

Einführung, Wiederauffrischung und allgemeine Hinweise zum Genderparcours in den 11. Klassen

konzeptionell entwickelt von:

Manuela Jordanovic´ (FOS Gestaltung, München)

Rosemarie Pöll,

Lukas Hoffmann

(beide R.W.Fassbinder FOS für Sozialwesen, München)

In der hier vorliegenden Version verschriftlicht von: Lukas Hoffmann (Stand Juni 2017)



von Manuela Jordanovic´ (FOS Gestaltung – München); Rosmaria Pöll und Lukas Hoffmann (beide R.-W.-Fassbinder FOS – München), Stand: Juni 2015

Nähere Erklärung zu den oben aufgeführten Zeichen: Die hier präsentierten Ideen und Konzeptionen sind nichtkommerziell weiterverbreitbar, abwandelbar und für die nichtkommerzielle Nutzung im Bildungskontext bestimmt. Einzige Bedingung ist die Nennung der Namen der Entwickler*innen dieses Genderparcours sowie die der beteiligten Schulen.

Gliederung:

- 1. Ausgangslage – Grundmotivation – Zielstellung**
- 2. Formaler Ablauf – Die Grobstruktur**
- 3. Die einzelnen Stationen im Überblick**

1. Die Ausgangslage:

Die Jugendlichen in den 11. Klassen befinden sich in mehrfacher Hinsicht in einer Transformations-, Orientierungs- und Findungsphase – in Bezug auf ihre schulische und berufliche Laufbahn wie auch im Privaten, sowohl in ihrer eigenen biologischen Entwicklung, als auch wenn es darum geht, ob und wie sie sich ihre Familie wünschen und das Zusammenleben in eben dieser gestalten wollen. Anhaltspunkte und beeinflussende Faktoren ergeben sich zwangsläufig aus der persönlichen Erfahrung in der eigenen Familie, durch die in den Medien und der allgemeinen Öffentlichkeit transportierten Rollenbildern sowie durch die Begegnung mit Gleichaltrigen und der Auseinandersetzung mit deren jeweils eigenen Gegebenheiten und Standpunkten. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich die Heranwachsenden dieser Prozesse je nach Entwicklungsstand und Reflexionsvermögen unterschiedlich stark bewusst sind.

Die Grundmotivation:

Der Genderparcours erwuchs aus der Beobachtung mehrerer Lehrer*innen heraus, dass die 16- bis 18-jährigen Schüler*innen in verschiedenen Unterrichtssettings teils unreflektierte, teils äußerst stereotype, teils sehr einseitig, vor allem aber simple und simplifizierende Ansichten über „Frauen“ und „Männer“ äußerten, die erkennen ließen, dass diese Haltungen den heterogenen Lebenswirklichkeiten und dem, was auf sie zukommt/zukommen kann, nicht annähernd gerecht wird. Zudem wurde in den letzten Jahren deutlich, dass in der Öffentlichkeit Fragen der Geschlechtergerechtigkeit und der Geschlechtervielfalt zu einem eigenen Kampfplatz geworden sind (Stichworte: „Gendergaga“/ „Genderwahn“).

Die Zielstellungen:

Der Genderparcours versteht sich als mehrdimensionales Lernarrangement, dessen Zielsetzungen wie folgt umrissen werden können:

Auf Schüler*innenebene:

- Eine Klärung des Unterschiedes zwischen den englischen Begriffen „sex“ und „gender“, die es im Deutschen so nicht gibt und deshalb oft zu Missverständnissen führt
- Ein Nachdenken über Geschlechterrollen („gender roles“) zu ermöglichen – über damit verbundene Erwartungshaltungen, eigene Vorstellungen und mediale Darstellungen und deren mögliche Auswirkungen auf das eigene Leben

