

Aus:

TANJA MAIER, MARTINA THIELE, CHRISTINE LINKE (Hg.)
Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht in Bewegung
Forschungsperspektiven der kommunikations- und
medienwissenschaftlichen Geschlechterforschung

September 2012, 216 Seiten, kart., zahlr. Abb., 28,80 €, ISBN 978-3-8376-1917-1

Eine nach wie vor aktuelle Frage der Kommunikations- und Medienwissenschaft lautet: Welche Relevanz hat Geschlechterwissen für die Konzeption von Öffentlichkeiten sowie für das Verständnis von Medien und deren Gebrauch?

Insbesondere die permanenten Wandlungsprozesse in den Bereichen von Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht fordern diese Diskussion stets von Neuem heraus. Ziel dieses Bandes ist es, die vielfältigen Verschränkungen von Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht aufzugreifen und sie theoretisch und methodisch zu erfassen. Die Beiträge leisten eine kritische Reflexion der theoretischen und empirischen Leistungen der Gender Media Studies unter Bedingungen des aktuellen Gesellschafts- und Medienwandels.

Tanja Maier (Dr. phil.) ist wissenschaftliche Mitarbeiterin auf einer Post-Doc-Stelle am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienkultur der Leuphana Universität Lüneburg.

Martina Thiele (Dr. pol.) ist Assistenz-Professorin am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg. **Christine Linke** (Dr. phil.) ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

www.transcript-verlag.de/ts1917/ts1917.php

Inhalt

Vorwort7

**Zur Produktivität einer Verbindung von Medien,
Öffentlichkeit und Geschlecht**9
Martina Thiele, Tanja Maier & Christine Linke

THEORIEN HERAUSFORDERN

Gender, Globalization and the Politics of Visibility19
Radha Sarma Hegde

**(Un-)Möglichkeiten kritischer Geschlechtertheorie
und -politik: Öffentliche Kontroversen**27
Tanja Thomas

**Öffentlichkeiten in Bewegung?
Das Internet als Herausforderung für
feministische Öffentlichkeitstheorien**51
Elisabeth Klaus & Ricarda Drüeke

**In Bewegung – Überlegungen zu einem affektiv-
performativen Zugang in den Gender Media Studies**71
Brigitte Hipfl

METHODEN REFLEKTIEREN

**Gender – Methodologische Überlegungen
zu den Tücken einer Kategorie**81
Susanne Kinnebrock, Eva Dickmeis & Sarah Stommel

Geschlecht und Ethnizität in audiovisuellen Medien. Methodologische und methodische Herausforderungen intersektionaler Medieninhaltsanalyse	99
<i>Margreth Lünenborg, Christine Linke, Lisa Konrad, Katharina Fritsche & Stefan Flecke</i>	

„Voll die Pose“. Zur (De-)Konstruktion von Geschlechterdifferenzen in der journalistischen Bildberichterstattung und deren Aneignung durch junge Rezipientinnen und Rezipienten	115
<i>Elke Grittmann & Kathrin Friederike Müller</i>	

DISKURSE BEWEGEN

Bewegungsöffentlichkeiten, mediale Selbst-Aktivierung und Geschlecht. Die Studierendenproteste in Wien 2009	143
<i>Monika Bernold</i>	

Maskulinismus im Internet	163
<i>Laura Gruber</i>	

WISSEN MOBILISIEREN

Wie Öffentlichkeit für die kommunikationswissen- schaftlichen Gender Studies herstellen? Überlegungen zur Kanonisierung	177
<i>Martina Thiele, Elisabeth Klaus & Claudia Riesmeyer</i>	

Wissensproduktion ‚On The Run‘. Über die (Un-)Möglichkeiten mobiler Forschung und Forscherinnenkarrieren	193
<i>Elfriede Fürsich & Margreth Lünenborg</i>	

