

Denken in Kategorien

Mädchen lieben rosa, Jungen blau. Ist dieses Stereotyp überholt? Nicht unbedingt. Man muss nur mal Spielzeug oder Anziehsachen für Kinder kaufen gehen, meint Dr. Sylvie Kerger, Dozentin im Fachbereich der Erziehungswissenschaften an der Uni Luxemburg.

Wieso halten sich Stereotype so hartnäckig?

Weil sie uns das Denken erleichtern. Wir müssen uns dann nicht so anstrengen. Wir haben Kategorien im Kopf. Die sind durch unsere Kultur und unsere Erziehung entstanden. Aber wir machen uns auch unsere eigenen Kategorien, je nachdem, was wir erlebt haben. Generell beeinflusst eine Kultur die Kategorien. Als einfaches Beispiel kann man sagen: Rosa ist für Mädchen, blau für Jungen. In unserer Kultur mag das zutreffen, aber in anderen Kulturen überhaupt nicht, da können die Farben ganz anders zugeordnet sein. So wie in vielen Ländern Weiß für Trauer steht und bei uns Schwarz.

Das hört sich an sich nicht so schlimm an. Was macht Stereotype gefährlich?

Menschen, die nicht in ein bestimmtes Schema passen, nicht nur in Bezug auf Farben, sondern auch in Bezug auf Hobbys und Interessen, laufen Gefahr, ausgeschlossen oder belächelt zu werden, nicht zugehörig zu sein. Stereotypen vermitteln, dass es besser ist, sich anzupassen, um nicht zum Außenseiter oder zur Außenseiterin zu werden. Dadurch beeinträchtigen sie die Entwicklung der Persönlichkeit, weil Menschen sich nicht mehr überlegen, was sie interessiert, sondern nur, was gut ankommt und womit sie anderen gefallen.

Das Stereotyp ist dann also eine selbsterfüllende Prophezeiung? Gehört das gängige Vorurteil, dass Mädchen nicht gut in Mathe und Naturwissenschaften sind, dazu?

Ich habe mal eine Studie mit Kindern des fünften Schuljahres durchgeführt. Ich wollte wissen, wie Jungen und Mädchen ihre eigenen Mathematik-Fähigkeiten einschätzen. Gleichzeitig habe ich anhand von Rechentests ihre Fähigkeiten überprüft. Dabei stellte ich fest, dass es keinen Unterschied gab in der mathematischen Leistung von Jungen und Mädchen. Die Mädchen schätzten ihre Fähigkeiten aber generell schlechter ein als sie tatsächlich waren. Die Jungen hingegen überschätzten sich eher. Die Mädchen gaben auch an, mehr Angst vor Mathe zu haben als Jungen. Das Stereotyp hat also gewirkt.

Sie haben gesagt, Stereotype seien oft kulturell bedingt. Woher kommt aber das Stereotyp, dass Mädchen nicht gut in Mathe sind? Und warum glauben Mädchen das?

Das hat sicherlich geschichtliche Ursachen. Mädchen und Frauen haben noch nicht so lange Zugang zu Bildung. Ihnen wurde der Weg dahin lange verwehrt. Stattdessen sollten sie lernen, wie man einen Haushalt führt. Und nicht, wie man rechnet.

Mittlerweile ist die Lebensrealität in Luxemburg eine andere. Allein aus finanziellen Gründen müssen in einer Partnerschaft beide Partner arbeiten gehen. Verändern sich dadurch Stereotypen?

Bestimmt, aber das dauert sehr lange. Wenn man Luxemburg mit Schweden vergleicht, liegen wir sicherlich 30 Jahre hinter den Schweden zurück, wenn es um die Gleichstellung geht. In Luxemburg machen viele junge Frauen bessere Abschlüsse als Männer oder haben eine bessere Ausbildung. Doch wer geht hinterher Teilzeit arbeiten, wenn es Kinder gibt? Die Frauen. Und wer bekommt die Führungspositionen? Die Gesellschaft hierzulande funktioniert noch immer so. Zudem spielt das Gendermarketing eine große Rolle.

