

Gender

A B C

Bildungsprogramm für
Weiterführende Schulen



Soziale Normen und Geschlechtsstereotype

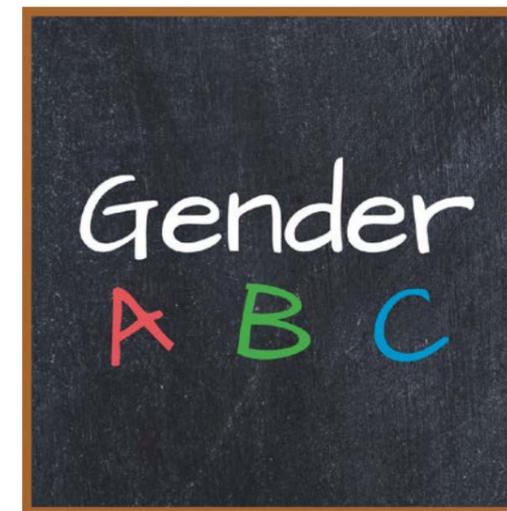
Das GenderABC Projekt wird koordiniert von



und umgesetzt von



Gefördert wurde die Veröffentlichung/Publikation von dem "Programm der Europäischen Union für Rechte, Gleichstellung und Unionsbürgerschaft". (2014-2020).



Bildungsprogramm für
Weiterführende Schulen

Soziale Normen und Geschlechtsstereotype

Dieses Bildungsmodul wurde von **AIDOS**
im Rahmen des Projektes GenderABC entwickelt.

Inhaltsübersicht

Inhaltsübersicht	2
Abschnitt I - Einführung	3
1. Ziel	3
2. Hauptthemen	3
3. Schlüsselbegriffe	3
4. Lernziele	3
5. Liste der Aktivitäten	4
Abschnitt II - Aktivitäten	5
Aktivität 1: <i>Gender-Talk</i>	5
• Einführung	5
• Anleitung	5
• Auswertung	6
Aktivität 2: <i>In einer Werbeagentur</i>	7
• Einführung	7
• Anleitung	7
• Auswertung	8
Aktivität 3: <i>Klischees</i>	9
• Einführung	9
• Anleitung	9
• Auswertung	10
Plan	11
Modulliste	13

Abschnitt I

EINFÜHRUNG

1. Ziel

Das Ziel dieses Moduls ist es, die wichtigsten sozialen Modelle und Normen zu analysieren, die Genderunterschiede definieren. Die Teilnehmenden sollen erkennen, dass die Erwartungen an die weibliche und männliche Identität durch Kultur, Sprache, Bildung und Familie geprägt sind und vom historischen Kontext sowie vom kulturellen Hintergrund abhängen. Dabei soll der historische Zusammenhang zwischen diesen Normen und den vorherrschenden Geschlechterungleichheiten erörtert werden. Außerdem soll darüber nachgedacht werden, inwieweit Stereotype und Vorurteile verfestigt sind und auf welche Weise diese Persönlichkeitsentfaltung und das Erreichen von Zielen behindern.

2. Hauptthemen

- Geschlechterunterschiede und Geschlechterrollen
- Geschlechtsstereotype und soziale Normen
- Sexismus in der Sprache
- Erkennen und Überwinden von Vorurteilen
- Kulturelle Unterschiede und Wandel von Traditionen
- Geschlechtergleichstellung

3. Schlüsselbegriffe

**Gender • Geschlechtergerechtigkeit • Geschlechtsstereotype
Geschlechterrollen • Sexistische Sprache • Soziale Normen • Tradition**

4. Lernziele

- Mit stereotypen und nicht-stereotypen Einstellungen und Verhaltensweisen auseinandersetzen
- Die Selbstwahrnehmung sowie das Bewusstsein für die unbewusste Reproduktion von Stereotypen stärken
- Sexistische Sprache und Annahmen, die geschlechtsspezifische Vorurteile fördern, reflektieren
- Wert- und vorurteilsfreie Darstellungen von Gender vermitteln
- Förderung des kritischen Denkens und der freien Selbstentfaltung

5. Liste der Aktivitäten

	 Name der Aktivität	 Gesamtdauer	 Materialien	 Relevanz ¹
1	Gender-Talk	45 Minuten	<ul style="list-style-type: none"> • Zeitungen und Magazine, Fotos und Werbungen • Kleber • Schere • Plakate 	☆☆☆
2	In einer Werbeagentur	45 Minuten	<ul style="list-style-type: none"> • Plakate • Filzstifte und Kugelschreiber • Farbige Papier 	☆☆☆
3	Klischees	45-60 Minuten	<ul style="list-style-type: none"> • Stifte • Papier • Multimediaplayer 	☆☆☆

¹ As atividades são classificadas de uma a três estrelas, em ordem crescente de importância, i.e., três estrelas designa atividade "altamente recomendada".