Die Autor_innen	209
------------------------------	-----

Vorwort

Der vorliegende Band verfolgt das Ziel, einen aktuellen Einblick in die kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung zu Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht zu geben. Jeder einzelne Forschungsbereich, aber auch das Verhältnis der drei zueinander, ist ‚in Bewegung‘. Was sich verändert hat und wohin sich die Forschung entwickeln wird, ‚bewegte‘ Mitglieder und Gäste der Fachgruppe ‚Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht‘ der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) während ihrer Jahrestagung im September 2010 an der Freien Universität Berlin. Die Beiträge und Diskussionen, die dort zusammentrafen, bilden die Grundlage des Bandes, dessen Entstehung nicht zuletzt durch die positiven Rückmeldungen zur Tagung und zur Arbeit der Fachgruppe angeregt worden ist.

Die Idee zur Tagung, nämlich zu diskutieren, welche Relevanz geschlechtertheoretisches Wissen für die Konzeption von Öffentlichkeit und das Verständnis von Medien liefern kann, hatten Tanja Maier, Annika Bach und Margreth Lünenborg. Damit griffen sie Fragen auf, die innerhalb der Fachgruppe schon bei früheren Treffen zu recht unterschiedlichen Stellungnahmen geführt hatten. An erster Stelle gilt unser Dank daher den Kolleg_innen, deren Überlegungen und Gedanken an vielen Stellen in die Konzeption dieses Bandes eingeflossen sind. Die Konkretisierung der Ideen und die Organisation der Tagung fanden größtenteils an der Arbeitsstelle Journalistik der Freien Universität Berlin statt. Wir danken besonders Katharina Fritsche, Lisa Konrad und Saskia Sell, die somit einen weiteren Grundstein für die vorliegende Publikation gelegt haben. Margreth Lünenborg als Leiterin der Arbeitsstelle hat zudem dafür gesorgt, dass die Finanzierung der Tagung gesichert ist und genügend finanzielle wie personelle Ressourcen zur Verfügung stehen, um der Tagung diesen Band folgen lassen zu können. Dafür möchten wir ihr und auch unseren Sponsorinnen ganz herzlich danken! Ohne die Mittel der Freien Universität Berlin, die der Gleichstellung und Geschlechterforschung gewidmet sind, wären Tagung und Buch nicht möglich gewesen.

Die finanzielle Unterstützung durch das Center for International Cooperation (CIC) hat zudem erlaubt, mit Radha S. Hegde eine New Yorker Kollegin und renommierte Gender-Forscherin einzuladen. Wir danken ihr und allen anderen Autor_innen für ihre Beiträge, außerdem für ihre Bereitschaft zur Diskussion, für ihre Sorgfalt und Geduld.

Ein Buchprojekt kann nur realisiert werden mit vielfältiger Hilfe und Unterstützung. Stefan Flecke hat mit großer Sorgfalt die Texte korrigiert und die finale Druckvorlage gestaltet. Ihm danken wir für seinen kritischen Blick, seine Kreativität und Problemlösekompetenz – und auch für seine Geduld. Der allerherzlichste Dank gilt außerdem Claudia Hübner für ihre vielfältige und fortwährende Unterstützung sowohl bei der Tagung der Fachgruppe als auch beim vorliegenden Sammelband. Sehr froh sind wir über die Möglichkeit, diesen Band in der transcript-Reihe ‚Critical Media Studies‘ publizieren zu können. Unser besonderer Dank daher an die Reihenherausgeber_innen Elisabeth Klaus, Margreth Lünenborg, Jutta Röser und Ulla Wischermann sowie die Mitarbeiter_innen des transcript Verlags für die produktive Zusammenarbeit.

Viele weitere Menschen waren auf unterschiedliche Weise an diesem Buchprojekt beteiligt und haben dafür gesorgt, dass aus Ideen Sätze werden. Wir möchten uns herzlich bei Ihnen allen bedanken.

