit Männern regt Fantasien darüber an, wie das Männerleben und die männlichen Lebenswelten aussehen: voller gefährlicher Kämpfe, spannender Aktivitäten, großartiger Leistungen – realistisch betrachtet eine Fehleinschätzung. Das wissen Jungen aber nicht, weshalb sie versuchen, sich im Spiel, in ihrem Handeln und mit ihren Selbstbildern auf diese Zukunft einzustellen.

Zeigen Jungen problematische Männlichkeit (im Spiel, im Verhalten, in Bildern usw.), muss das zuerst als Hinweis gelesen werden: Nicht bei den Jungen läuft etwas schief, sondern zuerst in kindlichen Lebenswelten und in der Sphäre der Berufsarbeit, auf die hin Jungen und Männer zugerichtet werden (Degele, 2005). Jungen spiegeln Facetten der Zumutungen, die von ihnen erwartet werden. Die Wirtschaft ist auf traditionelle Männlichkeit angewiesen, verlangt (familiäre) Unabhängigkeit, Verfügbarkeit, Einsatz, Durchsetzungswillen, Konkurrenzkämpfe oder Statuswünsche als Anreize. Und Jungen kommen

hier unter Druck, weil es als Lebensentwurf nur eine legitime Option, die Berufsarbeit, gibt (Winter, 2018a, S. 38).

Idealisierungsfallen

Teil des Männlichkeitsnarrativs ist ein Mythos, der besagt, dass das Männliche nicht einfach da sei, sondern hergestellt und bewiesen werden müsse (Gilmore, 1991), dass der männliche Status auf der anderen Seite aber auch weggenommen werden könne, es droht die »Entmännlichung« des Jungen. Jun-



Abb. 1: Jungen nehmen gesellschaftlich vermittelte Männlichkeitsvorstellungen auf und geben diese im Spiel und Verhalten wieder. Für nicht erwünschte Männlichkeits-Experimente erhalten sie häufig Kritik und Disziplinierung

ihnen allein und auf diese orientiert. Männlichkeitsbilder sind Idealisierungen (Winter, 2011, S. 116 ff.), sie begegnen Jungen reichlich in Medien, in kommerzieller Werbung und Spielwelten. Jungen fehlen Möglichkeiten, solche Bilder mit wirklichen Männern zu vergleichen und dabei zu erkennen: Ideal und Wirklichkeit sind zweierlei, man muss dem Ideal nicht entsprechen, um männlich zu sein.

Wenn und weil diese Erfahrung fehlt, bleiben Jungen tendenziell in der

gen werden über diesen Mythos zur Männlichkeit motiviert, sie binden sich an Männlichkeitsvorstellungen, die in Bezug auf Fähigkeiten, Fertigkeiten oder Erfolg als Idealisierungen hoch angesetzt sind. Dahinter verbirgt sich der Traum männlicher Grandiosität, ein Größenwahn, von dem sich Jungen gerne inspirieren lassen.

Idealisierung führt aber dazu, dass ein Teil der Wirklichkeit und des Menschlichen abgewertet und ausgeschlossen wird. Bei Männlichkeit sind dies Aspekte wie Verletzlichkeit, Bedürftigkeit, Unterlegenheit, Opfersein oder Emotionen wie Scham, Angst und Trauer. Deshalb setzt die Identifikation mit Idealisierungen Jungen unter Druck, wenn sie dem entsprechen wollen. Nachweislich sorgt die Übereinstimmung mit traditionellen Männlichkeitsbildern bei Jungen für Stress und für riskante Verhaltensweisen (Heilman et al., 2017). Sie macht sie aber auch anfälliger für autoritative Ideen und autoritäre Anführer, die sich als Leitfiguren anbieten: in Kindheit und Jugend großspurige Wortführer, später politische oder mediale Männer aus dem rechten oder radikalen Spektrum, die besonders vom Abstieg bedrohte Gruppen von Jungen und Männern oder solche aus prekären Verhältnissen faszinieren (siehe auch Kimmel in dieser Ausgabe).

