

Von Superhelden und überforderten Familienvätern

Studie untersucht Männerbilder in Film, Serie und Werbung

Auch wenn das Heldentum in den Medien meist Männern vorbehalten ist, werden Filmväter in der Regel eher problematisch dargestellt, z. B. als Vertreter eines autoritären Erziehungsstils oder als mit ihrer Familie überforderte Zeitgenossen. Das zeigt eine von der Genderforscherin und Sozialwissenschaftlerin Elisabeth Ponocny-Seliger sowie dem empirischen Methodiker Ivo Ponocny verfasste Studie. Mit Hilfe von qualitativen und quantitativen Forschungsansätzen wie Interviews, Focusgruppen, Inhaltsanalysen, Fragebogenerhebungen und systematischen Auszählungen wurde der Frage nachgegangen, wie Männer in Film, Serie und Werbung dargestellt und rezipiert werden. Im nachfolgenden Beitrag erfahren Sie mehr über einige ausgewählte Ergebnisse dieser von der männerpolitischen Grundsatzabteilung des Bundesministeriums für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz in Auftrag gegebenen Untersuchung.

Casino Royale, der neueste James Bond Streifen, ist vor kurzem unter großem Mediengetöse in den Kinos angelaufen. Seit mehreren Jahrzehnten jagt 007 nun schon die Schurken dieser Welt. Die gefährlichsten Situationen übersteht er dabei regelmäßig unversehrt und lenkt zudem auch noch die Aufmerksamkeit zahlreicher weiblicher Schönheiten auf sich. MANN vor der Kinoleinwand kann durchaus manchmal neidisch werden auf diesen in vielerlei Hinsicht heroischen Geheimagenten. Die oftmalige Überhöhung männlicher Charaktere in der heutigen Medienwelt thematisiert auch die Studie "Männer in den Medien" von Elisabeth und Ivo Ponocny. Eine zentrale Aussage daraus ist, dass vor allem in Filmen vorwiegend Männer die heldenhaften Figuren verkörpern und sich diese meist durch Mut, Kompetenz und Teamfähigkeit auszeichnen. Als ein möglicher Grund für diese Überhöhung männlicher Filmcharaktere wird das menschliche Bedürfnis nach Sensation angeführt. Mit anderen Worten ausgedrückt, die Beobachtung außergewöhnlicher Geschehnisse und Personen ist in der Regel einfach interessanter als die Beobachtung des durchschnittlichen Alltagslebens durchschnittlicher Alltagsmenschen.



Beispiel eines inkompetenten Filmvaters: Vater Hal aus der Serie *Malcolm in the Middle*.

Filmhelden als Spiegelbilder

Einen weiteren Erklärungsansatz dafür, dass das Heldentum in Filmen überwiegend in männlicher Hand ist, sehen Elisabeth und Ivo Ponocny in der Überlegung, dass viele Männer die Filmhelden in einer gewissen Art und Weise als ihre Spiegelbilder betrachten und deren Anerkennung auf sich projizieren: "Gelegentlich werden derartigen Fantasien auch explizit Brücken gebaut wie etwa in *Pearl Harbour*, wonach sich das Herausragen aus der Masse ja erst in

Kriegszeiten zeige. Dementsprechend kann der jetzt ein normales Leben führende Mann ja durchaus auch so ein Held sein, nur eben ein unentdeckter."

Männer sind in Filmen, Serien und Werbespots aber nicht ausschließlich Helden. Immer wieder fungieren sie auch als Träger von Gewalt oder verkörpern mit dem Alltagsleben überforderte Zeitgenossen. Die beiden StudienautorInnen sprechen daher auch von einer Extremisierung der Männer in den Medien, also einer Darstellung zwischen Heldenkultur und Inkompetenz. Als extrem kindliche und dümmliche Männer wurden bei im Zuge der Studie durchgeführten Gruppendiskus-

beziehungsweise

sionen beispielsweise *Max Putz* aus der Werbung des Möbelhauses *Lutz* oder die "Speckmännchen" aus den von der Firma *Telering* eingesetzten Werbespots eingestuft. Sowohl im Guten als auch im Schlechten scheinen die in den Medien dargestellten Männer keine "normalen" Menschen zu sein, so die StudienautorInnen.