Lüneburg, Salzburg und Berlin im Mai 2012
Tanja Maier, Martina Thiele & Christine Linke

Zur Produktivität einer Verbindung von Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht

Martina Thiele, Tanja Maier & Christine Linke

„Bewegung“ ist im Vergleich zu „Stillstand“ ein positiv konnotierter Begriff, impliziert er doch nicht einfach nur Veränderung, sondern zugleich die Hoffnung auf Verbesserung und Fortschritt. Bewegungen im Sinne von Veränderungen und gedanklichen Erweiterungen lassen sich bei jedem der drei „Großbegriffe“ bzw. „Megaforschungsfelder“ *Medien*, *Öffentlichkeit* und *Geschlecht* feststellen. So bspw. durch das Aufkommen sogenannter „neuer“ Medien, durch die Beschäftigung mit Öffentlichkeiten, wodurch lange Zeit vernachlässigte Formen von Öffentlichkeit ins Bewusstsein gerückt werden konnten, und schließlich durch einen Begriff von Geschlecht, der die soziale Konstruiertheit desselben mitberücksichtigt. Digitalisierung der Medien, Segmentierung von Öffentlichkeit oder die Krise der Männlichkeit sind in diesem Zusammenhang nur einige wenige Schlagworte. So hat jeder einzelne Begriff Erweiterungen und Präzisierungen erfahren. Dadurch hat sich aber auch das Verhältnis von Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht zueinander verändert. Diesen Veränderungen und Bewegungen in verschiedene Richtungen nachzuspüren, ist Ziel des vorliegenden Bandes, der auf eine Tagung der Fachgruppe „Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht“ innerhalb der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) zurückgeht.

Die Beschäftigung mit Medien und Geschlecht bzw. Öffentlichkeit und Geschlecht hat in den Sozial- und Kulturwissenschaften seit den 1970er Jahren Konjunktur. In der DGPK wurden feministische Theorien bzw. Geschlechtertheorien mit einiger Verspätung rezipiert, ab den 1990er Jahren aber haben sie das Fach grundlegend herausgefordert und verändert (vgl. Klaus/Lünenborg 2011). Die Frage danach, welche Relevanz und Bedeutung geschlechtertheoretisches Wissen für die Konzeption von Öffentlichkeiten und das Verständnis von Medien liefern kann, ist seither anhaltend. Die permanenten Wandlungsprozesse in den Bereichen Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht und damit zusammenhängend das sich verändernde gesellschaftliche Wissen regen diese Diskussion immer wieder aufs Neue an. Somit unterliegt auch wissenschaftliches Wissen und Erkenntnis im Feld der Kommunikations- und Medienwissenschaft und der Geschlechterforschung einem beständigen Wandel.

Als produktiv erweist sich insbesondere die Beschäftigung mit dem Zusammenhang von Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht. Herausfordernd ist diese Bestimmung insofern, als es sich um keine klar voneinander abgegrenzten Bereiche handelt, sondern diese in einem diskursiven Verhältnis zueinander stehen und sich wechselseitig überlagern und hervorbringen. So bleibt bspw. ein prozessualer und produktiver Geschlechterbegriff, der Geschlecht als Herstellungsprozess begreift und auf Veränderbarkeit und Unabgeschlossenheit insistiert, nicht ohne Auswirkungen auf die sich wandelnde Beziehung von Medien und Öffentlichkeit. Zugleich können sich ein verändertes Medienangebot und Mediennutzungsverhalten sowie die Entstehung neuer (Teil-)Öffentlichkeiten und (politischer) Bewegungen auf unser Verständnis von Geschlecht und auf bestehende Geschlechterverhältnisse auswirken.

Wird Geschlecht als relevante, produktive und interdependente Kategorie begriffen, die Medienöffentlichkeiten und alle Forschungsfelder der Kommunikationswissenschaft durchdringt – von der Kommunikator_innen-, über die Medien- und Medieninhalts- bis hin zur Rezeptions- und Wirkungsforschung – hat das Auswirkungen auf die Disziplin selbst, auf ihre Forschungsgegenstände, Theorien und Methoden, letztlich auf das, was als wissenschaftliches und damit auch gesellschaftliches Wissen gilt.