Abschnitt II

AKTIVITÄTEN

Aktivität I Gender-Talk ☆☆☆



Gesamtdauer

45 Minuten
Vorbereitung: 10
Durchführung: 15
Nachbereitung: 20



Materialien

Zeitungen und Magazine, Fotos und Werbungen
 Kleber
 Schere

→ EINFÜHRUNG

Diese Aktivität hat zwei Ziele: Zum einen sollen **die im eigenen Umfeld vorherrschenden Geschlechterbilder identifiziert werden**. Zum anderen lernen die Teilnehmenden, **dass Genderrollen sozial konstruiert und austauschbar sind**.

→ ANLEITUNG

Die PädagogInnen leiten diese Aktivität ein, indem sie den Teilnehmenden eine kurze Einführung in die Geschlechterverhältnisse und Rollenbilder geben: Es werden Anregungen gegeben und Fragen gestellt.



A Im Anschluss werden Zeitungen, Zeitschriften und Flyer, die Kleidung oder Spiele bewerben sowie Bilder, die Film- und Musikstars zeigen, in die Mitte des Raumes gelegt. Es ist wichtig, so viele Abbildungen wie möglich zur Verfügung zu stellen. Dabei sollten sowohl Darstellungen von Menschen, als auch von Alltagsgegenständen und -aktivitäten (etwa aus den Bereichen Arbeit, Reisen, Kochen, Kinderbetreuung, Sport und Mode) vorhanden sein.



B Die Teilnehmenden werden gebeten, sich das Material anzusehen und ein bis drei Bilder auszusuchen, die sie mit „männlich“, „weiblich“ oder „geschlechtsunabhängig“ assoziieren (je mehr Zeit zur Verfügung steht, desto mehr Bilder sollten ausgesucht werden).



C Die PädagogInnen hängen ein Plakat an die Wand, das in zwei Teile (männlich und weiblich) unterteilt ist und in der Mitte einen freien Bereich hat (für den Fall, dass sich Teilnehmende uneinig sind). Daraufhin ordnen die Teilnehmenden die Bilder dem entsprechenden Abschnitt zu und diskutieren die einzelnen Darstellungen (Haben sie sich im Laufe der Zeit verändert? Welche Bedeutung haben die Merkmale in verschiedenen Kulturen?).



D Im Anschluss soll anhand der Diskussionsergebnisse (stark/schwach, Haus/Arbeit, Natur/Kultur, etc.) über die Diskrepanz der beiden Darstellungen von Männern und Frauen gesprochen werden. Kulturelle, soziale und nicht-biologische Aspekte der Darstellungen werden vermutlich sehr häufig binär nach Geschlecht getrennt.



E Anschließend findet eine gemeinsame Auswertung der Ergebnisse statt, damit die Teilnehmenden die Aktivität erneut diskutieren können. In der Schlussphase wird deutlich, dass Geschlechtsstereotype soziale und kulturelle Konstrukte sind. Hier sollten die PädagogInnen zur Diskussion über die Darstellungen und Rollen, die über die etablierten Vorstellungen hinausgehen, anregen. Auf diese Weise wird die Beliebigkeit dieser Rollen deutlich.

→ AUSWERTUNG

Die Aktivität endet damit, dass die Teilnehmenden ihre Meinungen über die vorhergegangenen Diskussionsgegenstände teilen. Welche Rolle spielen Gesellschaft und Kultur für die Verfestigung, Überwindung oder Dekonstruktion von Normen, Geschlechtsstereotypen und Vorurteilen?

Die PädagogInnen zeigen auf, dass Rollenzuschreibungen kulturellen Veränderungen unterworfen sind und sich im Laufe der Zeit entwickeln. Diese Veränderungen haben, abhängig von Gesellschaft und persönlichem Umfeld (etwa innerhalb der Familie), unterschiedliche Ausprägungen. Zudem können die PädagogInnen Beispiele nennen, die Genderbilder verdeutlichen.