- Das Initiieren eines Gesprächs über diese Punkte mit Gleichaltrigen und den Lehrer*innen vor dem Hintergrund ihres jeweils eigenen Erfahrungsschatzes mit dem Ziel eines gemeinsamen, vertraulichen, möglichst wertfreien Austauschs über diese Geschlechterbilder
- Das Aufzeigen verschiedener Geschlechterrollenbilder und der daraus erwachsenden Konsequenzen für sich und die anderen – im schulischen, beruflichen und privaten Umfeld
- Der (möglichst) offene Austausch ermöglicht so – wenn dies die/der Einzelne zulässt – eine Erweiterung/Flexibilisierung der Erwartungshaltungen an sich selbst und an andere hinsichtlich der jeweiligen Geschlechterrollen
- das Aufbrechen heteronormativer Vorstellungen von Familie
- das Aufzeigen der Stereotypisierungen und Simplifizierungen hinsichtlich der Geschlechterbilder, die mit der gesellschaftlichen und rechtlichen Privilegierung der Ehe von Mann und Frau von den selbsterklärten Verteidigern der heterosexuellen Ehe bis Juni 2017 (und über dieses Datum hinaus) argumentativ ins Feld geführt wurden und werden. Es gibt eine hohe personelle Überlappung zwischen jenen, die gegen die Ehe für alle sind und jenen, die „Weiblichkeit“ und „Männlichkeit“ mit sehr konkreten, engen Rollenanforderungen verbinden, was sich schon dadurch zeigt, dass sie oftmals ausschließlich binär denken („männlich versus weiblich“) und gleichzeitig eine Zuweisung vermeintlich gegebener, geschlechtsspezifischer Charakteristika erfolgt („Frauen sind...“; „Männer sind...“).
- Die Möglichkeit zu bieten, über Geschlechterwechsel (seien sie zeitlich begrenzt oder dauerhaft) zu sprechen, sowie über Gesellschaften, die (historischen und/oder gegenwärtig) mehr als zwei Geschlechter kennen. Dies ist sehr nützlich, um dem Konstruktionscharakter von Geschlecht deutlicher und plausibler Geltung zu verschaffen.

Der Grad, indem diese Ziele mithilfe des Genderparcours erreicht werden, ist abhängig von mehreren Faktoren:

- Klassenklima
- Intensität der Teilnahme an den Stationen
- Moderation der Stationen und der Auswertungsstunde (sh. formaler Aufbau)
- Sprachliche Kompetenzen der einzelnen Schüler*innen, insbesondere die mündliche Ausdrucksfähigkeit
- Reflexionsfähigkeit, Abstraktionsfähigkeit, Empathievermögen und die Fähigkeit, sich perspektivisch in eigene zukünftige Berufs- und Familiensituationen (und in die anderer Menschen) hineinzusetzen
- Einbettung in ein pädagogisches Konzept der Schule (insbesondere Verknüpfung und Verschränkung mit den Unterrichtsfächern von 11. bis 13. Klasse)

Auf Lehrer*innenebene:

- Der Genderparcours bietet als komplexes Lernarrangement viele Gelegenheiten, die Heranwachsenden in der Konfrontation mit geschlechterrelevanten Fragestellungen zu beobachten und an den Reaktionen vieler, annähernd gleichaltriger Jugendlicher einen differenzierteren Blick auf folgende Aspekte zu gewinnen:
 - das Spektrum von gelebten und gedachten Rollenbildern und Erwartungshaltungen innerhalb einer Klasse
 - das Spektrum an Abstraktions- und Reflexionsfähigkeit innerhalb der Klasse bezüglich geschlechterrelevanter Fragen näher auszuloten
 - aus dieser besonderen Lernsituation und den wertvollen Beobachtungen Impulse für die eigene Unterrichtsgestaltung in der jeweiligen Klasse, aber auch grundsätzlich für alle Klassen zu erhalten
 - zugleich zwingt dieser Parcours die/den jeweils Einzelnen zu einer intensiveren Auseinandersetzung über die eigenen Vorstellungen zu Geschlechtervielfalt und -gerechtigkeit und deren Genese, die – wenn man mag – auch mit der Klasse teilen kann (Stichwort: Auswertungsstunde)
 - größte Stärke ist – aus der jahrelangen Erfahrung heraus – die Kooperation mit Kolleg*innen, die sich aktiv für diesen Themenbereich interessieren. Es bilden sich dabei Allianzen, die über den Tag hinaus ihre positive Wirkung entfalten können

Für all jene, denen nach einer tieferen theoretischen Grundierung oder Rahmung dieses Parcours der Sinn steht, empfehlen wir folgende Sekundärliteratur:

Karl Lenz, Marina Adler, Geschlechterverhältnisse – Einführung in die sozialwissenschaftliche Geschlechterforschung, Band 1, aus der Reihe: Geschlechterforschung, hrsg. von Lothar Böhnisch, Heide Funk und Karl Lenz, Weinheim und München, 2010. Hier insbesondere für den theoretischen Hintergrund Kapitel 1 („Theoretische Perspektiven der Geschlechterforschung“) und Kapitel 2 („Kultur und Geschlecht“).

