

„Mädchenmode“ und „Jungenmode“

Modeschau nach unserem Geschmack!

Erika Grossmann
Universität Szeged, Ungarn

Teil 1: Praktische Handlungsanleitung und didaktisches Vorgehen

Hintergrund und Schlüsselbegriffe:

Sowohl Jungen als auch Mädchen sind mehr als je zuvor verschiedenen Massenmedien mit Konsumangeboten ausgesetzt. Die Anbieterfirmen sind sich darüber vollkommen im Klaren, dass immer jüngere Kinder an der Konsumgesellschaft aktiv teilnehmen und somit auch Aspekte der *Mode* und *Marken, Brands, Labels* stark bei ihren Attitüden berücksichtigen. In dieser Hinsicht vollziehen Kinder und Jugendliche all das nach, was die Erwachsenen für sich als wichtig halten.

Nicht nur eine Frage des Konsums sondern auch der Pädagogik ist es, „wie Kinder entscheiden, was sie anziehen und wie sie aussehen wollen. Von einem bestimmten Alter an sind die Entscheide ebenso der Mode überlassen wie die Kleidungsentscheide von Erwachsenen“ (Oelkers 2005/a). MESSNER (2000) betont zugleich, dass die Diskrepanz zwischen den Geschlechtern in Hinsicht auf den Kindheits- und Jugendkonsum genauso besteht wie bei Erwachsenen, denn Barbies und Lego-Transformer interessieren Mädchen und Jungen keinesfalls gleich, sondern eben ganz entgegengesetzt.

Schlüsselbegriffe:

Mode für Jungen; Mode für Mädchen; genderspezifische Kriterien für die Wahl von Kleidungsstücken; Kleidermode; Marken, Brands, Labels; Konsumverhalten von Kindern.

Angrenzende Themenbereiche:

Einfluss der Medien; Reflexion über eigene Kaufentscheidungen; Selbsteinschätzung.

Materialien:

- Arbeitsblatt 1, Arbeitsblatt 2: Collage „Mädchenmode“ und „Jungenmode“ erstellen;
- Raster zum Arbeitsblatt 1 und 2;
- Photos zum Arbeitsblatt 2;
- Schablone zum Arbeitsblatt 1 und 2;
- Internetzugang und Druckmöglichkeit (pro Gruppe einen Computer);
- Großes Packpapier oder Karton für eine Collage;
- Filzstifte;
- Schere, Klebstoff, BlueTack.

Dauer:

1 bis 2 Stunden

Gruppengröße:

- durchführbar in jeder Klassengröße (mit kleineren, homogenen Gruppen von je 3 bis 4 Schülern)

Alter:

- ab ca. 8 Jahren (2. Schulstufe);
- Einsetzbar im Klassenunterricht (z.B. Muttersprachenunterricht, Fremdsprachenunterricht, Sach- und Werkunterricht, Kunst, Medienerziehung usw.), Nachmittagsbetreuung, Jugendarbeit, Projektarbeit.

Ziele:

- Förderung der Kommunikation (Feedback ausdrücken);
- Förderung des mündlichen Ausdrucks (freie, subjektive Meinungsäußerung);
- Förderung der Selbstsicherheit;
- Hypothesen, Antizipationen formulieren (typisch „Mädchenmode“, typisch „Jungenmode“, was ist „typisch“);
- Förderung der sozialen Kompetenz (Arbeit in Gruppen, Konsens finden);
- Abbau von Klischees (typisch für Mädchen, typisch für Jungen);
- Mit Stereotypen arbeiten (Stereotype abbauen).

Kurzbeschreibung:

In homogenen Kleingruppen sammeln die Kinder auf verschiedenen Internetseiten modische Kleidungsstücke für Mädchen und Jungen und erstellen eine Collage. Anschließend vergleichen sie ihre Ergebnisse anhand eines Rasters.