Das Dilemma besteht darin, dass Jungen kaum Unterstützung oder gar eine Anleitung dafür bekommen, wie Spannungen zwischen Idealisierung und Wirklichkeit zu bewältigen sind oder wie das Männlichsein auf eine andere, akzeptierte Weise gelingt. Anstelle notwendiger Ressourcen zur Bewältigung von Männlichkeitszsumutungen werden Jungen ihre Bewältigungsversuche angekreidet.

Demontierte Männlichkeiten

Männlichkeit steht seit den 1970er-Jahren zu Recht heftig in der feministischen Kritik. In der Genderforschung wird ausschließlich mit problematisierenden Adjektiven gearbeitet², positiv

scheint Männlichkeit heute kaum mehr denkbar. Für eine Ausstellung im Berliner Gropius Bau unter dem Titel »Masculinities« wurde ein Glossar erarbeitet, in dem unter dem Begriff »Männlichkeit« lediglich der Verweis auf problematische Teil-Aspekte vermerkt wird³: »siehe ›fragile Männlichkeit‹, ›hegemoniale Männlichkeit‹ und ›toxische Männlichkeit‹«. Diese kritische Haltung findet sich auch im Mainstream der pädagogischen Fachdiskussion. In der kommerziellen Werbung, im Sport, in Medien- und Spielwelten oder von Gleichaltrigen dagegen werden traditionelle Bilder des Männlichen nach wie vor idealisiert und breit zelebriert – und von Jungen mit großem Interesse abgerufen (Abb. 2).

Für die Entwicklungsaufgabe von Jungen, mit ihrem Männlichsein klarzukommen und sich eine stabile, tragfähige und sozial verträgliche Geschlechtsidentität anzueignen, sind weder die beiden Pole (Dramatisierung – Idealisierung) noch die erhebliche Diskrepanz dazwischen hilfreich. Zudem scheint es auch ethisch nicht vertretbar, Jungen auf der einen, der gesellschaftlichen Seite, massiv den Auftrag zu vermitteln, sie müssten Männlichkeitsbildern folgen, um sie auf der anderen, der pädagogischen Seite, für ein Verhalten abzustrafen, das genau dem entspricht.

Jungen, die sich auffällig verhalten oder den Leistungserwartungen nicht genügen, wird gern vorgeworfen, sie orientierten sich eben an veralteten Männlichkeitsbildern (Helbig, 2012). Nachgewiesenermaßen stehen traditionelle Vorstellungen von Männlichkeit Jungen im Weg. Allerdings greift eine bloß einseitige Schuldzuweisung viel zu kurz: Jungen hecken nicht Männlichkeitsvorstellungen aus, die sie dann ausagieren. Sie nehmen vielmehr das auf, was ihnen gesellschaftlich angeboten wird, und geben das in ihren Spielen und in ihrem Verhalten wieder. Jungen sind Männlichkeitsbildern ausgesetzt, die sie als Segment ihrer

Identität aufnehmen und die sie nicht einfach ablegen können wie eine zu kurz gewordene Hose.

Jungen nicht hängen lassen

Bislang erhalten Jungen von der intentionalen Bildung kaum Unterstützung, dafür aber reichlich Kritik und Disziplinierung für ihre Männlichkeits-Experimente. Auch die Genderforschung hilft hier wenig und beschränkt sich auf die Dekonstruktion von Männlichkeit. Jungen brauchen aber positive Perspektiven für ihr Männlichsein. Natürlich sollen Jungen nicht abwertend, nicht sexistisch, nicht stereotypisch, auch nicht gewalttätig, sexualisierend, hochriskant oder selbstgefährdend unterwegs sein. Allerdings genügt ein »so nicht« keineswegs als Orientierung. Jungen wollen erfahren, was und wie sie sein sollen, wenn das nicht der Fall ist. Sie brauchen also Stoff, Informationen und Anregungen, um sich im Männlichen weiterzubilden. Genauso sind aber auch Bildung und Erziehung auf Tragfähiges und Substanzielles angewiesen, weil sie sonst in Vermeidung und Verhinderung hängen bleiben.