2. Formaler Aufbau:

Der Genderparcours erstreckt sich über zwei Mal 90 Minuten.

Die Schüler*innen einer Klasse durchlaufen in der ersten Doppelstunde drei verschiedene Stationen. **Neu ist diesmal, dass die erste Station die „Parfümerie“ ist und diese im Klassenverband absolviert wird. Erst danach trennen wir die Klasse in zwei annähernd gleich große Gruppen und schicken sie in zwei verschiedene Räume – einer ist „die Talkshow“, der andere „Das Coupé“. Nach nochmals dreißig Minuten tauschen die beiden Gruppen die Zimmer, um dann die für sie jeweils dritte Station zu absolvieren.**

Jede Station wird von einer Lehrkraft betreut. Die drei Räume (Parfümerie - wenn möglich das Klassenzimmer; Coupé und Talkshow) sollten unbedingt in unmittelbarer Nähe zueinander liegen, damit die Wechsel zwischen den Stationen nicht zu lange dauern.

Schematische Übersicht der ersten Doppelstunde¹:

0:00 – 0:05	00:05 – 00:30	00:30 – 01:00	01:00 – 01:30
Begrüßung im Klassenverband – Klärung des Unterschieds zwischen „sex“ und „gender“, allg. Regeln - Hinweise	Die Parfümerie	1. Klassenhälfte: Coupé 2. Klassenhälfte: Talkshow	1. Klassenhälfte: Coupé 2. Klassenhälfte: Talkshow
Im Klassenverband	Im Klassenverband	In zwei getrennten Gruppen in zwei Räumen	In zwei getrennten Gruppen in zwei Räumen
Moderiert von einer/m Lehrer*in, begleitet von mind. einer/m weiteren Lehrer*in	Moderiert von einer/m Lehrer*in, begleitet von mind. einer weiteren Lehrer*in	Je von einer/m Lehrer*in moderiert (jeweils in einem Raum)	Je von eine*r Lehrer*in moderiert (jeweils in einem Raum)

Danach ist eine 20-minütige Pause

¹ Hier sei ausdrücklich den Genderfachteam der Fachakademie München-Giesing unter Leitung von Kerstin Frank gedankt, die in ihrer konzeptionellen Umsetzung des Genderparcours mit ihren Studierenden uns neue Impulse für die Umstrukturierung der Einheit gegeben haben.

Die zweite Doppelstunde

Die zweite Doppelstunde findet im Klassenverband statt, wenn möglich im Klassenzimmer.

Von Anfang an sind die Tische am Rand, die Schüler*innen sitzen am Anfang im Stuhlkreis.

Sie wird moderiert von mindestens zwei Lehrer*innen – wobei bei mindestens eine*r von diesen beiden eine tiefere Vertrautheit mit Themen und Fragestellungen von Geschlechtergerechtigkeit und Geschlechtervielfalt unbedingt Voraussetzung ist. Andernfalls könnte diese Unterrichtssituation leicht kippen in einen Austausch von Allgemeinplätzen, Stereotypisierungen und Simplifizierungen, die dann die oben aufgezeigten Beobachtungsbefunde nur noch verstärken würden – statt ihnen etwas entgegenzusetzen.

