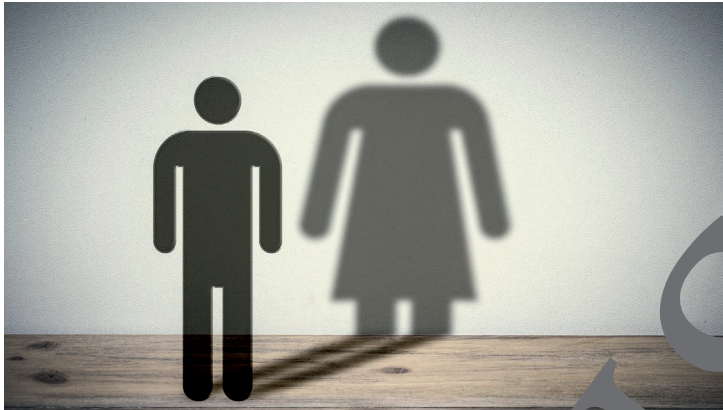


II.A.30

Anthropologie

Transgender und Intersexualität – Ein Leben zwischen den Geschlechtern

Eva Ildikó Farkas



Seit November 2017 darf im Geburtenregister ein drittes Geschlecht eingetragen werden, so der Beschluss des Bundesverfassungsgerichts. Neben männlich und weiblich ist nun auch inter oder divers als Geschlechtsangabe möglich. Welche Konsequenzen hat ein erweiterter Geschlechtsbegriff für unsere Gesellschaft? Wie definieren wir „männlich“ und „weiblich“? Woher stammen Vorstellungen und Vorurteile in Bezug auf das jeweilige Geschlecht? Und was bedeutet es für Betroffene, weder „männlich“ noch „weiblich“ zu sein? Diese Einheit bietet fachlich fundiertes Grundlagenwissen zu Terminologie und Erscheinungsbildern. Filmische Berichte geben Einblick und laden ein, über klassische Rollenbilder und Gender-Marketing ins Gespräch zu kommen.

KOMPETENZPROFIL

Klassenstufe: 11-13

Dauer: 7 Unterrichtsstunden

Kompetenzen: Die Lernenden können darlegen, welchen Einfluss Gesellschaft, Medien und Werbung auf Geschlechterrollen haben. Sie hinterfragen ihr Verständnis von „Geschlecht“ anhand von Texten und Videos, erweitern ihr binäres Geschlechterverständnis um die Komponente „Transgender“ und „Intersexualität“, setzen sich kritisch mit traditionellen Rollenbildern auseinander, reflektieren mögliche Auswirkungen des erweiterten Geschlechtsbegriffs auf unsere Gesellschaft.

Thematische Bereiche: Transgender, Intersexualität, Transidentität, biologisches Geschlecht, Geschlechtsidentität, Gender-Marketing, Rollenbilder

Medien: Texte, Bilder, YouTube-Videos

Auf einen Blick

Stunde 1/2

Typisch Mann, typisch Frau? – Rollenklischees und Geschlechterrollen

M 1 **Typisch Mann, typisch Frau?** / Welche Vorurteile in Bezug auf Frauen und Männer gibt es? Woher rühren Rollenklischees? Welchen Einfluss haben Geschlechterrollen auf Jungen und Mädchen heute? Die Lernenden erarbeiten Plakate.

M 2 **Die Macht der Geschlechterrollen** / Ein Text vertieft die zuvor gestellten Fragen.

Vorzubereiten: zwei Plakate, Filzstifte oder Eddings in unterschiedlichen Farben

Stunde 3/4

Gender-Marketing – wie Werbung Geschlechterrollen beeinflusst

M 3 **Weihnachten bei Hoppenstedts – die Qual der Wahl** / Ein Sketch von Lorient verdeutlicht, dass Geschlechterrollen bereits im Kindesalter eine große Rolle spielen. Opa Hoppenstedt sieht das anders. Stimmen die Lernenden ihm zu?

M 4 **Tatort Kinderzimmer – Rosa oder Blau?** / Werbung und Marketing beeinflussen unsere Vorstellungen von Geschlechterrollen – das belegen Werbeflyer.

M 5 **Getrennte Spielwelten – Gender-Marketing in der Spielzeugindustrie /** Spielen Mädchen nur mit Puppen und Jungen nur mit Autos? Wer definiert Geschlechterrollen? Und warum ist genderspezifisches Spielzeug so erfolgreich? Der Sachtext liefert Hintergrundwissen und wirft zwei gegensätzliche Thesen auf.