Ablauf (wichtig: Internetzugang und Druckmöglichkeit erforderlich!):

1. Die Kinder bilden homogene Gruppen von 3 bis 4 Teilnehmern nach Wahl.
2. Aus dem Internet (Internetzugang für je eine Gruppe) suchen sie nach Internetseiten, die verschiedene modische Kleidungsstücke für Mädchen und Jungen mit Abbildungen und Photos anbieten. (Zum Beispiel: OTTO-Katalog <http://www.otto.de>, → KINDER → MÄDCHEN Größe 92-188 oder JUNGEN Größe 92-188.)
3. Sie schauen die Photos an und diskutieren in der Gruppe, welche ihnen gefallen. Sie wählen anschließend ca. 10 bis 12 Kleidungsstücke, Accessoires für Mädchen und auch Jungen aus. Sie sollten eine komplette „Ausstattung“ aus folgenden Produkten zusammenstellen: **Accessoires, Festmode, Hosen, Jacken & Co., Pullover & Strickjacken, Röcke & Kleider, Schuhe, Shirts & Sweats.**
4. Die Photos werden ausgedruckt, ausgeschnitten und auf die beiden Collagen mit dem Titel „Mädchenmode“ und „Jungenmode“ geklebt. Die Kinder können die beiden Schablonen (Junge und Mädchen) verwenden und die Collagen auch nach Lust und Laune dekorieren. **(Übung 1)**
5. Die Collagen der Gruppen werden an der Wand befestigt und miteinander verglichen. Die Kinder machen anhand des Rasters deutlich, wie die Kleidungsstücke für Jungen/Mädchen aussehen und welche Farben typisch sind. **(Übung 2)**
6. Im Plenum werden die Ergebnisse (Unterschiede und Ähnlichkeiten der Mädchen- und Jungenmode) anhand der Impulse der Lehrperson (siehe Reflexion) gemeinsam diskutiert.

Reflexion:

Im Plenum können die Ergebnisse auf den Collagen und in den Rastern nach folgenden Aspekten und Impulsen diskutiert werden. Die Lehrperson kann die Diskussion darauf

fokussieren, dass die Kinder genderspezifische Unterschiede/Ähnlichkeiten, Gemeinsamkeiten spontan feststellen.

- Welche Kleidungsstücke können sowohl Mädchen als auch Jungen tragen?
- Was können *nur* Mädchen oder *nur* Jungen tragen? Warum?
- Welche Kleidungsstücke/Farben/Designs sind typisch für Mädchen oder Jungen?
- Gibt es auch „altersbedingte“ Kleidungsstücke? Welche sind diese?
- Welche Kleidungsstücke gefallen euch am besten? Haben auch die anderen Gruppen ähnlich entschieden?
- Was meint ihr, welche Kleidungsstücke würden euch persönlich gut stehen und welche nicht? Warum?
- Beeinflusst eure Kleiderwahl, was eure Freunde sagen? Wenn ja, wie genau?
- Was sind eure Lieblingskleidungsstücke? Worin fühlt ihr euch am wohlsten?
- Was findet ihr unmodisch? Begründet eure Antwort.
- Welche Marken sind besonders populär für Mädchen/Jungen?

Variationen (Weiterführung):

Vorschlag 1:

Wenn kein Internet zur Verfügung steht oder die Kinder aus anderen Gründen ohne Computer arbeiten sollten, kann Arbeitsblatt 2 verwendet werden, wor zahlreiche Photos von Kleidungsstücken abgebildet sind. Die Kinder selektieren aus diesen Photos und erstellen ihre beiden Collagen. (Diese Variation nimmt weniger Zeit in Anspruch und kann evtl. auch mit jüngeren Kindern realisiert werden.)

Vorschlag 2a:

Die Kinder werden gebeten, ihre Lieblingskleidungsstücke und Accessoires (Tasche, Gürtel, Geldbeutel, Schlüsselanhänger, Schmuck, Sonnenbrille, Sportzubehör usw.) an einem im voraus festgesetzten Tag anzuziehen und stellen diese im Plenum vor. Anhand der Fragen in der Reflexion kann auch in diesem Fall Feedback gegeben.

Vorschlag 2b:

Wie Vorschlag 2a, jedoch wird die Präsentation in Partnerarbeit durchgeführt. Die Kinder können einander Fragen stellen und haben somit die Möglichkeit, einander besser bzw. aus einer anderen Perspektive kennen zu lernen. (In Partnerarbeit können sie einander auch Feedback geben, ob und warum ihnen die Kleidung des anderen Kindes gefällt.)