Schema der 2. Unterrichtsstunde (gesamte Klasse, in einem – möglichst großen – Raum):



0:00 – 0:20	0:20 – 0:30	0:30 – 0:50	0:50 – 1:15	1:15 – 1:30
Einstieg: Positionierungsspiel Ja-/Nein-Spiel	Schüler*innen wählen ein Statement/eine Frage	Gegenseitige Interviews in Kleingruppen über die zuvor gewählten Statements/Fragen	Fragen der Kleingruppen an die beteiligten Lehrer*innen (freiwillig!)	Ausfüllen des Feedbackbogens/ Abschluss Wiederherstellen der Sitzordnung

3. Die einzelnen Stationen im Überblick

Dieses Kapitel gliedert sich für jede Stationsbeschreibung wie folgt:

- a) Grundidee der Station
- b) Ablauf der Station in groben Zügen
- c) Wesentliche Kriterien für das Gelingen der Station aus den gesammelten Erfahrungen der letzten Jahre

I. Die Parfümerie

- a) Die Schüler*innen leiten aus Geruchsproben ungewöhnlicher, vor allem unbekannter Düfte charakteristische Adjektive ab, um dann eine Zielgruppe für das jeweilige Parfüm zu ermitteln. Während der gesamten Zeit beobachten sowohl die/der moderierende wie die begleitende Lehrer*in die Gespräche in den Kleingruppen. Entscheidend ist im abschließenden Auswertungsgespräch, gemeinsam zu reflektieren, wie Einzelne und die Kleingruppen auf die jeweilige Zielgruppe gekommen sind, um zu ermitteln, wie stark die eingangs gefundenen charakteristischen Adjektive eine geschlechts-spezifische Aufladung besitzen (z.B. ein Duft, der als „süß“ und „blumig“ deklariert wurde, wird häufig dann passend für junge Frauen gewählt, wohingegen als „stark“ und „markant“ empfundene Parfüme häufig für Männer als Zielgruppe vorgesehen werden).

Was hier in dieser Station damit an einem sehr lebensnahen, aus dem Erfahrungshorizont aller entnommenen Beispiel veranschaulicht wird, sind Prozesse, die im geschlechtertheoretischen Kontext als **Akte von „doing gender“ (Geschlecht herstellen) verortet werden**. Gemeint ist damit, dass in der Parfümwerbung stark mit klar umrissenen Geschlechterrollen visuell gearbeitet wird und diese multimedial und immer wieder in der Öffentlichkeit dargestellt werden. Verbunden mit der spezifischen „Prosa“, mit der diese Parfüme beworben werden, entstehen Rollenbilder, die gesellschaftliche Wirkkraft entfalten.

- b) Ablauf

Die Schüler*innen sitzen in Kleingruppen zusammen (mit Tischen).

Pro Kleingruppe gibt es für jede*n Schüler*in eine Liste von Adjektiven, einen kleinen leeren Zettel. Einen Stift bringt jede*r Schüler*in selbst mit.

Pro Kleingruppe werden drei Geruchsproben, eine Pinwand/Flipchart und ein Edding benötigt.

Die Schrittfolge ist wie folgt:

Zunächst riechen die Schüler*innen an den Parfümen und finden jede*r für sich zwei passende Adjektive für die jeweiligen Proben. Sie dürfen NICHT miteinander sprechen.

Dann müssen sie sich in der Kleingruppe auf zwei passende Adjektive pro Parfüm einigen. Kein Adjektiv darf zweimal verwendet werden. Es können auch Adjektive jenseits der Vorschlagsliste genommen werden, sie müssen aber positiv besetzt sein („penetrant“, „muffig“ u. ä. fallen raus).

Schließlich werden die Schüler*innen in jeder Kleingruppe gebeten, eine Zielgruppe für die jeweiligen Parfüme festzulegen. Dabei ist entscheidend, dass die Moderation zu keiner Zeit die Kategorie Geschlecht selbst ins Spiel bringt oder sich von Schüler*innen dazu drängen lässt („Sollen wir jetzt festlegen, ob das ein Frauen- oder Männerparfüm ist?“ ist eine der am häufigsten gestellten Fragen, die in nahezu jeder Gruppe und zu ganz unterschiedlichen Zeitpunkten auftauchen kann. Hier zieht sich die Moderation immer auf die Ansage zurück: „Entscheiden Sie sich bitte, für wen Sie dieses Produkt am geeignetsten halten? Wer ist Ihre Zielgruppe?“)

