Was macht einen »tollen Mann« und einen »tollen Vater« aus?

EINE REPRÄSENTATIVBEFRAGUNG ZU DEN IDEALEN VON JUGENDLICHEN

Maya Götz[1]

Der Artikel stellt die Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von n=748 Jugendlichen (13-19 Jahre) zu ihren geschlechterspezifischen Idealvorstellungen vor.

Ginge es nach der Werbung, wäre der »tolle Mann« trainiert, muskulös (Sink & Mastro, 2017) und kleidete seinen gepflegten Körper in teure Kleidung. In diversen Genres, u. a. der Werbung, ist eine zunehmende Betonung von Muskeln und Körperlichkeit nachweisbar (»hunkvertising«), was auf eine zunehmende Stereotypisierung des Aussehens hinweist (Scharrer, 2013; siehe auch vom Orde in dieser Ausgabe). Hinzu kommt im Mainstream-Angebot von Film und Fernsehen eine Orientierung an Mustern traditioneller Männlichkeit (Übersicht bei Scharrer & Blackburn, 2018). Medien zeigen – abgesehen von den löblichen Ausnahmen, die Männer in vielfältigen Rollen und jenseits der heteronormen Bilder zeigen – vor allem ein Ideal von Männern im Sinne hegemonialer Männlichkeit (Connell, 2000; 2005). In welchem Verhältnis stehen die Idealbilder von Jugendlichen zu diesem doch recht konservativen Bild von Männlichkeit? Zeigen sich Ähnlichkeiten und Unterschiede bei Mädchen und Jungen und ihren Vorstellungen von einem »tollen Mann« bzw. »tollen Vater«? Hier setzt die Studie des IZI an und befragte Mädchen und Jungen auf repräsentativem Niveau.

DIE STUDIE

Mittels standardisierter Face-to-Face-Befragung wurden n=748 Jugendliche zwischen 13 und 19 Jahren befragt.[2] Den Heranwachsenden wurden Kärtchen mit 15 Eigenschaften[3] vorgelegt, von denen sie jeweils die 3 Eigenschaften aussuchen sollten, die für sie für einen »richtig tollen Mann« bzw. einen »richtig tollen Vater« am wichtigsten sind.[4]

TOLLE MÄNNER SIND SPORTLICH, INTELLIGENT UND KÖRPERLICH GROSS

Die mit Abstand am häufigsten und von knapp über der Hälfte aller 13- bis 19-Jährigen (52 %) genannte Eigenschaft eines »tollen Mannes« ist, »körperlich fit und sportlich« zu sein. Während bei den Jungen 6 von 10 (60 %) diese Eigenschaft wählen, sind es bei den Mädchen gut 4 von 10 (44 %). Auch entlang des Bildungswegs zeigt sich ein Unterschied: Gut 6 von 10 (62 %) Haupt- bzw. Mittelschüler*innen sehen »körperlich fit und sportlich« als Kennzeichen eines »tollen Mannes«, bei den Gymnasiast*innen sind es knapp 5 von 10 (49 %). Jugendliche mit Zuwanderungsgeschichte erachten die Attribute »körperlich fit und sportlich« häufiger als wichtig (58 %) als jene ohne Zuwanderungsgeschichte (50 %).

An zweiter Stelle steht die Eigenschaft »intelligent/klug« (36 %), die von Gymnasiast*innen häufiger (43 %) genannt wird als von Mittel- bzw. Hauptschüler*innen (33 %).