Vorzubereiten: Laptop/Beamer. Internetzugang für YouTube-Videos.

Stunde 5/6

„Sex“ und Gender – was ist das eigentlich?

M 6 **Geschlecht – Dimensionen eines Begriffs erarbeiten** / Anhand von Textauszügen erarbeiten die Lernenden eine Mindmap zum Thema „Geschlecht“. Deutlich wird, dass dieser Begriff mehrere Facetten hat und nicht einfach zu definieren ist.

M 7 **Mädchen oder Junge? – Aufwachsen als Transgender-Kind** / Eine Dokumentation führt die Jugendlichen in das Thema „Transgender“ ein. Transgender-Kinder berichten über ihr Leben, ihre Probleme und den schwierigen Weg zum „richtigen“ Geschlecht.

Vorzubereiten: Laptop/Beamer. Internetzugang für YouTube-Videos.

Männlich oder weiblich? – Intersexualität**Stunde 7**

M 8 **Intersexualität – eine ARTE-Dokumentation** / Anhand einer Dokumentation des ARTE-Magazins „Xenius“ befassen sich die Lernenden mit dem Thema „Intersexualität“.

M 9 **„Born this Way“ – einen Liedtext interpretieren** / Abschließend wird der Song „Born this Way“ von Lady Gaga interpretiert. Die Jugendlichen erörtern die Bedeutung der Popkultur für die Lesbian/Gay/Bisexual/Transgender/Queer-Rechte.

Vorzubereiten: Laptop/Beamer/Internetzugang für YouTube-Videos, Lied „Born this Way“ von Lady Gaga.

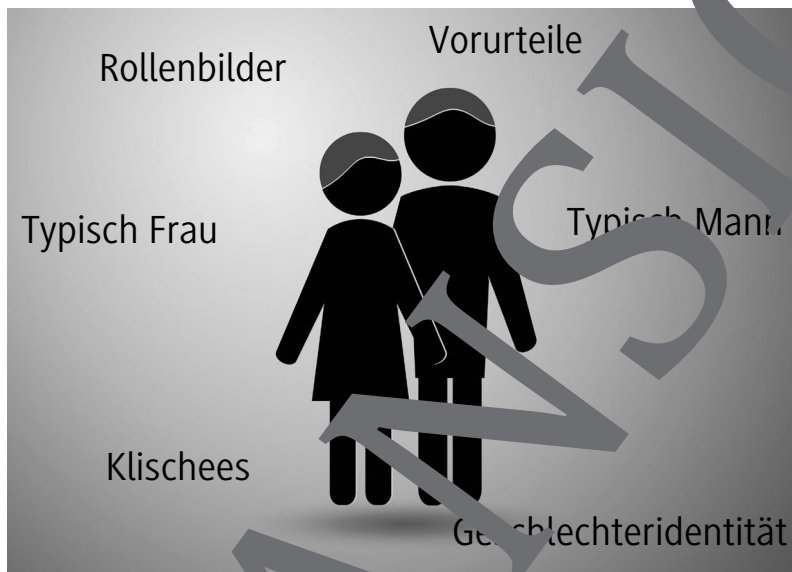
M 1

Typisch Mann, typisch Frau?

Frauen haben keinen Orientierungssinn, Männer reden nie über Gefühle. Die meisten Menschen haben klare Vorstellungen davon, welche Verhaltensweisen typisch sind für Frauen und welche typisch für Männer. Doch bewahrheiten sich diese Klischees und Vorurteile tatsächlich im Alltag?

Aufgaben

1. Bilden Sie jeweils eine Gruppe a) mit Schülerinnen und eine Gruppe b) mit Schülern.
2. Erstellen Sie für das jeweils andere Geschlecht ein Poster mit Eigenschaften, die typisch für Männer und typisch für Frauen gelten. Präsentieren Sie Ihre Ergebnisse im Plenum.
3. Diskutieren Sie anschließend, woher diese Vorurteile stammen und ob sie zutreffen.



© Bild Mann und Frau: Getty Images.

M 2

Die Macht der Geschlechterrollen

Geschlechterrollen und -klischees existieren überall auf der Welt. Prägen sie aber bereits sehr junge Menschen? Forscher haben Kindern auf der Schwelle zur Pubertät zugehört.

