

## Methodenkarte Tik Tok

### Erstellung einer medienpädagogischen Einheit zum Thema Sexualisierung/Hypersexualisierung:

#### Wahrnehmung von Jugendlichen:

In einer Studie von Maria Götz und Anja Eckhardt Rodriguez ergab sich die Fragenstellung, ob mit dem ständigen Sehen der Objektifizierung von Sängerinnen die einhergehende Hypersexualisierung als normal und selbstbestimmt wahrgenommen wird. Die Studien

#### Fazit:

Daran schließt sich die pädagogische Frage an, wie sich eine Sensibilität schaffen lässt, damit die Jugendlichen die Selbstsexualisierung von Frauen und die Geschlechterhierarchie als eine solche erkennen können. Jugendlichen sind bei dieser Thematik nicht nur die Informaten/Informatinnen sondern sollten die Chance erhalten diese Stereotypen zu durchdringen. Entsprechend muss ein methodisch geschickter Weg gewählt werden, um Jugendlichen die Kompetenzen zur Dechiffrierung der Bedeutung hinter der Geschlechterdarstellung in Musikvideos zu vermitteln, ohne dass sie sich direkt bezüglich ihrer eigenen Ideale und ihres Doing-Gender gegängelt fühlen. In der Einheit wurde daher nicht versucht, Stereotype, Hypersexualisierung und Geschlechterverhältnisse direkt zu kritisieren. Der gewählte methodische Weg führte über die Bewusstmachung der Zeichenhaftigkeit von nonverbaler Kommunikation und ihrer impliziten Bedeutung. Nach einer kleinen Einführung in die Zeichenlehre wurde anhand eigener Körpererfahrungen von nonverbaler Kommunikation im Sitzen, Stehen und mit Mimik (fester Stand, breitbeiniger Sitz vs. verdrehte, laszive Körperhaltung, übergeschlagene Beine, verletzlich schmeichelnde Mimik) die typische (Selbst-) Inszenierung von Geschlechtern humorvoll bewusst gemacht. Ein Informationsblatt mit entsprechenden Fotos verdeutlichte und sicherte noch einmal die Erkenntnisse. In Partnerarbeit interpretierten die Schüler\*innen anschließend einige Standbilder aus Musikvideos hinsichtlich ihrer zeichenhaften Bedeutung. So gut wie keine/r erkannte die angelegte Hierarchisierung. Eine theoretische Sensibilisierung in Bezug auf die Bedeutung körpersprachlicher Inszenierung reicht also nicht, um eine sofortige Übertragung des Wissens zu ermöglichen. Anschließend wurden die Schüler\*innen dann in Gruppenarbeit zu Forschenden. Anhand eines entsprechenden Analyseschemas, einer stark verkürzten und vereinfachten Form der Medienanalyse (Abb. 7), Musikvideos inszenieren Frauen oft hochgradig sexualisiert und dem Mann untergeordnet und machen sie zum entindividualisierten sexualisierten Objekt, vor allem durch die Kleidung und eine Kameraperspektive, in welcher der weibliche Körper zerstückelt wird. Während sich die Macht des Mannes in Status, Geld und Besitz ausdrückt, beschränkt sich die Macht der Frau meist darauf, ihm zu gefallen, ihn zu verführen und eventuell dann doch abzuweisen. Hierhinter stehen eine deutliche Hierarchisierung und Klischees von Geschlechterverhältnissen, die einer Gleichstellung oder Gleichberechtigung von Mann und Frau eindeutig entgegenlaufen. Zudem negieren die durchgehend heterosexuellen Inszenierungen die Realität mit vielfältigen Geschlechteridentitäten und sexuellen Orientierungen und bestärken einschränkende Geschlechterrollen. Jugendliche nehmen die sexualisierte Körperdarstellung zum Teil wahr, einige Jungen konnotieren diese zum Teil positiv wertschätzend, einige Mädchen sehen sie ausgesprochen kritisch. Explizit danach gefragt sehen Jugendliche, insbesondere die jüngeren und die weniger bildungsorientierten, es als »normal« an, dass Frauen sich in Musikvideos sexualisieren. Sie verwechseln Sexualisierung mit Stärke und Macht, folgen also den in den Musikvideos angelegten Deutungsmustern, ohne dass sie die Chance haben, dies im Abgleich mit der gesellschaftlichen und politischen Realität im Sinne der Gleichstellung infrage zu stellen. Sie haben ein idealisiertes Bild vom Produkt Musikvideo als selbstbestimmter Ausdruck eines Künstlers bzw. einer Künstlerin, die sie dann wiederum als Vorbild für das ideale Sein und Aussehen von Frauen und Männern nehmen. Diese Selbstsexualisierung und die Idee der Verführung des Mannes als (mehr oder minder einzige) Macht der Frau ist dabei nicht nur ein

Rückschritt hinsichtlich der Gleichberechtigung der Geschlechter, es begrenzt die Jugendlichen in vieler Weise in ihrer Identitätsentwicklung. Hier besteht ein dringender Bedarf an Einheiten zur Förderung der Medienkompetenz. Ein möglicher Ansatzpunkt ist die Sensibilisierung im Bereich zeichenhafte Bedeutung von Bildern und nonverbale Kommunikation, wodurch Schüler\*innen als aktiv Forschende die Inszenierung von Frauen und Männern selbst entdecken können. Diese Einheit kann zumindest die Grundlage dafür schaffen, die hochgradig stereotypen Darstellungen, wie sie von der Musikindustrie in Musikvideos inszeniert werden, zu erkennen und damit in den Bereich des Bewussten zu holen. Dies kann aber nur ein erster Schritt sein, der durch Einheiten, z.B. zum Thema Musikindustrie sowie zur hetero- und homosexuellen Attraktivität und Partner\*innensuche etc., ergänzt werden sollte. Denn Jugendliche brauchen insbesondere im Bereich von Geschlechterstereotypen mehr kritische Medienkompetenz und Gegenbilder, um sich, ihren Körper und ihre Sexualität selbstbestimmt entwickeln zu können.

(vgl. Götz; Eckhardt Rodriguez 2019, S.6-8)

Eine solche medienpädagogische Einheit ist sehr gut zu Tik Tok zu transferieren, vor allem da es sich um kleine Musikabschnitte handelt, die als Grundlage genutzt werden für die Clips.

### **Quelle:**

Götz, M./ Eckhardt Rodriguez, A. (2019): *I Want you to ruin my life - Geschlechterdarstellung in Musikvideos*. *Television digital*, 2019/1, Forschung S.1 - 8

### **Weitere Ideen für eine medienpädagogische Einheit:**

[https://lehrerweb.wien/praxis/praxis-ideen/?tx\\_wibsideas\\_idea%5Buid%5D=76&tx\\_wibsideas\\_idea%5Baction%5D=show&cHash=47a82e2b0b01efbd978fe0bef95ca7c5](https://lehrerweb.wien/praxis/praxis-ideen/?tx_wibsideas_idea%5Buid%5D=76&tx_wibsideas_idea%5Baction%5D=show&cHash=47a82e2b0b01efbd978fe0bef95ca7c5)