Anschließend vergleichen die Kleingruppen ihre Ergebnisse im Klassenverband. Dabei wird – wenn die Auswahl der Parfüme mit Sorgfalt vorgenommen wurde (sh. Erfahrungen der letzten Jahre) – sehr schnell deutlich, wie stark die Zuschreibungen zu den Düften divergieren. Vor allem aber soll herausgestellt werden, wie unterschiedlich die Gruppen zu ihren Zielgruppen gekommen sind und sie sollten dies auch noch einmal im gemeinsamen Nachdenken erinnern, was für sie Entscheidungskriterien waren. Hier ist es sehr hilfreich, wenn die Lehrer*innen mit konkreten Beispielen ihre Beobachtungen in den Kleingruppen noch einmal entsprechende Äußerungen und Dialoge mit der gesamten Klasse teilen. Nicht, um irgendjemand bloßzustellen, sondern das Bewusstsein aller zu schärfen. Dies ist auch die perfekte Gelegenheit, den Begriff „doing gender“ in der Klasse einzuführen und ihn zu erklären (siehe oben).

c) Wesentliche Kriterien für das Gelingen der Station

- Sehr sorgfältige Parfümauswahl (unbekannt, ungewöhnlich, mindestens eins davon unisex)
- Motivierung der Schüler*innen für die Grundidee: „Sie arbeiten in der Marketingabteilung eines großen Parfümherstellers...“ am Anfang–
- Das Finden der Adjektive zunächst jede*r für sich – dabei kein Austausch mit anderen Gruppenmitglieder – auch kein Spicken!, dann in der Kleingruppe – kein Austausch mit anderen Gruppen, auch hier kein Spicken!
- Die moderierenden Lehrer*innen sagen nichts über Geschlechterkategorien während der gesamten Arbeitsphase

- Die genaue Beobachtung der Gespräche innerhalb der Gruppen:
 - Wie stark weichen die gefundenen Adjektivpaare pro Parfüm voneinander ab (zeigt wie subjektiv die Wahrnehmung ist)?
 - Wie stark unterscheiden sich pro Parfüm gefunden Adjektivpaare von den individuell gefundenen (Zwang zur Normierung)? Welche Argumente wurden ins Feld geführt, was gab den Ausschlag für die Einigung in der Gruppe)
 - Wie verfährt jede Gruppe mit der Aufgabe eine Zielgruppe zu finden?
 - Wie einigen sich die Kleingruppen auf die Zielgruppen? Mit welchen Argumenten? Wie stark lassen sie sich dabei von den Adjektiven leiten, auf die sie sich zuvor geeinigt haben?

- Moderation des Auswertungsgesprächs
 - Der/die moderierende Lehrer*in muss verhindern, dass die Gruppen den Eindruck bekommen, dass es darum geht, möglichst treffsicher die Zielgruppe erkannt zu haben. Es gibt die Variante, dass man die Auflösung, welche Parfüme zur Wahl standen, gar nicht vorstellt. Das ist Geschmackssache.
 - Die Schüler*innen dazu zu bringen, noch einmal ihre Entscheidungsprozesse zu reflektieren und dies mit der Klasse zu teilen.
 - Die Erklärung des Konzepts „doing gender“ und die Veranschaulichung am Beispiel von Parfümwerbung und deren Wirkung in der gerade erfolgten Gruppenarbeit muss gelingen, um die Anknüpfung an die Idee des „Geschlechts als soziale Konstruktion“

II. Coupé – Werbung

a) Die Grundidee der Station

Die Schüler*innen schauen sich einen knapp ein-minütigen Werbespot der Firma Mercedes an – dies mehrmals, ab dem zweiten Mal mit spezifischen Fragen.

In der Analyse dieses Werbespots soll die Wirkung der dargestellten Menschen und die Mittel, mit denen diese Wirkung erzielt wurden, herausgearbeitet werden. Unter dem Aspekt der Geschlechtergerechtigkeit wird hier vor allem die Art der Darstellung des Mannes und der Frau, ihre jeweiligen Handlungen und die Art, wie sie miteinander umgehen im Werbespot, analysiert.