Teil 2: Theoretische Hintergrundinformationen

Im *alltäglichen* Gebrauch bezeichnet der Begriff ‚Mode‘ „die in einem bestimmten Zeitraum und einer bestimmten Gruppe von Menschen als zeitgemäß geltende Art, bestimmte Dinge zu tun, Dinge zu benutzen“ (vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Mode>). Da sich Mode infolge der gesellschaftlichen Prozesse ständig ändert, verbindet man damit kurzfristig gültige Phänomene, so auch die *Kleidermode*. Mode bringt neue Verhaltens- und Denkmuster und Wertungen mit sich, die entweder als Möglichkeiten oder als obligatorische Muster erscheinen.

Die *soziologische* Definition hebt die *Normierung*, den Wunsch nach der *Zugehörigkeit* des Individuums zu einer bestimmten, von uns anzustrebenden gesellschaftlichen Schicht, zu einer größeren Gruppe hervor (vgl. Lehnert 1998 und <http://de.wikipedia.org/wiki/Mode>, <http://de.wikipedia.org/wiki/Kleidermode>). Der Begriff ‚Mode‘ impliziert auch eine ästhetische Konnotation, denn sich modisch zu kleiden bedeutet zugleich ‚Schönheit‘. Die Funktion der Kleidungsstücke geht demnach über die Funktion von Kleidung als Gebrauchsgegenstand (Schutz des Körpers) weit hinaus. Mit dem Tragen von modischen Kleidungsstücken wird nach LEHNERT (1998) über das Ästhetische hinaus noch viel mehr ausgedrückt:

- man will sich entweder konform verhalten, d.h. sich der Mehrheit anpassen;
- oder gerade durch etwas Neues, noch nicht Bekanntes auffallen;
- mit Labels, Brands und Marken die Zugehörigkeit zu einem gesellschaftlich (hohen) Status zum Ausdruck bringen;
- einfach imponieren;
- die Selbstsicherheit zum Ausdruck bringen;
- oder gerade die Unsicherheit vertuschen usw. (vgl. König 1982).

Das psychologische Verhalten im Bezug auf Kleidermode ist auch nach SIMMEL (1973) einerseits mit Nachahmen und andererseits mit dem Wunsch verbunden, sich von der Mehrheit und von der Masse zu distanzieren und sich als „etwas Besonderes“ abzusondern.

Geschichtlich gesehen erlebte die Mode in Europa in den 1960er Jahren eine erste, drastische Änderung: der kulturelle Konflikt brach mit den traditionellen Funktionen und Verbreitungsmethoden der Mode; das Vorbild bildeten nicht mehr einzig und allein die französischen „Modediktatoren“ und die reichen Pariser Damen, sondern plötzlich wird die Vielfältigkeit und zugleich Individualität in der Mode ausschlaggebend. Die Rolle der *Jugend* erhält eine wichtige Funktion: sie wird zum Schöpfer der Mode und zugleich nimmt sie aktiv an den gesellschaftlich-politischen Änderungen teil (vgl. Zsolt 2003). ZSOLT (2003) betont weiter, dass in den 1960er und 1970er Jahren die Jugend ihre Freiheit, ihre Protestgefühle und die Revolte gegen das „anciéne regime“ (Protest gegen den Krieg in Vietnam, 1968er Studentenbewegungen, sexuelle Revolution usw.) mit Hilfe ihrer Kleidungsstücke und der Musik ausdrücken wollte. Hier erscheinen immer mehr die so genannten Unisex-Kleider, sodass die Genderunterschiede in der Kleidung zu dieser Zeit in den Hintergrund gedrängt wurden.

Die 1980er und 1990er Jahre bedeuten eine viel friedlichere Epoche in der Kleidermode der Jugend: man will nicht mehr durch Kleider „revoltieren“ und „protestieren“; es existieren mehrere, parallele Modetrends nebeneinander, die weitgehend aus den Moderichtungen der früheren Jahre schöpfen. Die heutigen Subkulturen wiederum spiegeln meistens lediglich eine musikalische Präferenz wider, was zugleich mit einem einheitlichen Bekleidungsstil verknüpft ist.