Doch wie lässt sich die Schnittstelle von Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht theoretisieren und analysieren, ohne die Kategorien als voneinander unabhängige Entitäten zu fassen? Wie können Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht in der Theoriebildung und Forschungspraxis als prozessuale Begriffe gefasst werden, welche zudem in einem konstitutiven Zusammenhang zueinander stehen?

Ausgehend von diesen Leitfragen werden in dem vorliegenden Band aktuelle Positionen bzw. Weiterentwicklungen der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung bzw. der Gender Media Studies dokumentiert. Den Titel ‚Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht in Bewegung‘ haben wir gewählt, um die während der Berliner Tagung und die innerhalb der gleichnamigen DGpuK-Fachgruppe seit Jahren geführten Diskussionen darüber zusammenzufassen, was sich rückblickend auf die Geschichte der Geschlechterforschung innerhalb der Kommunikationswissenschaft und im Verhältnis von Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht bereits bewegt hat – und wo zukünftig mehr Bewegung vonnöten ist.

Ziel dieses Bandes ist also, die Verschränkungen und Wandlungsprozesse von Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht aufzugreifen sowie die Begriffe und Konzepte aus einer inter- und transdisziplinären Perspektive theoretisch, epistemologisch, politisch und methodisch/methodologisch zu reflektieren. Neben einer Bestandsaufnahme der theoretischen und empirischen Leistungen und Schwierigkeiten der Gender Studies in der Kommunikationswissenschaft möchten wir mit dem vorliegenden Band auch zu einer Diskussion über einige weiterführende theoretische, (wissenschafts-)politische und methodische Perspektiven anregen.

Theorien herausfordern

Elisabeth Klaus und Margreth Lünenborg haben in einem „Zwischenruf“, der 2011 in der Online-Zeitschrift *Studies in Communication / Media* erschienenen ist, zwanzig Jahre Frauen- und Geschlechterforschung in der DGPK einer kritischen Revision unterzogen. Die innovativen theoretischen Erträge feministischer Forschung, Queer und Gender Studies in der Kommunikationswissenschaft sehen sie unter anderem in den Bereichen Öffentlichkeitstheorien, Populärkulturwissenschaft und Journalismusforschung (vgl. Klaus/Lünenborg 2011: 101ff.). Über die Bedeutung der Notwendigkeit, neue Wissensbestände in diesen und anderen Feldern zu erarbeiten, schreiben die Autor_innen:

„In diesem Bereich der Theorie- und Modellentwicklung liegt für die Kommunikationswissenschaft insgesamt das relevante Potenzial: Die Gender Studies in der Kommunikationswissenschaft generieren Theorieperspektiven, die gesellschafts- und kulturorientierte Ansätze nicht als Gegensätze, sondern als komplementäre Bestandteile zum Verständnis öffentlicher Kommunikation betrachten. Das macht sie für die Kommunikations- und Medienwissenschaft auch zukünftig innovativ und ertragreich.“ (Ebd.: 112)

Das erste Kapitel des vorliegenden Sammelbands, *Theorien herausfordern*, ist dieser Theoriearbeit der queer-feministischen Forschung bzw. der Gender Studies in der Kommunikationswissenschaft gewidmet. Die darin enthaltenen Beiträge setzen am Nachdenken über das (sich wandelnde) Verhältnis von Medien, Öffentlichkeit(en) und Geschlecht und die Möglichkeiten queer-feministischer bzw. genderorientierter Theoriebildung und Kritik an. Wir möchten damit vor allem zu einer Diskussion über die Herausforderungen für die Theoriebildung einladen. Für die Herausgeber_innen standen folgende Fragen am Beginn dieses Teils: Welche Relevanz haben ‚gendering practices‘ bei der Konstituierung von Öffentlichkeiten? Wie lassen sich Konzepte von Öffentlichkeit denken, ohne dabei Dualismen wie männlich-weiblich, öffentlich-privat, global-lokal oder hegemonial-oppositionell zu reproduzieren? Wie lässt sich aus der Perspektive der Gender Studies das Spannungsverhältnis zwischen Beharrungskräften und Wandel – im Sinne eines ‚constant flux of gendering practices‘ – mit und durch Medien und Öffentlichkeit beschreiben? Und allgemein: Welchen Herausforderungen sollte sich die Theorieentwicklung der Gender Studies in der Kommunikationswissenschaft weiterhin stellen?