Film-, Serien- und Werbeväter sind Mangelware

Die in den untersuchten Medien vorkommenden Männer sind meist auch keine Väter. In den für die Studie analysierten Filmen, Serien und Werbespots hatten von insgesamt 750 auftretenden Männern nur 79 auch die Vaterrolle inne.

Die Psychotherapeutin Ornella Garbani-Ballnik führt in einem von ihr verfassten Gastbeitrag zur Studie das häufige Fehlen von Vätern in Filmen unter anderem darauf zurück, dass in der Phase, in der ein Held seine männliche Identität sucht, dieser noch nicht Vater ist, sondern sich erst auf dem Weg befindet, sich als Mann zu begreifen. Sie stellt aber auch die Frage in den Raum, ob der Mangel an Vätern in Filmen nicht das generelle Fehlen von Vätern widerspiegeln.

Die bereits angesprochene Rolle des Helden scheint darüber hinaus, laut Elisabeth und Ivo Ponocny, nur schwer mit der Rolle des Vaters vereinbar: "In den beobachteten Serien ist ein Mann entweder ein Vater, oder er ist ein Held, beides zugleich kommt nicht vor." In Film und Serie würden

Väter größtenteils problematisch dargestellt, sie seien beispielsweise häufig abwesend oder würden einen autoritären Erziehungsstil an den Tag legen. Dazu kämen dann noch Väter, die sich mit ihrem Verhalten eher lächerlich machen würden, wie der doch eher inkompetent wirkende Vater Hal aus der US-amerikanischen Serie *Malcolm Mittendrin*. Anstelle der eher überforderten biologischen Väter trete in den Medien oft ein männlicher Charakter auf, der einen überidealisierten, unbiologischen väterlichen Freund und Lehrer darstelle.

Zusammenfassend sei daher festgehalten, dass in den im Rahmen der Studie beobachteten Medien oft der Eindruck vermittelt wird, dass Männer früher oder später vor zwei sich ausschließenden Optionen stünden: "Mann zu sein heißt (in den untersuchten Medien, Anm. d. Red), sich zu entscheiden a) entweder für ein beziehungsfreies Leben am Limit, immer auf der Suche nach dem nächsten Superlativ, der höheren Berufung oder sogar der Rolle eines vom Schicksal Auserwählten - oder b) für ein gebundenes, unfreies Leben im Kampf gegen Überforderung als Ehemann und Vater." | **Martin Gradl**

INFO Elisabeth Ponocny-Seliger, Ivo Ponocny: Männer in den Medien Wie werden Männer in Film, Serie und Werbung dargestellt und rezipiert? Mit Beiträgen von Ornella Garbani-Ballnik und Allan Guggenbühl. Wien 2006. ISBN 3-85010-181-9

Download der Studie unter:
<https://broschuerenservice.bmsg.gv.at>

Führen Selbstständige die **besseren** Beziehungen?

Zu den Folgen beruflicher Selbstständigkeit für Paarbeziehungen

Beziehungen von UnternehmerInnen sind durch hohe Stabilität gekennzeichnet. Wesentlich dafür verantwortlich ist die in der Regel starke Verschränkung von Haushalt und selbstständiger Erwerbstätigkeit im Rahmen eines eigenen Betriebes. Zu diesem Ergebnis kommt eine im August dieses Jahres veröffentlichte Studie über die Auswirkungen beruflicher Selbstständigkeit auf Partnerschaft und Haushalt. Studienautor ist der an der Universität Bern lehrende Soziologe Martin Abraham. Lesen Sie nachfolgend eine Zusammenfassung wichtiger Forschungsergebnisse.