Aufgaben

1. Lesen Sie den Zeitungsartikel. Fassen Sie die Ergebnisse der Studie zusammen. Benennen Sie die Auswirkungen von Geschlechterrollen auf Jungen und Mädchen. Beschreiben Sie die Unterschiede in der Erziehung.
2. Nehmen Sie Stellung zum letzten Satz, dass „sich mit dem Beginn der Pubertät die Welt für Jungs erweitert und für Mädchen schrumpft“. Begründen Sie Ihre Meinung mit Beispielen.

„Zwangsjacke der Geschlechterrollen“ kann krank machen

Kinder an der Schwelle zur Pubertät haben in den allermeisten Fällen schon ein sehr ausge-

prägtes Rollenbild der Geschlechter – unabhängig davon, ob sie in armen oder reichen,

5 liberalen oder konservativen Gesellschaften aufwachsen. [...] Wir haben herausgefunden, dass Kinder schon in einem sehr jungen Alter sehr schnell den Mythos verinnerlichen, dass Mädchen verletzlich und Jungs stark und un-
 10 abhängig sind“, sagte Robert Blum, der Chef der Untersuchung. [...] Versuchen die Kinder sich aus diesen Rollen zu befreien, drohen vor allem Jungen negative Konsequenzen. Sie werden gemobbt, eingeschüchtert und sogar
 15 körperlich angegriffen.

Forscher warnen davor, dass die „Zwangsjacke der Geschlechterrollen“ Gesundheitsrisiken für beide Geschlechter berge – besonders aber für die Mädchen. Die Forscher hatten
 20 unter anderem in 15 Ländern rund um den Globus insgesamt 450 Kinder zwischen 10 und 14 Jahren und ihre Eltern befragt, darunter Belgien, China, Ecuador, Ägypten, Indien und USA. In Deutschland fanden keine Befragungen statt. „Allerdings steht es in der Tendenz
 25 um Deutschland nicht anders als in anderen westlichen Ländern“, meint Tim Rohrmann, Professor für Bildung und Entwicklung im Kindesalter an der Evangelischen Hochschule für
 30 Soziale Arbeit Dresden.

Er betont aber, dass Mädchen in Deutschland in der Schule nicht benachteiligt werden. Sie überholen die Jungen sogar mit besseren Noten, höheren Abschlüssen und bei der Zahl der
 35 Studierenden. Allerdings wirkt sich dies noch nicht auf Gehälter und beruflichen Erfolg aus. Die Berufswahl bleibt oft geschlechtstypisch. Familie und Beruf seien immer für Frauen schwer vereinbar.
 40 Die Studie zeigt deutlich, dass die Vorstellung von traditionellen Geschlechterrollen sich über alle Kulturen hinweg mehr ähnelt als unterscheidet [...].

In der aktuellen Studie wurden [...] junge Pubertierende aus verschiedenen Regionen in Schottland, USA, Belgien, Kenia und Ecuador befragt, wie sie die Rollen von Jungen und Mädchen in romantischen Beziehungen wahrnehmen. Unabhängig von ihrer Herkunft waren sie der Ansicht, dass Jungen den ersten Schritt machen sollten. Eine 12-Jährige aus
 50

Gent in Belgien: „Wenn er nicht mutig genug ist, finde ich das sehr feige. [...] Außerdem ist er dann kein Junge.“

55 Trotz dieser recht konservativen Vorstellungen zeigten sich die jungen Menschen sehr offen gegenüber homosexuellen Beziehungen. „Ich finde nicht, dass es gut oder schlecht ist. Jeder wählt sein eigenes Schicksal“, sagte die Forscherin ein 12-jähriger Junge aus Ecuador.

Mit Beginn der Pubertät klärten Eltern vor allem ihre Töchter darüber auf, wie sie sich nun als junge Frauen zu verhalten haben, schreiben die Wissenschaftler. Gespräche mit Jungen über den sich verändernden Körper werden entweder als Tabuthema oder als notwendig angesehen.
 60

Für Mädchen sind es viele Regeln in Bezug auf ihren Körper, die ihrem Schutz dienen sollen. Allerdings so betont ein Wissenschaftler, verlange die Eltern ein unterwürfiges Verhalten. Gewalt sei ein akzeptiertes Mittel, um zu verhindern, dass Regeln gebrochen werden. Das mache es wahrscheinlicher, dass Mädchen Opfer von sexueller und sexueller Gewalt werden, sich mit sexuell übertragbaren Krankheiten anstecken, früh schwanger werden oder vorzeitig von der Schule gehen.
 65

Jungen würden im Gegensatz zu Mädchen eher mutig, die Welt außerhalb des Hauses zu erkunden. In China und Indien erzählten die Jungen, dass es von ihnen erwartet wird, „stark und wie ein Held“ zu sein. Im Allgemeinen verbringen sie der Studie zufolge mehr Zeit mit selbst gewählten Hobbys und üben untereinander dominante Verhaltensweisen. Allerdings mache das Jungen viel anfälliger für gefährliches, risikoreiches Verhalten. Sie werden eher drogensüchtig und sterben eher bei
 70 einem Unfall.