Dann wird der Werbefilm ohne Ton in einer Endlosschleife vorgespielt und parallel dazu eine Analyse von Werbungen von dem Kommunikationswissenschaftler Geoffman vorgelesen. Diese Analyse passt in vielen ihrer herausgearbeiteten Erkenntnisse direkt auf den Werbespot von Mercedes – der einzige Unterschied: diese Analyse erstellte Erving Goffman in den 70er Jahren anhand von amerikanischen Plakatwerbungen für Schuhe. Dies wird den Schüler*innen aber erst am Ende des Vorlesens mitgeteilt. Aus dieser Palette – Analyse der Darstellung der Geschlechter im Werbespot, die Wirkung dieser Darstellung auf die Schüler*innen, die Wirkung, die erzielt werden sollte, die eingesetzten Mittel und der Vergleich mit der über 30 Jahre alten Analyse eines Experten bieten genügend Anlass mit den Schüler*innen über die Darstellung von Geschlechtern in den Medien, insbesondere der Werbung, ins Gespräch zu kommen. Es ist auch möglich, geschlechtergerechtere, aktuelle Beispiele zu erörtern und Ideen für eine geschlechtergerechtere Konzeption für den analysierten Film zu diskutieren.

Entstanden ist diese Station aus der Erfahrung im Unterricht, dass Schüler*innen so stark an stereotypisierende und normierende Darstellungen von Männern und Frauen gewöhnt sind, dass sie entweder eher emotionslos und/oder auch uninteressiert auf entsprechende Impulse im Unterricht reagierten. Völlig unterschätzt und nicht reflektiert wird dabei die Macht der Bilder und die aus ihnen erwachsenden Handlungsanleitungen für heranwachsende Menschen, die auf der Suche nach ihrer eigenen Geschlechterrolleninterpretation sind. Mit dieser Station soll den Schüler*innen die Relevanz der Medien in der Prägung von Geschlechterrollenbildern deutlicher vor Augen geführt werden. Letztendlich steht dabei auch im Raum, wie eine auf maximale Profitorientierung ausgerichtete Branche Produkte (= Werbespots) herstellen kann, die in ihrer Wirkung das erwünschte Ziel erreichen und dabei aber nicht auf Stereotypisierungen von Geschlechtern, Normierungen von Körpern und Tradierung einengender Rollenerwartungen zurückgreifen.

b) Der Ablauf der Station in groben Zügen

Die Schüler*innen sitzen möglichst in U-Form mit Blick zur Projektionswand des Beamers. Zur angeschlossenen Medieneinheit gehören neben dem Computer funktionsfähige Lautsprecher, eine funktionierende Internetverbindung), ein USB-Stick, auf dem die Video-Datei gespeichert ist, sowie ein Computerprogramm, das diesen Werbespot mit und ohne Ton (auch in Endlosschleife) abspielen kann

Zunächst schauen sich die Schüler*innen den Werbespot an und formulieren im Anschluss daran, wie dieser auf sie gewirkt hat.

Danach bekommen sie einen auf DIN A5 vorgedruckten Fragekatalog, mit der bitte, sich zu jeder dieser Fragen stichpunktartig Notizen anzufertigen.

Anschließend werden die Antworten im gemeinsamen Unterrichtsgespräch ausgewertet.

Im nächsten Schritt leitet die/der Lehrer*in kurz die Analyse von Erving Goffman ein, ohne jedoch etwas zu deren Entstehungskontext, vor allem aber nichts über deren Entstehungszeitraum zu sagen.

Dann bekommen die Schüler*innen den Auftrag, sich nochmals den Film anzuschauen – diesmal ohne Ton – mit der Bitte, den Ausführungen von Goeffman zu folgen und diese mit dem Werbespot zu vergleichen.

Entweder auf Nachfrage – oder besser noch – spontan – äußern die Schüler*innen ihre Eindrücke hinsichtlich des Vergleichs zwischen Text und Werbefilm.