Wichtig ist bei dieser Aktivität, allen Meinungen und Ansätzen aufgeschlossen und tolerant gegenüberzutreten. Dadurch wird eine kritische Auseinandersetzung gefördert und die Gruppe wird ermutigt, unterschiedliche Ansichten zu diskutieren. Jegliche Form von Urteil und Bewertung könnte kontraproduktiv sein. Dies gilt auch, wenn Teilnehmende Stereotype bewusst oder unbewusst reproduzieren.

Aktivität 2 In einer Werbeagentur ★★★



Gesamtdauer

45 Minuten
Vorbereitung: 5
Durchführung: 25
Nachbereitung: 15



Materialien

- Plakate
- Filzstifte und Kugelschreiber
- Farbige Papier

→ EINFÜHRUNG

Die PädagogInnen beginnen diese Aktivität, indem sie das Plakat der vorherigen Aktivität zeigen. Das Ziel ist es, **die Diskussion über geschlechtsspezifische Stereotype fortzusetzen und zu vertiefen**. Nach einer kurzen Einführung werden die Teilnehmenden in Vierer bis Fünfergruppen eingeteilt und das Rollenspiel wird erklärt.

→ ANLEITUNG



A Jede Gruppe spielt folgende Situation in einer Werbeagentur nach: Eine bekannte Marke hat sie beauftragt, eine genderneutrale Werbeanzeige ohne Rollenbilder und Stereotype zu kreieren.



B Für die Erstellung der Werbeanzeige erarbeitet jede Gruppe einen Werbespruch und ein Bild (eine Zeichnung, ein Comic, ein Bild, die Beschreibung einer Szene). Sofern es möglich und sinnvoll ist, können die Teilnehmenden mit ihren Smartphones Bilder herunterladen.

Jede Gruppe hat eine bestimmte Aufgabe:

- Die **erste Gruppe** bewirbt Reinigungsprodukte für den Haushalt (Spülmittel, Allzweckreiniger etc.).
- Die **zweite Gruppe** bewirbt Produkte für die Kinderpflege (Windeln, Anziehsachen).
- Die **dritte Gruppe** bewirbt Tischlerei- und HeimwerkerInnenprodukte (Hammer, Sägen).
- Die **vierte Gruppe** bewirbt Unterwäsche (Unterhosen, Schlafanzüge).

Um die Aktivität zu erleichtern, weisen die PädagogInnen jeder Gruppe ein bestimmtes Produkt zu.

→ AUSWERTUNG

Die Aktivität endet mit einer Teamsitzung, in der die Gruppen Rückmeldungen geben und ihre Meinungen und Gedanken teilen. *Als Diskussions Einstieg können folgende Fragen hilfreich sein:*



- Unterscheiden sich die erarbeiteten Anzeigen von der Werbung, die wir normalerweise im Fernsehen sehen?
- Welche Botschaften vermitteln sie im Vergleich zu anderen Werbungen?

Aktivität 3 Klischees ★★★



Gesamtdauer

45-60 Minuten

Vorbereitung: 5

Durchführung: 20-35

Nachbereitung: 10



Materialien

Stifte

Papier

Multimediaplayer

→ EINFÜHRUNG

Das Ziel dieser Aktivität ist es, **die Selbstwahrnehmung und Kommunikation zu fördern**: Inwiefern hilft Dir das Aufschreiben Deiner Gedanken, Gefühle und Emotionen, Dich selbst zu verstehen?

Sie hilft den Teilnehmenden, ihre emotionalen Fähigkeiten zu erweitern und ein tieferes Verständnis dafür zu entwickeln, wie sie Stereotype wahrnehmen.

→ ANLEITUNG



Die PädagogInnen bitten die Teilnehmenden, auf den Diskussionsfaden der letzten Sitzung oder Aktivität zurückzukommen.



Danach zeigen sie ein Video, das als Input für eine kurze Diskussion im Plenum und für eine individuelle Schreibaktivität dient.



Danach wird eine Diskussion über die im Video dargestellten Stereotype eingeleitet. Die Gruppe thematisiert, wie sie diese Stereotype sowohl in Bezug auf die aktuelle Situation, als auch auf den kulturellen und historischen Kontext wahrnimmt.

Gender A B C

Ein Projekt von:



End FGM
EUROPEAN NETWORK



APF
ASSOCIAÇÃO PARA O PLANEAMENTO DA FAMÍLIA



AIDOS
ASSOCIAZIONE ITALIANA
DONNE PER LO SVILUPPO



Dieses Projekt wird von der
Europäischen Union kofinanziert