Die Studie bestätigt den Forschern zufolge vorherige Befunde, dass sich mit dem Beginn der Pubertät „die Welt für Jungs erweitert und für Mädchen schrumpft“.

Text: dpa. Zu finden unter www.welt.de/gesundheit/article168833920/Teenager-in-der-Zwangsjacke-der-Geschlechterrollen.htm.

Weihnachten bei Hoppenstedts – die Qual der Wahl

M 3

Weihnachten steht vor der Tür und Opa Hoppenstedt (alias Lorient) sucht einen Spielzeugladen auf, um ein Weihnachtsgeschenk für sein Enkelkind Dicki zu kaufen. Doch welches Geschenk ist das passende? Er sucht Rat bei der Verkäuferin. Schauen Sie sich die kurze Episode aus „Weihnachten bei Hoppenstedts“ von Lorient an und beantworten Sie die unten stehenden Fragen.

Aufgaben

1. Schauen Sie den Auszug aus „Weihnachten bei Hoppenstedts“ an.

<https://www.youtube.com/watch?v=MpEYKv6mGNI>



Bild: ddp images

2. Was fragt die Verkäuferin, um herauszufinden, welches das passende Geschenk sein könnte?

3. Wie reagiert Opa Hoppenstedt auf diese Frage?

4. Welche Dinge denkt er sich für sein Kind laut Opa Hoppenstedt?

5. Wie beurteilen Sie Opa Hoppenstedts Antwort an die Verkäuferin?



M 4

Tatort Kinderzimmer – Rosa oder Blau?

Unser Alltag ist geprägt von der Einteilung in zwei Geschlechter: männlich und weiblich. Dies scheint uns selbstverständlich, ebenso wie die Farbuweisungen: Mädchen Rosa, Jungen Blau. Viele Alltagsgegenstände, die wir nutzen, folgen diesem Farbprinzip. Industrie und Werbung haben einen großen Einfluss auf die Geschlechterrollen.

Aufgaben

1. Betrachten Sie die Bilder. Diskutieren Sie mit einem Partner/einer Partnerin Ihrer Wahl, welche Rollenbilder hier vermittelt werden.
2. Überlegen Sie, welche Rolle Spielzeugwerbung und Marketing in der Konstruktion von Geschlechterrollen spielen. Wie denken Sie darüber? Legen Sie Ihre Meinung begründet dar.
3. Sollte Gender-Marketing Ihrer Ansicht nach verboten werden? Begründen Sie Ihre Meinung.



© Getty Images

Getrennte Spielwelten – Gender-Marketing in der Spielzeugindustrie

M 5

Glitzerpuppen für Mädchen, Baukästen für Jungen – die Spielwarenindustrie hält für beide Seiten streng getrennte Produkte bereit. Genderforscher und Feministinnen beklagen dieses aggressive Gender-Marketing. Inwieweit prägt unterschiedliches Spielzeug die Entwicklung von Kindern? Lesen Sie den nachfolgenden Text.

Aufgaben

1. Lesen Sie den Text. Legen Sie dar, was Stevie Schmiedel und Uta Brandes an genderspezifischem Spielzeug kritisieren. Welche Geschlechterrollen werden dem Text zufolge vermittelt?
2. Erläutern Sie den Standpunkt des Evolutionspsychologen Harald Euler, was kritisiert er? Wie reagieren Genderforschern und Genderforscherinnen?



[...] Drei Milliarden Euro haben die Deutschen im vergangenen Jahr für Spielwaren ausgegeben; seit 2009 verzeichnet die Branche kontinuierlich steigende Umsätze – und die Differenzierung des Marktes für Mädchen und Jungen dürfte dabei nicht ganz unwichtig sein. [...] Auch in der Erwachsenenwelt gibt es viele Produkte speziell für Frauen und für Männer, vom Nassrasierer bis zum Kugelschreiber [...]. Doch wohl nirgendwo ist die geschlechtsspezifische Vermarktung so erfolgreich wie bei Kinder-Produkten. Da werden Vorlesebücher für „kleine starke Jungs“ angeboten oder mit „starken Mädchengeschichten“. [...]