Abschließend gibt es eine kleine Auswahl an Fragen, die je nach Zeit und Gespür des/r Moderator*in mit den Schüler*innen erörtert werden können.

c) Wesentliche Kriterien für das Gelingen der Station

- Ausdrucksvermögen der Schüler*innen, Fähigkeiten, Wirkungen (oder beabsichtigte Wirkungen) zu erkennen und diese zu verbalisieren
- Analysefähigkeiten in der Untersuchung von filmischen Material, Erkennen filmischer Mittel
- Gelingt es, die Wirkmächtigkeit von Werbung mit Schüler*innen so zu verhandeln, dass sie ihre mitunter zur Schau getragene Gleichgültigkeit überwinden
- Dabei dürfen aber die Schüler*innen nicht das Gefühl bekommen, sie werden gedrängt, sich betroffen zu fühlen, sondern hier bleibt alleinig das Senden von Ich-Botschaften seitens der Moderation als legitimes Mittel, dass sie sich die Fragen und Themen mehr angelegen sein lassen
- Wie schafft man es, diejenigen in der Gruppe an einem intensiven Gespräch über die Konstruktion und Dekonstruktion von Geschlechtern zu involvieren, die aus der medialen Darstellung auf den ersten Blick profitieren (heterosexuelle, weiße Männer, die körperlich und geistig ohne Einschränkung sind und einen gewissen sozialen Status innehaben)? Nur, indem man aufzeigt, welchen Erwartungsdruck derartige Rollenzuschnitte bei Männern erzeugen und wie stark sich individuelle Menschen ihrer eigenen Entfaltungsmöglichkeiten berauben.
- Eine Prise Gelassenheit/Humor kann mitunter Wunder wirken. Die Frage, welche Wirkung es hätte, wenn die Rollen im Spot vertauscht würden, reicht oft aus, um bei den Schüler*innen im Kopfkino ein interessantes Szenario entstehen zu lassen.
- Wichtig wäre auch zu erörtern, warum vornehmlich Männer Zielgruppe von Autos ab einer bestimmten Größenordnung sind. Der Verweis auf Gehaltsunterschiede bei Männern und Frauen, die Verteilung von Vollzeit und Teilzeit sowie die geschlechterungleiche Verteilung von Sorgetätigkeit in den Familien gehören hier unbedingt dazu.

III. Die Talkshow über die Situation von Frauen und Männern heute

a) Die Grundidee:

Während die anderen beiden Stationen den Fokus stark auf Analyse und Reflexion im Bereich Werbung und Medien legen, war es die Überzeugung der Entwickler*innen dieses Parcours, dass es auch eine Möglichkeit geben muss, in der die Jugendlichen über ihre Geschlechterrollenbilder und über aktuelle Fragen zur Geschlechtergerechtigkeit in Deutschland, insbesondere in sozialen Berufen, sprechen – und dies in einem kleineren, vertraulicheren Rahmen als dem gesamten Klassenverband. Dabei ist die direkte Anknüpfung an ihre persönlichen Erfahrungen aus dem Praktikum, ihren Familien explizit gewünscht. Jedoch sollte hier niemand dazu gedrängt werden, sondern es bedarf eines Settings, indem die Schüler*innen geneigter sind, über diese Fragen in Austausch zu treten.

Dies geschieht durch das Schaffen der fiktiven Situation einer Radio-Talkrunde, in der ein*e Schüler*in die Moderation übernimmt, die anderen die geladenen Gäste sind.

b) Der Ablauf der Station im Groben

Die Schüler*innen kommen in den Raum, in dem bereits ein Stuhlkreis aufgestellt ist. Einer der Stühle sollte dabei sich markant von den anderen unterscheiden. Die Schülerin/Der Schüler, die den besonderen Stuhl als Sitzmöglichkeit wählt, schlüpft in die Rolle des Moderators/der Moderatorin.

Nun übergibt die Lehrerin/der Lehrer eine einfache Erklärung zur Rolle des Moderators/der Moderatorin an jene*n Schüler*in, die/der auf dem besonderen Stuhl sitzt – verbunden mit der Aufforderung, sich aus dem Stapel an Fragen, die sie/er jetzt bekommt, diejenigen rauszusuchen, die sie gern den geladenen Gästen stellen wollen.