Die hier versammelten Beiträge haben sich diesen Fragen aus unterschiedlichen disziplinären und theoretischen Perspektiven angenommen. Der diesen ersten Teil eröffnende Essay von *Radha S. Hegde* sieht eine zentrale Herausforderung für Kultur- und Öffentlichkeitstheorien in der Globalisierung. Hegde problematisiert grundlegende Bewegungen und Veränderungen von Medienkulturen und Öffentlichkeiten, die sich aufgrund von Migration, Einwanderung und neuen Technologien im Bereich

der digitalen Kommunikation ergeben und mit Logiken von Geschlecht, Sexualität, Klasse und Rassialisierung verknüpft sind. Sie plädiert dafür, Öffentlichkeitstheorien neu zu adjustieren und sich dabei von Dualismen, Universalismen, Eurozentrismus und einer statischen Sichtweise auf Kultur, Kommunikation, Identität und Gemeinschaft zu verabschieden.

Elisabeth Klaus und *Ricarda Drüeke* beschreiben in ihrem Beitrag das Internet und digitale Netzwerke als zentrale Herausforderung für Öffentlichkeitstheorien in der Kommunikationswissenschaft. Die Autorinnen stellen mit Nancy Fraser ein Theoriedefizit der Öffentlichkeitsforschung fest, demzufolge meist „empirische Kommunikationsflüsse“ ohne eine konzeptuelle Erfassung untersucht würden. Zum anderen konstatieren und kritisieren sie, dass wenn es zu einer theoretischen Auseinandersetzung mit Öffentlichkeit kommt, der Beitrag der Gender Studies weitgehend ignoriert wird. Doch könnten Erkenntnisse feministischer Öffentlichkeitstheorie sehr wohl dazu beitragen, durch das Internet evozierte und andere Formen von mediatisierter Öffentlichkeit in ihren theoretischen und politischen Dimensionen zu erfassen. Ihre These stützen Klaus und Drüeke durch eine Zusammenstellung der Diskussionen, die durch die feministische Öffentlichkeitsforschung angestoßen worden sind.

Die notwendige Verabschiedung von essentialistischen Dualismen, Universalismen oder Identitätspolitik, wie sie Hegde sowie Klaus und Drüeke problematisieren, stellt wiederum die queere und feministische Forschung vor neue Herausforderungen. Wie kann eine politische und gesellschaftskritische Geschlechtertheorie jenseits von universalen Geltungsansprüchen des eigenen Wissens aussehen? Wie lassen sich politische Forderungen nach einer umfassenden Kontextualisierung und einer Anerkennung von Differenzen und Vielfalt umsetzen, ohne neoliberalen Logiken in die Hände zu spielen? Diese und weitere Fragen führt *Tanja Thomas* in ihrem Beitrag über die Möglichkeiten und Unmöglichkeiten kritischer Geschlechtertheorie und -politik aus. Sie sieht eine der zentralen Herausforderungen für die Gender Studies darin, unter sich wandelnden gesellschaftlichen und kulturellen Bedingungen (weiterhin) an einer Vermittlung des Materiellen mit dem Symbolischen zu arbeiten.

Mit der Frage, wie eine solche Vermittlung zwischen dem Materiellen mit dem Sprachlich-Symbolischen in den Gender Media Studies aussehen kann, beschäftigt sich auch der Beitrag von *Brigitte Hipfl*. Sie bestimmt eine Herausforderung für die Medien- und Kommunikationswissenschaft wie die Gender Media Studies darin, sich von theoretischen Zugängen zu lösen, die zwischen dem Psychischen und dem Sozialen, dem Innen und dem Außen, dem Subjekt und dem Objekt trennen. Entlang von sechs Thesen greift sie das zentrale Thema des vorliegenden Bandes – die Bewegung – auf und entwickelt eine theoretische Konzeption des unhintergehbaren Zusammenhangs von Rezeptionsprozessen und Mediendiskursen. Mit dem von Hipfl vorgeschlagenen affektiv-performativen Zugang geht es nicht um eine Ab-

wendung von medialen Diskursen und Ideologien, sondern um eine Hinwendung zum Affiziert-Werden durch Medien.