Dabei sind traditionelle Männlichkeitsvorgaben heute nachgewiesenermaßen nur beschränkt wirksam, es ist generell möglich, sich von ihnen zu distanzieren. Viele Jungen können den Druck und den Stress wahrnehmen, der von Männlichkeit ausgeht, und schätzen sich selbst anders als die gesellschaftlichen Erwartungen an sie ein (Heilman et al., 2017).



Abb. 2: In den Medien- und Spielwelten werden traditionelle Bilder des Männlichen nach wie vor zelebriert – und von Jungen mit großem Interesse abgerufen

Jungen orientieren sich dann an überholten Männlichkeitsbildern, wenn ihnen keine anderen zugänglich gemacht werden. So braucht es nach Männlichkeitsanalysen heute verstärkt eine Diskussion darüber, in welche Richtung mit Jungen in Bezug auf Männlichkeiten gearbeitet werden kann (Theunert & Luterbach, 2021) und was in erweiterten Bildern des Männlichen als »gut männlich« und damit wünschens- und erstrebenswert bezeichnet werden könnte (Winter, 2018b, S. 122 ff.).

Bessere Medien-Männlichkeitsbilder für Jungen

Kommerziell orientierte oder unreflektierte Medienschaufende bedienen, was bei Jungen mühelos gut ankommt, und bestätigen dabei erwartbare, eingeführte Bilder und Stereotype. Kritische Medienschaufende neigen dazu, dem Stereotyp entgegengesetzte Männlichkeiten abzubilden, die Jungen aber nicht als attraktiv lesen und interpretieren können: »Jungen wollen Helden, Erwachsene zeigen Schwächlinge.« (Neubauer & Winter, 2013, S. 469) Um Jungen medial zu unterstützen, gilt es zunächst, sich von der Idee zu befreien, dass das Männliche hergestellt und bewiesen werden müsste. Das ist nicht einfach, weil dieses Muster wie auch stereotype Männlichkeitsbilder beständig wiederholt werden (nicht zuletzt auch von der Genderforschung). Wie das Weibliche bei Mädchen ist das Männliche »einfach so« da, Jungen müssen nichts dafür tun, es ist ein angeborener Status und so gesehen nichts Besonderes, was ständig betont werden müsste.

Vor diesem Hintergrund müssen Medienschaufende Bedürfnisse von Jungen aufgreifen, die aus ihrem Männlichsein resultieren und mit ihm verknüpft sind, und diesen Raum und Resonanz geben, etwa dem Bedürfnis nach Handlungsfiguren, Spannung, Spaß oder starken Vätern (ebd., S. 460 ff.). Resonanz meint dabei nicht, Bedürfnisse einfach zu bedienen. Dennoch sollten die Medien aus dem Verstehen der Bedürfnisse von

Jungen heraus und dort, wo es sinnvoll und möglich ist, adäquate Antworten anbieten können: z. B. Klarheit, Handeln oder persönliche Autorität. Jungen hilft es, wenn ihnen Bandbreiten präsentiert werden, welche die Vielfalt des Männlichen abbilden. Dementsprechend können Medienschaufende die Unterschiedlichkeit im Männlichsein wahrnehmen und spiegeln: »So ist männlich und so ist männlich und so ist auch männlich.« Mit einer Erlaubnis zum Verschiedensein geht es darum, die Vielfalt abzubilden und jede Form des Männlichen als funktional zu präsentieren. Umgekehrt sollten sich Medienschaufende gegen reduzierte Vorstellungen und Engführungen durch Stereotype, Idealisierungen und Normierungen positionieren. Jungen benötigen also Männlichkeitsbilder, die ihnen dabei helfen, ihr Männlichsein weiterzuentwickeln und zu erweitern (nicht zu kastrieren). Medien können ihnen dafür Anregung, Erfahrungen, Anreize, Orientierungen bieten, Jungen aber auch konfrontieren und ihnen Hinweise auf Beschränkungen und Begrenzungen geben. Besonders dort, wo sich das Männliche aus der Ab- oder Entwertung anderer herleitet, brauchen Jungen Alternativen, die auf Selbstbezüge, Werte und Anerkennung setzen. Solche Männlichkeitsbilder funktionieren selbstgenügsam, sie sind deshalb nicht auf Abgrenzung oder Entwertung anderer angewiesen, sondern unterbreiten Jungen substanzielle, positive Identifikationsangebote. ■