Im Unterschied zu unselbstständiger Erwerbstätigkeit bedeutet berufliche Selbstständigkeit aufgrund des Fehlens eines fixen Einkommens sowie der Notwendigkeit regelmäßiger Investitionen oftmals ein hohes finanzielles Risiko für den persönlichen Haushalt. Auch die zeitliche Belastung Selbstständiger

ist meist außerordentlich hoch. Diese Merkmale beruflicher Selbstständigkeit macht Martin Abraham in seiner Studie dafür mitverantwortlich, dass sich Paarbeziehungen von Selbstständigen von jenen unselbstständig Erwerbstätigen unterscheiden. So würden etwa viele Selbstständige in der engen

Verknüpfung ihres Unternehmens mit ihrem Haushalt eine Möglichkeit sehen, die angesprochenen Risiken und Belastungen zu reduzieren. Als ein Beispiel werden die von Partnerinnen von Selbstständigen häufig übernommenen Haushaltsaufgaben angeführt. Dazu Studienautor Abraham: "Vor allem die Partnerinnen halten ihren beruflich selbständigen Männern 'den Rücken frei', indem stärker noch als in anderen Beziehungen die Haushaltsarbeit und Kinderbetreuung übernommen wird."

Gute Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Die Untersuchung führt aber auch deutlich vor Augen, dass es fehl am Platz wäre, Partnerinnen von Unternehmern als "Heimchen am Herd" abzustempeln. Im Unterschied zu Partnerinnen von unselbstständig Erwerbstätigen besitzen sie nämlich die oft genutzte Möglichkeit, im "eigenen" Betrieb tätig zu sein. Für Abraham bietet diese durch hohe Flexibilität gekennzeichnete Chance der Mitarbeit mehrere Vorteile. Aus Sicht des Unternehmens könne bei starkem Arbeitsanfall auf eine in der Regel eingearbeitete und somit qualifizierte Arbeitskraft, für die keine Fixkosten anfallen, zurückgegriffen werden. Darüber hinaus würde diese Form der Erwerbstätigkeit aber auch Frauen die Vereinbarkeit von Beruf und Familie erleichtern, da sie aufgrund der Eigeninteressen des 'Arbeitgebers' am gemeinsamen Haushalt etwa bei prekären familialen Lagen, wie z. B. der Erkrankung eines Kindes, in der Regel beweglich agieren könnten. Diese Flexibilität ist laut Abraham auch der Grund dafür, warum PartnerInnen von UnternehmensbesitzerInnen einer Spezialisierung, wie z. B. der Übernahme des Großteils der Hausarbeit oftmals zustimmen. "Die reduzierte Verhandlungsmacht des spezialisierten Akteurs wird kompensiert durch den Vorteil, nicht auf eine Erwerbstätigkeit verzichten zu müssen. Zudem wird durch die Mitarbeit häufig ein bilaterales Monopol entstehen, da der Selbständige die Arbeitsleistung des Partners mit der Zeit nur schwierig ersetzen kann, dies erhöht jedoch wiederum die Verhandlungsmacht des Partners in der Beziehung."

Partnerschaften sind stabiler

Das oben dargestellte Beispiel hinsichtlich der Mitarbeit von Frauen in den Unternehmen ihrer Partner veranschaulicht sehr gut, dass FirmeneigentümerInnen im Rahmen ihrer Haushalts- und Partnerschaftsorganisation häufig auf Spezialisierung setzen. Um diese abzusichern - es ist z. B. zweifellos ein Risiko für eine Frau, wenn sie ihre eigene Karriere zu Gunsten des Unternehmens ihres

Partners hinten anstellt - bedienen sie sich laut Abraham auch in erhöhtem Maße diverser formeller und informeller Verpflichtungsmechanismen. So zeichnen sich Partnerschaften mit UnternehmerInnen etwa durch eine relativ schnelle Heirat und frühe Elternschaft aus. Zudem schließen beruflich selbstständige Personen auch eher formelle Ehe- und Partnerschaftsverträge als unselbstständig Erwerbstätige.

Tatsächlich zeigen sich bei UnternehmerInnen eine hohe Partnerschaftsstabilität und Beziehungszufriedenheit. So weisen etwa Ehen mit mindestens einem Unternehmer oder einer Unternehmerin eine niedrigere Scheidungsrate auf. Diesen positiven Befund für Partnerschaften mit UnternehmerInnen erklärt Abraham aber nicht mit dem Besitz eines Betriebes an sich, sondern mit den gezielten Anpassungsleistungen der Beteiligten an ihre spezifische Situation, wie der angesprochenen Arbeitsteilung oder den ebenfalls erwähnten Verpflichtungsmechanismen. | **Martin Gradl**

Zur Studie

Als Datenbasis für die hier vorgestellte Studie fungierten vier deutsche Untersuchungen:

- der für die Jahre 1984-1990 gepoolte Datensatz der Allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften
- der vom Deutschen Jugendinstitut (DJI) erstellte Familiensurvey des Jahres 1988
- die Mannheimer Scheidungsstudie von 1996
- der Selbstständigensurvey Nürnberg-Leipzig von 1996/97.