Dem folgt im Ranking »(körperlich) groß« (30 %), ohne große Unterschiede hinsichtlich des Geschlechts und der Zuwanderungsgeschichte. Für Gymnasiast*innen (27 %) ist dies viel weniger wichtig als für Mittel- bzw. Hauptschüler*innen (37 %). Anschließend daran werden 4 Eigenschaften genannt, die im Durchschnittswert in einem ähnlichen Größenverhältnis stehen (zwischen 22 % bis 24 %): »ehrlich und aufrichtig/hält sich an Absprachen« (ohne bedeutsamen Geschlechterunterschied), »gut aussehend und gepflegt« (von den Mädchen mit 30 % häufiger genannt als von Jungen mit 18 %), »lustig/witzig« (abermals von Mädchen häufiger gewählt (27 %) als von Jungen (20 %)) sowie beschützend (ohne bedeutsamen Geschlechterunterschied). Das innere Bild des idealen Mannes ähnelt insgesamt den dominierenden medialen Bildern vom muskulösen und durchtrainierten Mann (Sink & Mastro, 2017).

Was eher nicht zu den zentralen Eigenschaften eines »tollen Mannes« gehört, ist, »dünn/schlank« zu sein, ebenso wenig wie die Fähigkeit, gut mit den eigenen Gefühlen umzugehen. Bei Letzterem drängt sich der Gedanke auf, dass Jugendliche ein Männlichkeitsbild reproduzieren, welches

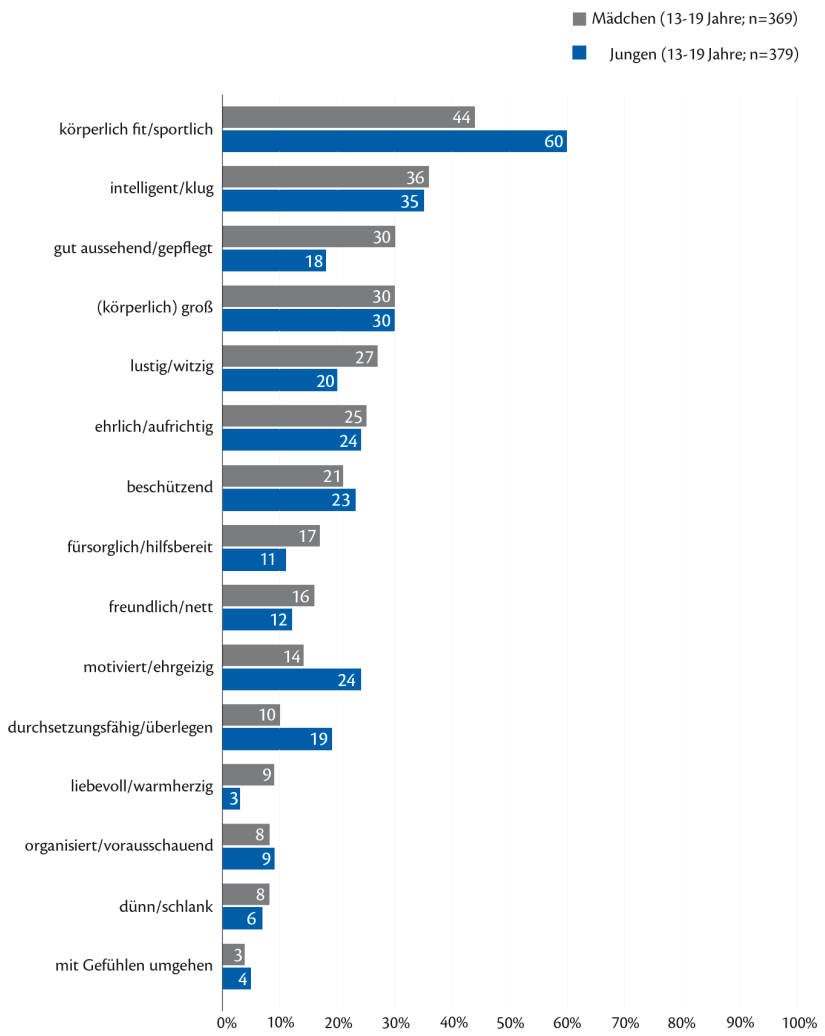

Abb. 1: Was macht für dich einen »richtig tollen Mann« aus, welche Eigenschaften sollte er haben? (Angaben in %)

dicht am Konzept der hegemonialen Männlichkeit (Connell, 2005) und toxischen Männlichkeit (Tippe, 2021) liegt.[5] Was ebenfalls sehr selten gewählt wird, ist »liebevoll/warmherzig«, eine Eigenschaft, die für eine gelingende Beziehung durchaus positiv wäre.