ANMERKUNGEN

¹ »Feminisierung« ist ein nicht unproblematischer Begriff, weil er alarmistisch verwendet und von Männerrechtlern missbraucht wird. Ich verwende »Feminisierung«, weil sich der Begriff auch fachlich etabliert, im o. g. Sinn beschreibend, einerseits quantitativ, andererseits qualitativ für die Wirkungen eines zahlenmäßigen Überhangs von Frauen in der Erziehung.

² Mit Begriffen wie hegemoniale, komplizenhafte, marginalisierte oder toxische Männlichkeit (siehe auch May in dieser Ausgabe).

³ <https://www.berlinerfestspiele.de/de/gropiusbau/programm/2020/masculinities/glossar.html> [27.1.21]

LITERATUR

Degele, Nina (2005). Arbeit konstruiert Geschlecht: Reflexionen zu einem Schlüsselthema der Geschlechterforschung. *Freiburger Frauen Studien*, 16, 13-40.

Gilmore, David (1991). *Mythos Mann. Rollen, Rituale, Leitbilder*. München: Artemis & Winkler.

Gottschall, Karin (1998). *Doing gender while doing work? Erkenntnispotentiale konstruktivistischer Perspektiven für eine Analyse des Zusammenhangs von Arbeitsmarkt, Beruf und Geschlecht*. In Birgit Geissler, Friderike Maier & Birgit Pfau-Effinger (Hrsg.), *Frauen ArbeitsMarkt* (S. 63-94). Berlin: Edition Sigma.

Heilman, Brian, Barker, Gary & Harrison, Alexander (2017). *The man box: A study on being a young man in the US, UK, and Mexico*. Washington, DC, und London: Promundo-US and Unilever.

Helbig, Marcel (2012). *Sind Mädchen besser? Der Wandel geschlechtsspezifischen Bildungserfolgs in Deutschland*. Frankfurt/New York: Campus.

Koppetsch, Cornelia (2001). *Milieu und Geschlecht*. In Anja Weiß et al. (Hrsg.), »Klasse und Klassifikation. Die symbolische Dimension sozialer Ungleichheit« (S. 109-137). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Lehner, Erich (2011). *Brauchen Jungen männliche Vorbilder? In Edgar Forster et al. (Hrsg.), Jungenpädagogik im Widerstreit* (S. 96-107). Stuttgart: Kohlhammer.

Maccoby, Eleanor (2000). *Psychologie der Geschlechter*. Stuttgart: Klett-Cotta.

Neubauer, Gunter & Winter, Reinhard (2013). *Der Held in seiner Welt. Fernsehfiguren, die Jungen erreichen – oder auch nicht ...* In Maya Götz (Hrsg.), *Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen* (S. 427-472). München: Kopaed.

Rabe-Kleberg, Ursula (2005). *Feminisierung der Erziehung von Kindern*. In Sachverständigenkommission Zwölfter Kinder- und Jugendbericht (Hrsg.), *Materialien zum Zwölften Kinder- und Jugendbericht*. Band 2 (S. 135-174). München: DJI.

Theunert, Markus & Luterbach, Matthias (2021). *Man sein ...!? Geschlechterreflektiert mit Jungen, Männern und Vätern arbeiten*. Weinheim: Beltz.

Winter, Reinhard (2011). *Jungen. Eine Gebrauchsanweisung. Jungen verstehen und unterstützen*. Weinheim: Beltz.

Winter, Reinhard (2018a). *Wie Jungen Schule schaffen. Ein Ratgeber für Eltern*. Weinheim: Beltz.

Winter, Reinhard (2018b). *Praxisbuch Jungen in der Schule. Pädagogische Handlungsmöglichkeiten für Lehrerinnen und Lehrer*. Weinheim: Beltz.

DER AUTOR

Reinhard Winter, Dr. rer. soc., ist Diplompädagoge und in der Leitung des Sozialwissenschaftlichen Instituts Tübingen (SOWIT).