**O
I
F
I**

Martin Abraham: Berufliche Selbständigkeit. Die Folgen für Partnerschaft und Haushalt. VS Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden 2006. ISBN-10 3-531-14085-X

S · E · R · V · I · C · E

INFO

Internetangebote für Kinder im Check

Die Datenbank "Websites für Kinder" bietet eine Orientierungshilfe für Erwachsene im Dickicht der für Kinder relevanten Internetangebote. Internetseiten, die für Kinder gedacht sind beziehungsweise für sie interessant sein können, werden einer umfassenden Analyse unterzogen. Im Mittelpunkt der Bewertung stehen Kriterien wie Inhalt, Gestaltung, Navigationsführung, Sicherheit oder Datenschutz. Seit Oktober wird die ursprünglich vom Deutschen Jugendinstitut (DJI) aufbaute und aus dem Projekt "Internet - außerschulische Lernangebote für Kinder und Jugendliche bis zum 14. Lebensjahr" hervorgegangene Datenbank vom Verein "Schulen ans Netz" betreut. Aus diesem Grund wird sie künftig auch Anregungen für die medienpädagogische Arbeit an Schulen enthalten.

INFO:

<http://www.schulen-ans-netz.de/websitesfuerkinder/>

TERMIN

Rund um die Nähe

Nähe, ein Phänomen, das Lust und Gewalt eint oder entscheidend ist für Kontakt und Austausch, steht im Mittelpunkt einer Anfang 2007 an der Evangelischen Akademie Tutzing stattfindenden Tagung. Thematisiert werden unter anderem die Nähe als Balance der Entfernung, die Angst vor Nähe und die gleichzeitige Sehnsucht nach Verschmelzung, die institutionelle Nähe in Unternehmen oder das Vorkommen von Nähe und Entfernung im Fernsehen. Als Vortragende fungieren Fachleute aus den unterschiedlichsten Bereichen von der Theologie über die Philosophie bis hin zur Sozialpsychologie.

DATUM:

12. bis 14. Jänner 2007

ORT:

Evangelische Akademie Tutzing (Deutschland)

VERANSTALTER:

Evangelische Akademie Tutzing

Maria Wolff, Tel: +49-81 58251-123, E-Mail: wolff@ev-akademie-tutzing.de

Web: www.ev-akademie-tutzing.de

Anmeldeschluss: 5. Jänner 2007

Gewonnen!

Verlosung in der Ausgabe 21-06

Wir gratulieren Herrn Kräftner aus Oberwölbling ganz herzlich zum Gewinn des Spieles "Just 4 Fun" der Firma Kosmos. Herzlichen Dank für alle Einsendungen!

Gesegnete Feiertage!

Ein arbeitsreiches Jahr neigt sich dem Ende zu - Zeit, Ihnen liebe Leserinnen und Leser, für Ihre Treue zu danken. Mein besonderer Dank gilt all jenen, die mit Ihren Anregungen und Beiträgen zur Vielfalt des Informationsdienstes "beziehungsweise" beigetragen haben.

Ich freue mich auf ein weiteres Jahr mit Ihnen und wünsche Ihnen auch im Namen des ÖIF-Teams alles Gute für 2007!

Christina Luef



IMPRESSUM

Medieninhaber: Österreichisches Institut für Familienforschung - Universität

Wien | 1010 Wien | Gonzagagasse 19/8 | www.oif.ac.at

Hrsg: Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Mazal

Chefredaktion: Mag. Christina Luef | Freier Mitarbeiter: Martin Gradl

Fotos: S. 3: VS Verlag für Sozialwissenschaften

KONTAKT: christina.luef@oif.ac.at | Tel: +43-1-5351454-21

DVR: 0065528

Österreichische Post AG / Sponsoring: Post Verlagspostamt: 1010 Wien

Zulassungsnr: 02Z0318205

Gefördert aus Mitteln des Bundesministeriums für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz durch die Familie & Beruf Management GmbH