Eine Unternehmenssprecherin von Lego erklärt, die Bausteine seien erst einmal grundsätzlich genderneutral. Mädchen und Jungen hätten aber unterschiedliche Spielbedürfnisse. [...] Legofriends [...] ist eine Linie, die das Unternehmen 2012 auf den Markt brachte, um vor allem Mädchen anzusprechen. Die zusammengebauten Szenen spielen in der fiktiven Stadt Heartlake City. Hauptfiguren sind Mädchen, die einen Tag im Hotel verbringen, auf dem Yacht oder auf einem Luxuskatamaran. Über solche und ähnliche Spielwelten kann Uta Brandes sich empören. Sie hat viele Jahre an der Technischen Hochschule in Köln gelehrt, als Professorin für Gender und Design.

„Das Schlimme ist, dass die Mädchenrollen darin passiv sind, nur auf Schönheit, auf sinnlose Tätigkeiten, bestenfalls gehen die Mädchen in diesen Spielen mit ihrer Katze zum Tierarzt. Sie sind nie erwerbstätig, sie müssen immer gerettet werden, als Prinzessin, aus irgendeiner misslichen Lage, aus der sie sich nicht selbst befreien können.“ [...] Typisches Mädchenspielzeug vermittele oft die Botschaft, es geht vor allem um Schönheit und Hilfsbereitschaft an, so Brandes, während den Jungen signalisiert werde, sie müssten Helden, Retter und Kämpfer spielen. Das sei eine gefährliche Zurichtung auf Rollen: „Weil die Rollen festlegt, die mit Hierarchie und mit Wertigkeit zu tun haben. Wir können schon feststellen, dass die Rollen, die mit typischer Weiblichkeit zu tun haben, das hat im Grunde zu tun mit Dienen, Helfen, Pflegen, Heilen [...]. Diese Fokussierung aufs Äußere, das zeigen zahlreiche Studien, ist schädlich für Mädchen, die so sehr darauf achten, nett und lieb und hübsch zu sein, dass sie es dann schwieriger haben, mit der Faust auf den Tisch zu hauen und ihr Gehalt zu fordern, oder sexuellen Übergriffen entgegenzutreten.“

Stevie Schmiedel [Chefin von Pinkstinks, einer Protestorganisation, die gegen Sexismus und Geschlechterklischees in Werbung, Medien und Gesellschaft kämpft] findet die nach Geschlechtern getrennten Spielwelten auch für Jungen problematisch: „Wenn ein Junge heute mit Rosa spielt und einen kleinen rosa Pudel mit in den Kindergarten bringt, dann wird er schnell [...] gemobbt. [...] Es

„Born this Way“ – einen Liedtext interpretieren

M 9

Lady Gaga (* 28. März 1986 als Stefani Joanne Angelina Germanotta in New York City) ist seit ihrem Hit „Poker Face“ (2008) einer der erfolgreichsten Popstars. Sie setzt sich öffentlich für die LGBT(Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender)-Rechte ein.

Aufgaben

1. Geben Sie die Kernaussage des Liedes in eigenen Worten wieder.
2. Interpretieren Sie die Zeilen „'Cause God makes no mistakes“ und „Same D.N.B., but born this way“.
3. Welche Bedeutung hat die Popkultur für die LGBT(Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender)-Bewegung?

Lady Gaga: Born this Way

- ▶ Mit über 150 Millionen verkauften Tonträgern zählt Lady Gaga zu den erfolgreichsten Sängerinnen weltweit.
- ▶ Ihr Song „Born this Way“ stand nur wenige Stunden nach seiner Veröffentlichung auf Platz eins zahlreicher Download-Charts.
- ▶ Bei den Europe Music Awards wurde der Song als bestes Lied ausgezeichnet.



