

MANNS*BILDER – WANN IST EIN JUNGE* EIN „RICHTIGER“ JUNGE*?

TEIL 1

„WERBUNG – MAL ANDERS?!“

1. Hintergrund

„Jungen ticken anders“, „die wilden Jungen brauchen mehr Bewegung“, „Jungen sind Bildungsverlierer“, „Der Felix, der ist anders, mehr so ein bisschen mädchenhaft, mehr so sozial...“. – es ist schwierig, über Geschlecht zu reden, ohne dabei Homogenisierungen („die Jungs“) zu reproduzieren. Eigentlich wissen wir doch, dass es nicht so einfach ist, dass Bedürfnisse, Interessen und Handlungen von Jungen* nicht vereinheitlicht werden dürfen. Trotzdem ertappen wir uns bei Generalisierungen und dabei, wie wir bestimmte Bilder von Jungs* im Kopf haben.

Auch Jungen* selbst geht es nicht anders: über Medien und das soziale Umfeld werden ihnen „Ideologien von Männlichkeit“ vermittelt. Sie beinhalten Bilder wie z.B. das schnelle Auto, die überlegene berufliche Position, Sportlichkeit und große Muskeln oder transportieren die Vorstellung des Mannes/Vaters, der „alles kann“. Die amerikanische Soziologin Carol Hagemann-White weist auf die sog. „kognitive Sozialisation“ hin: Der Begriff beschreibt, dass sich Kinder selbst in Richtung geschlechtstypischer Eigenschaften sozialisieren, um Anerkennung und Belohnung zu erhalten (Hagemann-White 1984). Sie verstehen früh, dass der Einteilung in Männer* und Frauen* eine hohe Bedeutung beigemessen wird. Die Grundlagen dieser Unterscheidung (Genitalien oder Chromosomen) bleiben jedoch meist verborgen, weshalb Kinder auf sichtbare Stereotype zurückgreifen und sich diese aneignen und anstreben. Es wird ihnen wichtig, als „richtiger“ Junge* gelesen zu werden, darum entwickeln sie eine Praxis (aus Interessen, Geschmack, Hobbies, Kompetenzen, ...), die zu dieser Identität passt. Sie machen die Erfahrung: Wer am ehesten den „männlichen Ideologien“ und Stereotypen entspricht, ist in der „Männerwelt“ anerkannt. Man spricht in diesem Zusammenhang auch von Männlichkeitsanforderungen.

„Es ist notwendig in Frage zu stellen, ob es bedeutsam ist, ein „richtiger“ Junge bzw. Mann* zu sein und wer das überhaupt definieren darf und sichtbar zu machen, welchen Verlust von Individualität eine Orientierung an „männlichen“ Normen mit sich bringt.“*



1. Hintergrund
2. Für die Lehrperson
Material: Arbeitsblatt
3. Methodenbeschreibung
4. Weiterführendes

Jeder Junge* muss sich damit auseinandersetzen und dabei seinen eigenen Weg zwischen traditionellen und sich verändernden, modernen Männlichkeitsbildern finden. Diese Anforderungen lassen die Jungs* aber auch schnell unter Druck geraten. Sie sind Spannungen ausgesetzt, die sich aus der gesetzten Ideologie und der widersprüchlich erlebten eigenen Realität des Junge*-Seins ergeben. Daraus resultieren z.B. Ängste und (selbst)schädigende Verhaltensweisen.