Was sich in den vergangenen Jahren in Bezug auf die Frage der Mode jedoch grundlegend geändert hat, ist die Tatsache, dass immer mehr die *Kinder* als Kunden der Kleidermode entdeckt wurden. Die Kommerzialisierung ist so weit gekommen, dass die amerikanische Autorin Juliet SCHOR (2004) sogar davon spricht, Kinder seien zum Kaufen geboren („Born to Buy“). Deutsche Studien haben in diesem Kontext nachgewiesen (vgl. Oelkers 2005a), dass im Jahre 2003 die Kinder zwischen 6 bis 13 Jahren jährlich über mehr als 5,6 Milliarden Euro (Taschengeld, Geldgeschenke) frei verfügen. Kein Wunder also, dass die Kinder zu einer wichtigen Konsum-Zielgruppe geworden sind! Fast 70 Prozent der Befragten können selber entscheiden, wie sie sich kleiden. „Die Kinder lernen (...), dass Konsum glücklich macht, und sie werden fixiert auf Marken, die mit Prestige verbunden werden. Dieses Lernmilieu hat Folgen: 70 Prozent der Kinder und Jugendlichen geben an, dass ihnen Aussehen wichtiger ist als Charakter, und Mode bedeutet ihnen fast so viel wie die eigene Familie“ (vgl. Oelkers 2005/a).

Neben der Tatsache, dass Kinder und Jugendliche auf Mode „fixiert“ sind und die Medien sich immer drastischer auf sie konzentrieren (zum Beispiel in Form von gezielten Werbungen), betont OELKERS (2005/b), dass die geschlechts- und genderspezifische Unterschiede in den Werbungen zwar klar zur Geltung kommen, doch in der Erziehung und im Unterricht fast völlig ignoriert werden. Erziehung ist überhaupt nicht mehr gleichzusetzen mit dem primären Einfluss der Bezugspersonen (Familie, Lehrpersonen), wie aus den obigen Studien zu erfahren ist. OELKERS (2005/a, 2005/b) droht jedoch keinesfalls mit „Wertezerfall“ oder „Wohlstandver-wahrlosung“: vielmehr betont er die Wichtigkeit jener Strategien, welche sich die Kinder und Jugendlichen aneignen müssen, um mit Konsumangeboten konsequent umgehen zu können. Die Kinder müssen einfach

nur *mehr* Medien und Dimensionen der Erfahrung unterscheiden und lernen, sich darin zurechtzufinden. Alltäglicher Konsum und die Frage der Mode ist demnach nicht einfach eine negative „Verführung,“ der man ausweichen sollte, sondern ein Problemfeld, das Kinder lernen müssen zu begrenzen. Eine weitere Herausforderung besteht nach OELKERS (2005/b) darin, in diesem Lernprozess auch die geschlechts- und genderspezifischen Unterschiede wahrzunehmen und zu realisieren.

Literatur- und Quellenverzeichnis:

- Dömök, Szilvia; Sárvári, Tünde: „... aber du bist doch ein Mädchen!“. Kreative Kommunikation. Unterrichtsmodule für 10-13-Jährige Schüler. Budapest: SuliNova Kiadó. Manuskript für Schulen
- König, René: Divat és antidivat. {Mode und Antimode.} In: Klaniczay, Gábor – S. Nagy, Katalin (szerk.) (1982): Divatszociológia. {Soziologie der Mode.} Budapest: Tömegkommunikációs Kutatóközpont
- Lehnert, Gertrud (1998): Mode. Schnellkurs. Hamburg: DuMont Taschenbuch-Verlag.
- Messner, M.A.: Barbie Girl versus Sea Monsters: Children Constructing Gender. In: Gender & Society Vol. 14, No. 6 (2000), pp. 765-784
- Oelkers, Jürgen (2005/a): Eine pädagogische Reise von unseren Grosseltern zu unseren Kindern und zu uns. Vortrag in der Veranstaltungsreihe „Wertvolle Kinder“ am 10. Mai 2005 im Kinderdorf Bregenz
http://www.paed.uzh.ch/ap/downloads/oelkers/Vortraege/188_Bregenz2.pdf (abgerufen am 17. Oktober 2008)
- Oelkers, Jürgen (2005/b): Der kleine Unterschied: Verschiedene Geschlechter - gleiche Erziehung? Vortrag in der „Elternrunde“ Wettingen am 8. März 2005 in der Aula der Heilpädagogischen Schule Wettingen
http://www.paed.uzh.ch/ap/downloads/oelkers/Vortraege/179_WettingenEltern.pdf (abgerufen am 17. Oktober 2008)
- Schor, Juliet B. (2004): Born to Buy. The Commercialized Child and the New Consumer Culture. New York: Scribners
- Simmel, Georg (1973): A divat. {Die Mode.} In: Válogatott társadalomelméleti tanulmányok. {Ausgewählte gesellschaftstheoretische Aufsätze.} Budapest: Gondolat Kiadó. S. 473–507
- Zsolt, Péter (2003): A divat és jelentősége az elmúlt ötven év magyar társadalmában. {Die Mode und ihre Bedeutung in den vergangenen 50 Jahren der ungarischen Gesellschaft.} In: <http://szochalo.hu/hireink/article/100449/3218/page/1/>, (abgerufen am 11. Oktober 2008)
<http://de.wikipedia.org/wiki/Mode> (abgerufen am 11. Oktober 2008)
<http://de.wikipedia.org/wiki/Kleidermode> (abgerufen am 11. Oktober 2008)