Methoden reflektieren

Ein wichtiges Anliegen des vorliegenden Bandes ist es, theoretisch-methodologische Anforderungen und Fragen in den Mittelpunkt zu stellen. Es ist durchaus zu beklagen, dass in Veröffentlichungen zu empirischen Studien häufig die Erörterung methodischer Probleme und deren Lösung neben der Darstellung der Ergebnisse untergehen. Gilt es doch in empirischen Arbeiten unter anderem der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit genüge zu leisten. Die kommunikations- und medienwissenschaftlichen Geschlechterforschung hat immer wieder auch wissenschaftliche Methoden zur Diskussion gestellt und dabei letztlich deren Erkenntnislogiken hinterfragt. Der Geschlechterbegriff, der dabei gebraucht wird, bewegt sich derzeit im Spannungs- und Konfliktfeld von (implizit) essentialistischen, poststrukturalistischen und dekonstruktiven Positionen (vgl. Ayaß 2006). Quantitative wie qualitative Ansätze stehen vor dem epistemologischen Problem, dass sie genau das voraussetzen müssen, was eigentlich kritisiert oder dekonstruiert werden soll: Es soll die dichotome und biologisch hergeleitete Geschlechterdifferenz hinterfragt werden, aber in der Auseinandersetzung mit den empirischen Phänomenen wird diese häufig implizit reproduziert (vgl. Gildemeister/Wetterer 1992; Gildemeister 2009). Diese Erkenntnis ist nicht neu, sie fordert die kommunikations- und medienwissenschaftliche Geschlechterforschung aber nach wie vor heraus, über ihre eigenen Prämissen und Setzungen nachzudenken. In diesem Teil widmen sich drei Beiträge von Autor_innen explizit diesen Fragen und bereichern eine nach wie vor wichtige Diskussion.

Susanne Kinnebrock, Eva Dickmeis und Sarah Stommel stellen Überlegungen zu den „Tücken einer Kategorie“ an und thematisieren insbesondere die Frage, wie sich Sex-Gender-Differenzen in der standardisierten empirischen Forschung umsetzen lassen. Sie versuchen dabei Wege aufzuzeigen, wie mit dem grundlegenden Problem umgegangen werden kann, dass zur Standardisierung Kategorisierungen etwa anhand des biologischen Geschlechts vorgenommen werden. Demonstriert wird, dass auch die Erhebungs- und Analysemethoden der standardisiert vorgehenden empirischen Sozialforschung geschlechtersensible Analysen ermöglichen, etwa mit Operationalisierung, die eine Vermeidung künstlicher Dichotomisierungen beinhaltet oder mit explorativen Verfahren. Anhand exemplarischer empirischer Daten zu Geschlechterkonstruktionen in Tageszeitungen demonstrieren die Autorinnen, wie quantifizierende Erhebungsinstrumente und Analyseverfahren genutzt werden können, um den Geschlechterdualismus aufzubrechen.

Margreth Lünenborg, Christine Linke, Lisa Konrad, Katharina Fritsche und Stefan Flecke diskutieren das methodische Design ihrer Forschung aus dem an der Freien Universität Berlin durchgeführten Projekt ‚Migrantinnen in audiovisuellen Medien‘, welches einen Mehrmethodenansatz verfolgt und die Fragen der (De-)Konstruktion von Geschlecht sowohl mit qualitativen als auch mit quantitativen Methoden nachgeht. Die Auseinandersetzung mit den theoretisch-methodologischen Anforderungen bei der Analyse des deutschen Fernsehprogramms steht im Mittelpunkt und so werden vor allem die Probleme der quantifizierenden Codierung und Identifikation von Migrantinnen erörtert. Diese Überlegungen werden mit ausgewählten Falldarstellungen illustriert und im Zusammenhang mit Überlegungen zur Konstruktion von Geschlecht und Ethnizität theoretisch reflektiert.