Während die Moderation dieser Talkrunde die Auswahl trifft, erklärt die Lehrerin/der Lehrer „den Gästen“, was auf sie zukommt – sie werden sozusagen „gebrieft“. Dabei ermuntert man sie, durchaus offen und kontrovers zu diskutieren. Wichtig für das Gelingen ist der Hinweis, dass die Schüler*innen ihre Position immer begründen müssen, um etwas ausführlicher ihre Ansichten dem Publikum deutlich zu machen. Eventuell kann man die Schüler*innen auch schon einmal über die Bandbreite der möglichen Fragen informieren – damit sie sich etwas darauf einstellen können. Unabdingbar ist es auch, darauf hinzuweisen, dass man durchaus kurz überlegen darf, aber keine zu langen Pausen entstehen sollten, da sonst die Zuhörer*innen abschalten.

Zur Unterstützung des Talkshow-Charakters dient ein Mikrofon, das dem, der/die es in den Händen hält, auch das Rederecht erteilt.

Nun fordert die Lehrerin/der Lehrer die/den Gastgeber*in der Sendung auf, die Sendung zu moderieren.

Im letzten Teil der Runde wird das Talkshowsetting aufgelöst und die Schüler*innen können frei diskutieren über Fragen/Themen, die sie bewegt.

Alles Weitere wird maßgeblich von der Dynamik innerhalb der Gruppe bestimmt. Die Lehrerin/der Lehrer greift nur in wenigen Fällen aktiv ein, so z.B. wenn

- auch nach etwas längerem Warten und wiederholter Aufforderung der Moderation keine Reaktion aus der Gruppe kommt
- jemand nur Zustimmung oder Ablehnung kommuniziert und/oder die Äußerungen insgesamt zu knapp für eine intensivere Diskussion sind
- Äußerungen einzelner Schüler*innen Abwertungen anderer in der Gruppe geäußelter Positionen bedeuten – hier ist das Beharren auf Ich-Botschaften zwingend erforderlich
- die Moderation zu schnell von einem Gast zum nächsten wechselt - obwohl Interessantes/Bemerkenswertes gesagt wurde. Hier sollte man die Jugendlichen dazu ermuntern, offen nachzufragen.
- die geäußerten Standpunkte divergieren, aber die Schüler*innen nicht aktiv in eine Diskussion eintreten, weil sie sich entweder vor dem Streitgespräch scheuen oder sich der Unterschiedlichkeit in der Positionierung nicht bewusst sind.
- die Moderation nicht auf grundsätzlich zu oberflächliche und/oder zu allgemeine Antworten reagiert – dies sollte aber mit größter Vorsicht erfolgen.

c) Kriterien für das Gelingen der Station

- Der Erfolg der Station hängt ganz stark von den kommunikativen Fähigkeiten aller Gruppenmitglieder, vor allem aber der des/der moderierenden Schüler*in
- Ebenso kann man nicht erzwingen, dass die Schüler*innen sich auf die Talkrunde vollumfänglich einlassen. Es gibt Gruppen, dort läuft das Gespräch von selbst. Es gibt Runden, in denen sich die Diskussion eher zäh entwickelt und in den ein gemeinsames Gespräch über die gestellten Fragen ohne Intervention der Lehrerin/des Lehrers nicht zustande kommen würde
- Schüler*innen haben ein sehr scharfes Gespür dafür, ob es möglich ist, frei die eigene Meinung äußern zu können. Wenn Nachfragen zu kritisch, konfrontativ und vor allem (ab-)wertend von Mitschüler*innen oder gar der Lehrerin/dem Lehrer formuliert werden, erfolgt der sofortige Rückzug. Jene Schüler*innen und diejenigen, die ähnliche oder anders, aber ähnlich kontrovers gelagerte Positionen einnehmen, ziehen sich dann aus der Debatte zurück.
- Dies erfordert von der Betreuung dieser Station ein Höchstmaß an Achtsamkeit und Wachsamkeit während der gesamten Diskussion seitens des Lehrers/der Lehrerin.
- In den letzten fünf bis zehn Minuten sollte man – wenn dies nicht vorher schon automatisch passiert ist – die Diskussion öffnen, indem die Schüler*innen die Möglichkeit bekommen, grundsätzlich etwas zur Diskussion, zu bestimmten Positionen oder auch Grundsätzliches zu geschlechterrelevanten Debatten zu sagen.