Arbeitsblatt 1:

Übung 1:

Bildet eine Gruppe von Mädchen bzw. Jungen mit je 3 bis 4 Teilnehmern. Geht ins Internet und sucht dort nach Seiten, die verschiedene modische Kleidungsstücke für Mädchen und Jungen mit Bildern, Photos anbieten. (Zum Beispiel: OTTO-Katalog <http://www.otto.de>, → KINDER → MÄDCHEN Größe 92-188 oder JINGEN Größe 92-188).

Wählt aus folgenden Produkten aus und versucht eine komplette „Ausstattung“ zusammenzustellen:

Accessoires, Festmode, Hosen, Jacken & Co., Pullover & Strickjacken, Röcke & Kleider, Schuhe, Shirts & Sweats.

Schaut euch die Photos ausführlich an und diskutiert in der Gruppe, welche euch für Mädchen bzw. Jungen gefallen. Wählt anschließend ca. 10 bis 12 Kleidungsstücke für Mädchen und Jungen aus. Druckt die Photos aus, schneidet sie aus und klebt sie auf eure beiden Collagen mit dem Titel „Mädchenmode“ und „Jungenmode“. Ihr könnt die beiden Schablonen verwenden und die Collagen auch nach Lust und Laune dekorieren.

Übung 2:

Wenn ihr fertig seid, befestigt eure beiden Collagen mit BlueTack an der Wand und vergleicht „Jungenmode“ und „Mädchenmode“ mit den Collagen der anderen Gruppen. Tragt in das folgende Raster ein, wie die Kleidungsstücke für Jungen/Mädchen aussehen und welche Farben typisch sind.

Übung 3:

Diskutiert im Plenum eure Ergebnisse (Raster) mit den anderen Gruppen. Welche Unterschiede gibt es zwischen den Kleidungsstücken für Mädchen und Jungen? Was ist ähnlich? Welche Kleidungsstücke gefallen euch besonders? Warum? Was findet ihr unmodisch? Begründet eure Antworten.

Gibt es typische Kleidungsstücke/Farben/Designs für Mädchen/Jungen? Welche sind das? Welche Marken sind besonders populär für Mädchen/Jungen?

Arbeitsblatt 2:

Übung 1:

Schaut euch die folgenden Photos ausführlich an und diskutiert in der Gruppe, welche euch für Mädchen bzw. Jungen gefallen. Wählt anschließend ca. 10 bis 12 modische Kleidungsstücke für Mädchen und Jungen aus. Schneidet die Photos aus und klebt sie auf eure beiden Collagen mit dem Titel „Mädchenmode“ und „Jungenmode“. Ihr könnt die beiden Schablonen verwenden und die Collagen auch nach Lust und Laune dekorieren.

Wählt aus folgenden Produkten aus und versucht eine komplette „Ausstattung“ zusammenzustellen:

Accessoires, Festmode, Hosen, Jacken & Co., Pullover & Strickjacken, Röcke & Kleider, Schuhe, Shirts & Sweats.