Geschlechterreflektierte Pädagogik mit Jungen* hat darum die Aufgabe, einen Rahmen zu schaffen, der ihnen verschiedene Optionen zugänglich macht, etwas auszuprobieren und Erfahrungen zu sammeln, ohne dass die Jungs* Angst haben müssen, dafür abgewertet zu werden. Es ist notwendig in Frage zu stellen, ob es bedeutsam ist, ein „richtiger“ Junge* bzw. Mann* zu sein und wer das überhaupt definieren darf und sichtbar zu machen, welchen Verlust von Individualität eine Orientierung an „männlichen“ Normen mit sich bringt. Wir als Pädagog*innen müssen Jungen* in ihren Bedürfnissen ernst nehmen und dürfen ihnen den Wunsch nach Orientierung nicht absprechen, sondern die gesellschaftsbedingten und legitimen Beweggründe für solche anerkennen. Es geht nicht darum, ihnen auch noch die Anforderung aufzuerlegen, sich aus der Normierung zu befreien. Stattdessen bieten wir anderes zusätzlich an, diskutieren/verschieben/entmachten mithilfe der folgenden Methoden Norm-Vorgaben und fördern Ich-Stärke, so dass die Jungen* weniger Grund haben, aus Angst vor Sanktionen/Nicht-Anerkennung oder um sich Freundschaften zu erkaufen, Anpassung zu vollziehen.

2. Für die Lehrperson

Wer sind die Jungs Deiner Klasse?*

Nimm dir Zeit, vor dem Durchführen der Methode mit Hilfe des folgenden Arbeitsblatts die verschiedenen Jungen* der Klasse zu beschreiben.

Konzentriere dich

...auf ihre individuellen Eigenschaften / Interessen

...auf unterschiedliche Umgangsweisen mit Anforderungen in der Schule

*...auf den Umgang mit Mitschüler*innen*

*...auf Positionen innerhalb der Jungen*gruppe und mögliche hierarchische Dynamiken*

Versuche, besonders die Unterschiede wahrzunehmen und dich nicht von vereinheitlichenden Jungen- und Männerbildern leiten zu lassen!

Die Jungen* in meiner Schulklasse

1. Wer sind sie? Was macht sie aus?
2. Was verbindet sie? Was unterscheidet sie?

3. Methodenbeschreibung

WERBUNG – MAL ANDERS?!

Ziel: Auseinandersetzung mit und kritische Reflexion von typischen Geschlechterbildern in der Werbung

Material: Videos und Zeitschriften mit Werbung, Scheren, Leim, Papier zum aufkleben, verschiedene Stifte

Unterrichtseinbettung: Deutsch/ Ethik: Sich positionieren zu ausgewählten Angeboten in traditionellen und digitalen Medien (Wahlpflicht Medien),

Altersgruppe: ab 8

Dauer: ca. 45 min

Presseerzeugnisse und Meinungsbildung (Wahlbereich Zeitung), Reflexion und Diskussion, Argumentieren

Gruppengröße: ab 6 Kinder

Ort: drinnen

(Kunst: Gestaltung von Collagen)

Gemeinsam werden verschiedene Werbespots aus dem Fernsehen, die typische Männer*- und Jungen*bilder transportieren, angeschaut oder durch Werbeanzeigen aus Zeitschriften / Broschüren / ... aus dem öffentlichen Raum geblättert.

Die Gruppe sammelt zunächst: Wofür werben Männer (z.B. Autos, Rasierwasser, Bohrmaschinen, Computer, Alkohol...) – und wofür nicht (Kosmetik, Waschmittel, Körperpflege, Mode, Abnehmmittel, ...)?

Nach dem Motto "Brauchen Männer kein Waschmittel?" gestalten die Kinder in Kleingruppen eigene Fantasie-Werbeanzeigen, in denen z.B. Michael Schuhmacher für ein neues Waschmittel wirbt. Dafür schneiden sie aus Zeitschriften und Prospekten Werbeanzeigen aus und gestalten sie um, z.B. mit neuen Überschriften oder anderen Produkten/Gesichtern.