Was genau meinen Sie damit?

Beim Besuch in großen Supermärkten sind Spiele für Mädchen und für Jungen ausgeschildert. Viele dieser Spiele ermutigen Kinder dazu, später traditionelle Rollen zu übernehmen. Für Mädchen geht es ums Kümmern, sich Schönmachen und Putzen. Für Jungen geht es um Abenteuer und Entdeckungen. Sogar bei den Legosteinen wird gegendert – nach Farbe der Legosteine, und die Themen sind klar zugeordnet. Früher gab es einfach nur bunte Steine. Wenn man von klein auf in zwei Kategorien denkt, dann hat das sicherlich Auswirkungen auf das spätere Denken. Die Spiele für die Jungen sind oft nach außen gekehrt, sie haben mit Abenteuern zu tun, mit sich Trauen und Mutigsein. Das entspricht vielleicht auch nicht jedem Jungen. Aber die werden auch in ihre Rollen gedrängt.



„Stereotypen vermitteln, dass es besser ist, sich anzupassen.“

Dr. Sylvie Kerger, Uni Luxemburg

Genau das wird doch schon so lange diskutiert. Warum ändert es sich nicht?

Vom Marketing her ist das sehr lukrativ, weil die Leute alles zweimal kaufen, einmal für den Jungen und einmal für das Mädchen. Das zahlt sich natürlich aus. Das ist ja nicht nur beim Spielzeug so, sondern auch bei der Bekleidung. Man sieht in den Läden auf den ersten Blick, für wen die Sachen gemacht sind. Auch die Beschriftung auf Pullis oder T-Shirts ist eindeutig: Für Mädchen liest man da zum Beispiel „love“ oder „pretty“, oft in Glitzerschrift, für Jungen eher „adventure“ oder „action“.

Man muss da ja nicht mitmachen...

Wer da nicht mitmacht, fällt aus dem Rahmen. Das kann für Mädchen sogar noch einfacher sein als für Jungen. Wenn Jungen nicht dem Bild entsprechen, werden sie gleich als anormal bezeichnet. Mädchen, die sich wie ein Junge verhalten, gelten eher als cool. Aber warum ist das so? Weil die männlichen Stereotypen auch die angeseheneren sind.

Welche Rolle spielt die Sprache?

Im Englischen zum Beispiel benutzt man das Wort „teacher“ für Männer und Frauen. Im Luxemburgischen

und im Deutschen gibt es jeweils zwei Wörter, Lehrer und Lehrerin. Sehr oft hört man im Alltag auch nur die männliche Form der Berufe: „Ech gi bei den Dokter“ anstatt „Ech gi bei d'Doktesch“. Es sei denn, es handelt sich um Berufe, die mehrheitlich von Frauen ausgeübt werden, dann spricht man von der Krankenschwester oder der Putzfrau. So prägt die Sprache unsere Vorstellungen und die Stereotypen leben weiter.

Sollte man im Umgang mit Kindern besonders auf diese Stereotypen achten?

Unbedingt. Wenn man Kinder auffordert: „Malt einen Forscher oder einen Arzt“, dann malen die in den meisten Fällen einen Mann, weil sie nicht verstehen, dass damit auch eine Frau gemeint sein könnte. Auch Erwachsene haben Schwierigkeiten mit dem generischen Maskulinum. Studien zeigen, dass auch sie nachdenken müssen, welche Personen damit gemeint sein könnten. Da muss es mehr Sensibilisierung geben bei jedem, der mit Kindern arbeitet. Bei Erziehern und Erzieherinnen, beim Lehrpersonal. Auch die Medien müssten sich Richtlinien geben, um mit der Sprache keine Personen auszuschließen, weder Frauen, Männer noch Personen, die sich keinem Geschlecht zuordnen. \

Text: Heike Bucher \ Foto: Uni Luxemburg