VÄTERBILDER

Mediale Männerbilder in Film und Fernsehen verbleiben, z. B. in Serien, meist auf einem sehr engen Verständnis von Männlichkeiten (Lotz, 2014; siehe auch vom Orde in dieser Ausgabe). Sie werden im Vergleich zu Frauen seltener im häuslichen Kontext und in der Rolle des Vaters gezeigt (Lauzen, Dozier & Horan, 2008). Ausnahme ist z. B. das Genre Sitcom, das meist im privaten Wohnraum spielt. Inhaltsanalysen von Familiensitcoms wie *Alle lieben Raymond*, *Still Standing*, *Baby Daddy* oder *Modern Family* zeigen, dass Väter dabei oft als naiv und inkompetent porträtiert werden und ihr Versagen bei der Sorge- und Erziehungsarbeit ein zentrales Humorelement ist. Die Vaterfiguren werden dabei zwar verspottet, sind aber nie gezwungen, sich zu ändern, denn Liebe und Treue zur Familie gleichen jegliche Inkompetenz in Sachen Erziehungsverhalten aus (Fogel, 2012; Troilo, 2017). Über die Jahrzehnte stieg dabei die abwertende Komik auf Kosten der Väter und ihrer mangelnden Kompetenz in der Erziehungsverantwortung an (Scharrer et al., 2020). Zusammenfassend beschreiben Patty Kuo und Monique Ward das Väterbild in US-amerikanischen Sitcoms als ambivalent: Ideale Väter sind zwar emotional verfügbar, versagen aber auch regelmäßig bei ihren Elternpflichten. Dies könne die Bilder vom »tollen Vater« mitprägen. Bei Eltern, die ihr erstes Kind erwarten, korreliert die häufige Nutzung von Familiensitcoms mit dem Anzweifeln der Bedeutung von Vätern für das Kind (Kuo & Ward, 2016). Auch hier stellt sich die Frage, welches Idealbild von einem Vater Jugendliche haben.

TOLLE VÄTER SIND VOR ALLEM BESCHÜTZEND, ABER AUCH FÜRSORGLICH UND LIEBEVOLL

Die Frage, was einen »tollen Vater« ausmacht, beantwortet gut die Hälfte der Jugendlichen (53 %) mit der Eigenschaft »beschützend«. Mädchen (55 %) wählen diese Eigenschaft etwas häufiger als Jungen (50 %). Hierbei zeigt sich kein Unterschied hinsichtlich der Schulbildung, jedoch wird die Eigenschaft seltener von Jugendlichen ohne Zuwanderungsgeschichte (48 %) als mit Zuwanderungsgeschichte (55 %) genannt.

Für die Einordnung dieses empirischen Befundes ließe sich zunächst die Frage stellen, wovor ein »toller Vater« beschützen müsse. Als größte Ängste von Jugendlichen werden in der Shell-Studie zum Beispiel Umweltverschmutzung, Terroranschläge, Klimawandel, Anfeindungen bei Meinungsverschiedenheit und die wirtschaftliche Lage/steigende Armut sowie Ausländerfeindlichkeit genannt (Shell Studie, 2019, S. 214 ff.). Dies sind jedoch (fast) alles Ängste, vor denen ein »toller Vater« nicht wirklich beschützen kann. Ein Deutungsansatz

wäre, dass Jugendliche »beschützen« nicht konkret meinen, sondern auf den Fall beziehen, dass etwas passieren könnte. Sie schließen hiermit an mediale Bilder von Männern und kollektive Erzählungen an, in welchen der Vater als Mann die Welt und damit auch seine Familie rettet (siehe auch May in dieser Ausgabe).