Dabei ist zu beachten, dass neue Anforderungen und Stereotype wie „Echte Kerle waschen mit Perwoll“ vermieden werden – denn: *Was sind denn „echte Kerle“?*

Tipp: Mit mehr Zeit oder in einem weiterführenden Projekt kann sich im Unterricht mit sexistischer Werbung beschäftigt werden. Die Kinder können die Aufgabe bekommen, mit offenen Augen im öffentlichen Raum sexistische/ stereotypisierende Werbung zu beobachten und zu dokumentieren. Leitlinien, Informationen und die Möglichkeit, Werbekampagnen zu melden gibt es unter: werbemelder.in – eine 2007 von Pinkstinks initiierte Plattform, die für Sexismus in der Werbung sensibilisiert und sich für deren Reduktion sowie Geschlechtergerechtigkeit einsetzt.

4. Weiterführendes

- *Schnack, Dieter; Neutzling, Rainer: Kleine Helden in Not. Jungen auf der Suche nach Männlichkeit. Rowohlt Verlag GmbH 2011*

Schnacks und Neutzlingers Buch gilt als eines der Standardwerke der Jungenpädagogik. Humorvoll, eingängig und praxisnah beschäftigen sie sich mit Fragen wie: wie wird heute aus einem Kind ein "richtiger Junge"? Wie wird aus diesem Jungen* ein Mann*? Wer gibt ihm was mit auf den Weg? Wovon haben Jungs* Angst, was überfordert sie und was brauchen sie eigentlich?

- *Jantz, Olaf: Junge sein – Mann werden (müssen), in: Jantz, Olaf; Brandes, Susanne: Geschlechtsbezogene Pädagogik an Grundschulen. VS Verlag für Sozialwissenschaften 2006*

Jantz stellt unter der Frage „Wie können wir die Vielfältigkeit und Kreativität von Jungen fördern?“ ein Modell vor, das Jungen* im Spannungsfeld eigener Identität und männlichen Vorbildern, gesellschaftlichen und schulischen Einflüssen verortet. Die Vielschichtigkeit jedes einzelnen Jungen* wird sichtbar und gezieltes pädagogisches Handeln kann daraus abgeleitet werden.

- *Dissens e.V. (Hrsg.): Geschlechterreflektierte Arbeit mit Jungen an der Schule. Texte zu Pädagogik und Fortbildung rund um Jungenarbeit, Geschlecht und Bildung. Dissens e.V. 2012*

Die „Bibel“ für geschlechterreflektierte Arbeit mit Jungen an der Schule. Die handliche Textsammlung liefert vielfältige Anregungen zur Reflexion eigener pädagogischer Praxen, vertieft inhaltliche Aspekte und macht konzeptionelle und methodische Vorschläge. Die Artikel widmen sich u.a. homogenisierenden Jungen*bildern, biologistischen Stereotypen oder Geschlechtertheorien. Weitere Themenbereiche umfassen Neonazismus und Männlichkeit, sowie Intergeschlechtlichkeit und Gender-Training.

Das Dokument kann [hier](#) als pdf-Datei heruntergeladen werden.

- *Pickert, Nils; Harbauer, Jenny: David und sein rosa Pony*

Das Buch für Kinder bis 8 Jahre ist bei Pinkstinks erschienen. Es behandelt stereotype Rollenbilder und thematisiert die Belastung, ein „richtiger Junge“ sein zu müssen: Fred ist das Lieblingskuschelpony von David. Der geht in die erste Klasse und nimmt Fred eines Tages mit in die Schule, um ihn seinen Mitschüler*innen vorzustellen. Leider geht das ziemlich schief. David wird ausgelacht, weil er "Mädchenspielzeug" mag. Fred wird von den anderen kurzerhand zum Fußball umfunktioniert und landet im Matsch. Am Ende ist es Davids bester Freund und Fußballfan Ben, der ihn ermutigt, weiter mit seinem Pony zu spielen: „Denn rosa, das ist doch nur eine Farbe!“

Das Buch ist [hier](#) bei Pinkstinks bestellbar.

Mit dem gleichnamigen Theaterstück von Blanca Fernandez ist Pinkstinks auch bundesweit an Schulen und in Kitas unterwegs. Weitere Informationen und Begleitmaterial für Lehrkräfte gibt es [hier](#).