Übung 2:

Wenn ihr fertig seid, befestigt eure beiden Collagen mit BlueTack an der Wand und vergleicht „Jungenmode“ und „Mädchenmode“ mit den Collagen der anderen Gruppen. Tragt in das folgende **Raster ein**, wie die Kleidungsstücke für Jungen/Mädchen aussehen und welche Farben typisch sind. Ihr könnt auch die Aufschriften der Kleidungsstücke und der Accessoires, sowie die Marken in das Raster eintragen.

Übung 3:

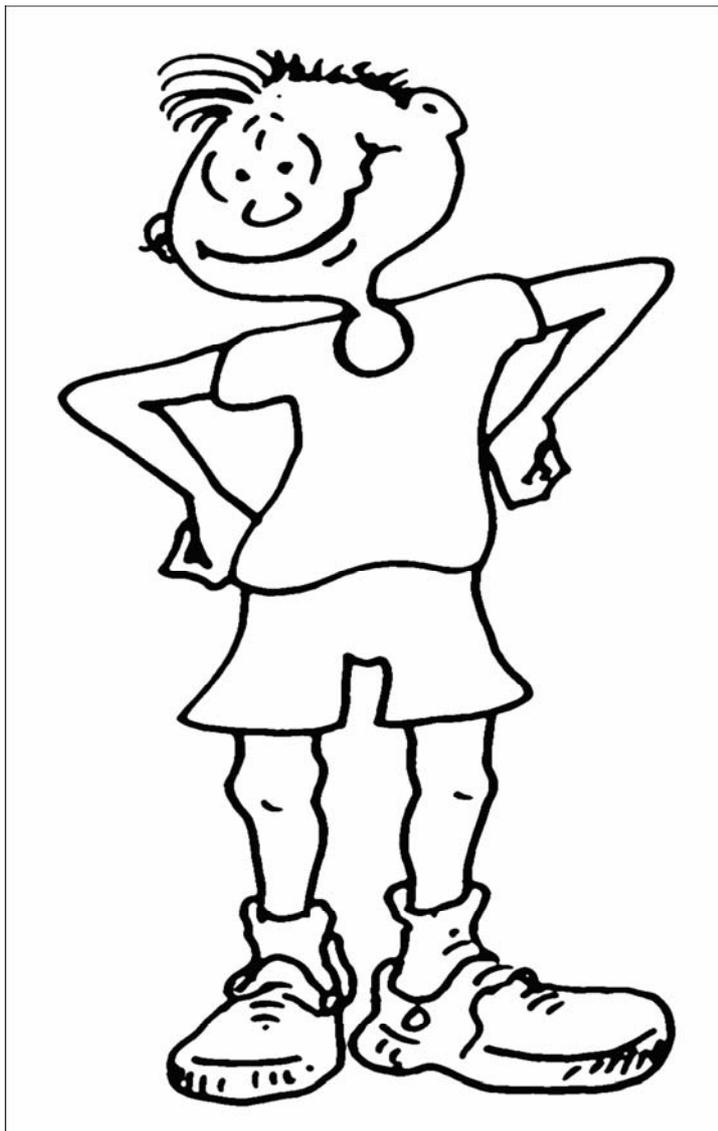
Diskutiert im Plenum eure Ergebnisse auf den Rastern mit den anderen Gruppen. Welche Unterschiede gibt es zwischen den Kleidungsstücken für Mädchen und Jungen? Was ist ähnlich? Welche Kleidungsstücke gefallen euch besonders? Warum? Was findet ihr unmodisch? Begründet eure Antworten.

Gibt es typische Kleidungsstücke/Farben/Designs für Mädchen/Jungen? Welche sind das? Welche Marken sind besonders populär für Mädchen/Jungen?

„Mädchenmode“



"Jungenmode"



Raster zum Arbeitsblatt 1 und 2, Übung 3:

<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> "Mädchenmode" "Jungenmode" </div> <div style="text-align: center; color: green; font-weight: bold; text-decoration: underline;">im Vergleich</div>		
	für Mädchen	für Jungen
Accessoires		
Festmode		
Hosen		
Jacken & Co.		
Pullover & Strickjacken		
Röcke & Kleider		
Schuhe		
Shirts & Sweats		