Die am zweithäufigsten genannte Eigenschaft ist »fürsorglich/hilfsbereit« (40 %), und dies ohne Geschlechter- und Alters-, jedoch mit leichten Bildungstendenzen. Jugendlichen der Real- oder Mittelschule (46 % und 42 %) ist dies wichtiger als Jugendlichen auf dem Gymnasium (37 %).

Ein knappes Viertel der Mädchen (24 %) nennt zudem die Eigenschaft »liebevoll/warmherzig«, jedoch nur 15 % der Jungen. Im Gegenzug ist die Eigenschaft »durchsetzungsfähig/überlegen« für 24 % der Jungen für einen idealen Vater wichtig, aber nur für 15 % der Mädchen. Vermutlich schließen die Jungen hier an das dominierende (mediale) Bild hegemonialer Männlichkeit (Connell, 2005) an.

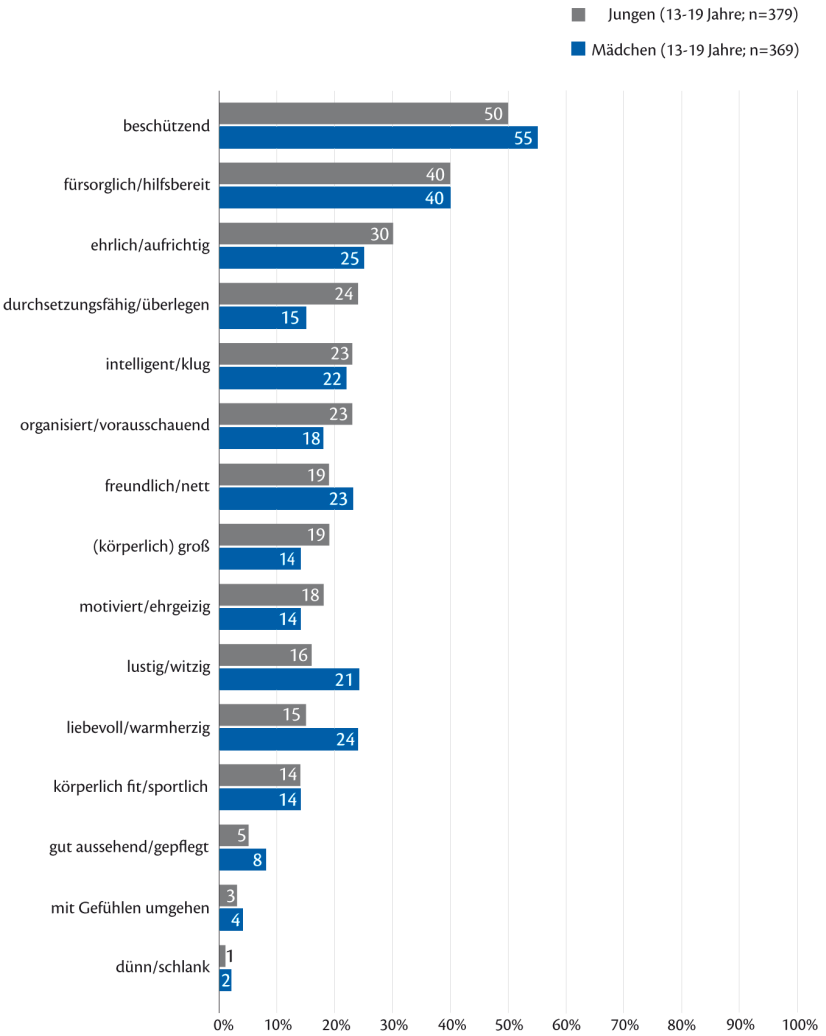

Abb. 2: Was macht für dich einen »richtig tollen Vater« aus, welche Eigenschaften sollte er haben? (nach Jungen sortiert)

GESCHLECHTERBILDER VON JUGENDLICHEN

Hinsichtlich ihrer idealtypischen Geschlechterbilder, so lassen sich die Ergebnisse der Befragung deuten, liegen die zugeschriebenen Eigenschaften der Idee von einem »tollen Mann« bzw. »tollen Vater« dicht an den stereotypen Vorstellungen, die sich auch in medialen Erzählungen finden.