Der Herausforderung geschlechtersensible Forschung umzusetzen, stellen sich des Weiteren *Elke Grittmann* und *Kathrin F. Müller*, die in ihrem Beitrag das theoretische sowie methodische Vorgehen der beiden Teilprojekte *Bildanalyse* und *Rezeptionsstudie* des Verbundprojektes ‚Spitzenfrauen im Fokus der Medien‘ vorstellen. Darin haben sie sich mit der medialen Konstruktion von Geschlecht von Spitzenkräften der Politik, Wirtschaft und Wissenschaft beschäftigt. Sie untersuchen dem (de-)konstruktiven Paradigma folgend, wie bei der Produktion von Medieninhalten und deren Rezeption – wie in alltäglichen Praxen auch – Geschlecht artikuliert und so als gesellschaftliche Strukturkategorie stets von Neuem her- und infrage gestellt wird. Sie verstehen dabei Medieninhalt und -rezeption nicht als ‚Einbahnstraßen‘, sondern versuchen diese in einem wechselseitigen Verhältnis zu begreifen.

Die drei Beiträge, in denen die Autor_innen Methoden reflektieren, verdeutlichen allesamt den anhaltenden Diskussionsbedarf hinsichtlich der forschungspraktischen Überwindung von Geschlechterartikulationen jenseits zweigeschlechtlicher Konstruktionen. Dabei ist zum einen festzuhalten, dass in diesen Beiträgen schwerpunktmäßig die ‚klassischen‘ empirischen Verfahren der Kommunikationswissenschaft besprochen werden, gleichwohl aber alle Autor_innen andere und integrative Verfahren (explorative statistische Analyse, Triangulation, Grounded Theory) ansprechen und befürworten, ja an einigen Stellen bereits umsetzen. Die Beiträge regen damit letztlich die Weiterentwicklung von Verfahren der Methodenkombination und der Verbindung verschiedener Analysen an, mit dem Ziel, die Konstruktion gesellschaftlicher Kategorien und deren Bedeutung in Prozessen des Wandels im Verhältnis von Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht sichtbar zu machen.

Diskurse bewegen

Eine Methode, die in den letzten Jahren gerade auch in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft auf große Resonanz gestoßen und durch Anwendung weiterentwickelt worden ist, ist die Diskursanalyse. Kritische Diskursanalyse in der Tradition Michel Foucaults fragt danach, wie Wissen und Erkenntnis zustande kommen, was von wem als Wissen definiert wird und zu welchen Inklusionen und Exklusionen die jeweiligen Bestimmungen dessen, was ‚man‘ wissen muss, führen. Wissen meint hier nicht nur wissenschaftliches Wissen, sondern auch Alltagswissen, das durch Interaktion und (Medien-)Kommunikation diskursiv vermittelt wird. Die Diskursanalyse zielt darauf ab, den Zusammenhang von Wissen und Macht zu bestimmen, dabei aber Diskurse nicht nur als Ausdruck gesellschaftlicher Praxis zu begreifen, sondern zu fragen, wessen Interessen sie jeweils dienen. Wissenschaftler_innen, die diskursanalytisch arbeiten, bewegen sich freilich nicht außerhalb von Diskursen, was bedeutet, dass sie ihre Positionierungen nicht als richtig, wahr und über alle Zweifel erhaben begreifen können. Sie sind ‚mittendrin‘, lassen sich von Diskursen bewegen und sind Teil von Diskursbewegungen, die das Feld des nicht mehr oder noch nicht Sagbaren beschreiben – und dadurch politisch werden. Das gilt auch für die Autorinnen Monika Bernold und Laura Gruber, die sich mit zwei Bewegungen beschäftigen, die medienwirksam ihre Anliegen öffentlich machen.