Bild: Proacguy1/Wikimedia cc by sa 2.0

It doesn't matter if you love him, or capital
H-I-M

Just put your paws up 'cause you were born
this way, baby

5 My mama told me when I was young
We are all born superstars

She rolled my hair and put her lipstick on
In the glass of her boudoir

10 "There's nothing wrong with loving who you
are"

She said, "'Cause he made you perfect, babe"
"So hold your head up, girl, and you'll go far,
Listen to me when I say"

I'm beautiful in my way

'Cause God makes no mistakes

I'm on the right track, baby, I was born this
way

Refrain 1

Don't be yourself in regret

20 Just love yourself and you're set

I'm on the right track, baby

I was born this way (Born this way)

Oh, there ain't no other way

Baby, I was born this way

25 Baby, I was born this way

Refrain 2

Oh, there ain't no other way

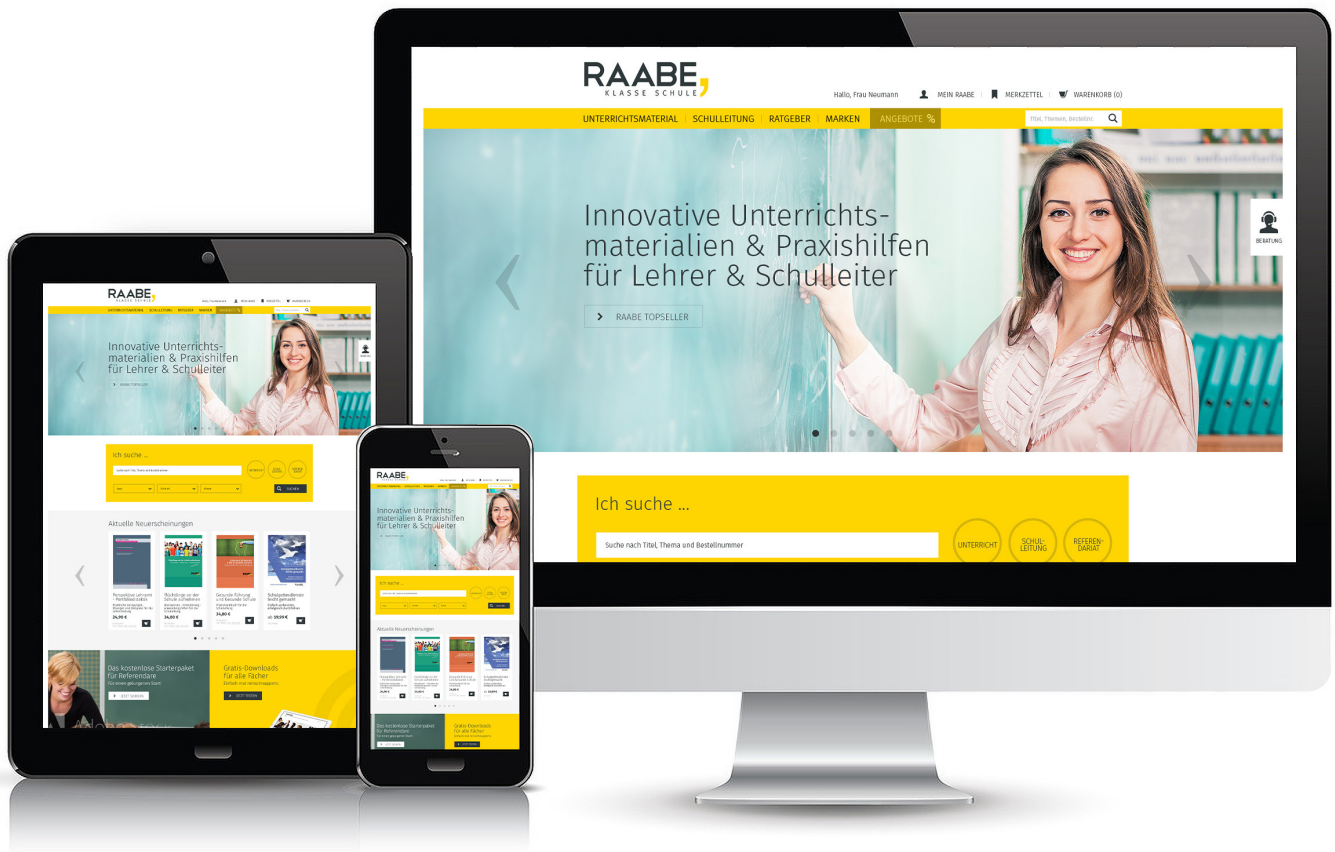
Baby, I was born this way

Right track, baby, I was born this way

30 Don't be a drag, just be a queen (x 3)

Don't be, don't be, don't be

Der RAABE Webshop: Schnell, übersichtlich, sicher!



Wir bieten Ihnen:



Schnelle und intuitive Produktsuche



Übersichtliches Kundenkonto



Komfortable Nutzung über
Computer, Tablet und Smartphone



Höhere Sicherheit durch
SSL-Verschlüsselung

Mehr unter: www.raabe.de