Insgesamt ist anzunehmen, dass Mädchen die Eigenschaften eines »tollen Mannes« mit Blick auf einen erotisch attraktiven Partner auswählen, sofern sie heterosexuell orientiert sind. Für Jungen sind die genannten Idealbilder Teil ihres Konstrukts von statushoher Männlichkeit bzw., wenn sie homosexuell orientiert sind, sind dies Bilder eines erotisch attraktiven Partners. Die Vorstellungen eines »tollen Vaters« sind hingegen vermutlich eng gebunden an die eigenen Erfahrungen und Wünsche an den eigenen Vater und eher im Hintergrund schwingt die Vorstellung der eigenen Vaterrolle bzw. von Wünschen an einen zukünftigen Partner mit. Die recht stereotypen Idealbilder von Mann und Vater passen sich leider auch in den Forschungsstand ein. In der Shell-Studie 2019 wurden Jugendliche erstmals auch nach ihren Vorstellungen von einem Familienleben mit einem 2-jährigen Kind gefragt. Ein großer Teil (65 % der jungen Frauen und 68 % der jungen Männer) imaginiert sich ein recht traditionelles Familienbild, bei dem der Mann die Versorgerrolle übernimmt und die Frau maximal Teilzeit arbeitet und den Hauptteil der Familienarbeit leistet. Junge Männer wünschen sich zwar durchaus eine aktive Vaterrolle – dafür die eigene Berufskarriere zurückzustellen und einen gleichberechtigten Anteil an der Haus- und Familienarbeit zu übernehmen, können sich viele aber nicht vorstellen. Diese recht konservative Vorstellung findet sich auch bei den Mädchen, von denen nur ein kleiner Teil (14 %) möchte, dass ihr Mann Teilzeit arbeitet, wenn das Kind 2 Jahre alt ist (Shell Studie, 2019, S. 143 ff.). Es drängt sich der Eindruck auf, dass sich die gängigen Stereotypen von Männlichkeitsbildern fest in den

Abb. 3: Die meistgenannten und am wenigsten genannten Eigenschaften eines »tollen Mannes« und »tollen Vaters«

Vorstellungen verankert haben, ohne dass Jugendliche (und Erwachsene) diese inneren Bilder einem Realitätscheck unterzogen hätten. Hier liegt ein wichtiger Ansatzpunkt für pädagogisches Handeln, bei dem sich Jugendliche z. B. kreativ mit den Idealbildern von Männlichkeit und ihren eigenen Wünschen an eine Partnerschaft und ein Leben mit Kindern auseinandersetzen. Für Medienschaffende wäre es wichtig, tiefere Blicke in die reale Vielfältigkeit von Identitäten und das Leben in Partnerschaften zu werfen und so Stoffe und Inszenierungsformen jenseits der bekannten Klischees zu entdecken und zu erzählen. ■

ANMERKUNGEN

[1] *Herzlichen Dank an Prof. Dr. Elizabeth Prommer und Dr. Claudia Wallner für die hilfreichen Hinweise zur Deutung der Daten und Fokussierung des Artikels und an Daniel Brenner und Caroline Mendel für die Unterstützung bei der statistischen Auswertung der Daten.*

[2] *Durchgeführt wurde die Studie von Iconkids & Youth im Rahmen der Mehrthemenumfrage iconKIDS Bus. 729 speziell geschulte jugendliche Interviewer*innen führten die Befragung in persönlichen Interviews (In-home, CAPI) durch. Die Stichprobe ist repräsentativ für alle 13- bis 19-Jährigen, die in Privathaushalten in Deutschland leben (Grundgesamtheit 8,93 Mio. 13- bis 19-Jährige). Quotiert wurde nach Alter, Geschlecht und Zuwanderungsgeschichte der befragten Kinder und Jugendlichen, der eigene Schulbesuch/-abschluss bei 13- bis 19-Jährigen, Verteilung nach Bundesländern und Gemeindegrößenklassen sowie dem Familienstand der Mutter (150 BIK-Sample-Points). Der Stichprobenfehler entspricht einer Wahrscheinlichkeitsstichprobe gleicher Größenordnung, der Vertrauensbereich bei einem Signifikanzniveau von 90 % beträgt im ungünstigsten Fall für n=748 ±4,24 %. Feldzeit war 28. Februar bis 9. April 2020.*

[3] *gut aussehend/gepflegt; dünn/schlank; körperlich fit/sportlich; (körperlich) groß; beschützend; fürsorglich/hilfsbereit; lustig/witzig; intelligent/klug; freundlich/nett; motiviert/ehrgeizig; ehrlich/ aufrichtig/hält sich an Abmachungen; organisiert/vorrausschauend; durchsetzungsfähig/überlegen; liebevoll/warmherzig; kann gut mit den eigenen Gefühlen umgehen*

[4] *Gefragt wurde: »Was macht für dich eine/n richtig tollen Mann/tollen Vater/tolle Frau/tolle Mutter aus, also welche Eigenschaften sollte sie/er haben? Nenn mir bitte von dieser Liste die 3 Eigenschaften, die für dich bei einer/einem tollen Mann/tollen Vater/tollen Frau/tollen Mutter am wichtigsten wären.«*

[5] *Allerdings ist auch beim Idealbild von Frauen und Müttern die Eigenschaft »kann gut mit den eigenen Gefühlen umgehen« auf einem der letzten Plätze. Dies legt die forschungskritische Deutung nahe, dass diese für u. a. die Geschlechterforschung essenzielle Eigenschaft für Jugendliche nicht bedeutsam ist. Die von uns Erwachsenen standardisiert vorgegebene Eigenschaft ist vermutlich nicht im Relevanzrahmen von Jugendlichen.*

LITERATUR

Connell, Robert (2000). The men and the boys. *Cambridge: Polity Press.*

Connell, Robert (2005). Masculinities. *Berkeley: University of California Press.*

Fogel, Jennifer (2012). A modern family: The performance of »family« and familialism in contemporary television series. *Dissertation. The University of Michigan. Verfügbar unter: https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/91389/fogelj_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y [12.3.21]*

Kuo, Patty & Ward, Monique (2016). Contributions of television use to beliefs about fathers and gendered family roles among first-time expectant parents. Psychology of Men & Masculinity, *17(4), 352-362.*

Lauzen, Martha, Dozier, David & Horan, Nora (2008). Constructing gender stereotypes through social roles in prime-time television. Journal of Broadcasting & Electronic Media, *52(2), 200-214.*

Lotz, Amanda (2014). Cable guys: Television and masculinities in the 21st century. *NYU Press.*

Scharrer, Erica (2013). Representations of gender in the media. In Karen Dill (Hrsg.), The Oxford handbook of media psychology (S. 267-284). *Oxford University Press.*

Scharrer, Erica & Blackburn, Greg (2018). Cultivating conceptions of masculinity: television and perceptions of masculine gender role norms. Mass Communication and Society, *21(2), 149-177.*

Scharrer, Erica et al. (2020). Disparaged dads? A content analysis of depictions of fathers in U.S. sitcoms over time. *Psychology of Popular Media. Advance online publication.*

Shell Studie (2020). 18. Shell Jugendstudie 2019. Eine Generation meldet sich zu Wort. *Hamburg: Shell.*

Sink, Alexander & Mastro, Dana (2017). Depictions of gender on primetime television: a quantitative content analysis. Mass Communication and Society, *20(1), 3-22.*

Tippe, Sebastian (2021). Toxische Männlichkeit. Erkennen, reflektieren, verändern. *Köln: edigo.*

Troilo, Jessica (2017). Stay tuned: Portrayals of fatherhood to come. Psychology of Popular Media Culture, *6(1), 82-94.*

DIE AUTORIN

Maya Götz, Dr. phil., ist Leiterin des IZI und des PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL, München.