Ausgehend von Studien zu Gegen- und Bewegungs-Öffentlichkeit(en) unternimmt *Monika Bernold* eine diskursanalytische Rekonstruktion der Studierendenproteste 2009 in Wien. Viele Hoffnungen waren mit dieser Bewegung verbunden. Sie sollte basisdemokratischer, moderner, (geschlechter-)gerechter und vor allem politisch nachhaltiger sein als ihre Vorläuferinnen. Bernold fragt, wodurch sich die 2009er Protestbewegung von früheren unterscheidet, welche Rolle Kommunikation mittels ‚alter‘ und ‚neuer‘ Medien bei der Organisation und Repräsentation der Studierendenproteste gespielt hat. Als neu und modern wurde der Grad der Vernetztheit beschrieben, der mittels Web 2.0-Anwendungen erreicht werden konnte. Diese Bewegung habe durch ihre Mediennutzung und die Produktion eigener medialer Inhalte sowohl die politische als auch die Medien-Agenda mitbestimmt. Das Internet, so scheint es, diene einem „emanzipatorischen Mediengebrauch“ im Sinne Enzensbergers (1970), auch wenn die medialen (Selbst-)Inszenierungen der protestierenden Student_innen nicht unabhängig von Geschlecht und weiteren Ungleichheit generierenden Kategorien geschehen sind, so Bernold.

Dass das Internet nicht nur emanzipatorischen Bewegungen als Kommunikationsmedium dient, zeigt *Laura Gruber* in ihrem Beitrag über maskulinistische Verschwörungstheorien im Internet. Grubers Analyse der auf der Plattform „Wieviel Gleichberechtigung verträgt das Land“ (wgvd.com)

stattfindenden Debatten führt zur Identifizierung von sechs Diskurssträngen, deren verbindende Auffassung lautet, dass es an der Zeit sei, gegen die Herrschaft der Frauen mit allen Mitteln vorzugehen. Gruber weist nach, dass zwar der Begriff Maskulismus¹ im deutschsprachigen Raum noch nicht lange verwendet wird, es ähnliche Bewegungen aber schon zur Zeit der ersten Frauenbewegung gegeben hat. Auch die ‚Argumente‘ der Gegner des Feminismus sind weitgehend gleich geblieben. „Für Menschen, die die antiegalitäre Ideologie des Maskulismus ablehnen, besteht die einzige Möglichkeit der Intervention darin“, so die Autorin, „feministische Öffentlichkeiten im Internet zu stärken“, also selbst aktiv zu werden, zu publizieren.

Wie aber lässt sich konkret Öffentlichkeit für feministische Anliegen herstellen? Welches Medium ist je nach Zeitpunkt und Zielgruppe geeignet, was müssen Autor_innen beachten und bedenken, wenn sie ihre Erkenntnisse zur Diskussion stellen und ‚Wissen mobilisieren‘ wollen?

Wissen mobilisieren

Epistemologischen Herausforderungen stellen sich die Autor_innen der letzten beiden Beiträge im Band und suchen praktische Antworten auf wissenschaftstheoretische und wissensorganisatorische Fragen. Die Autor_innen, zum einen Martina Thiele, Elisabeth Klaus und Claudia Riesmeyer, zum anderen Margreth Lünenborg und Elfriede Fürsich richten den Blick auf die eigene Disziplin, die Kommunikationswissenschaft. Setzen sich erstere kritisch mit den in der deutschen Kommunikationswissenschaft erkennbaren Kanonisierungstendenzen auseinander und nehmen damit eine nationale Perspektive ein, hinterfragen Lünenborg und Fürsich den sich international gebenden Wissenschaftsbetrieb und den Anspruch an Wissenschaftler_innen ‚mobil‘ zu sein.

Trotz dieser unterschiedlichen Perspektiven eint die Autor_innen das Interesse an Statik und Bewegung im Wissenschaftsbetrieb sowie an den Maßstäben, nach denen der Wert von Wissenschaft bemessen wird. Wenn Kanonisierung bedeutet, dass auf Basis von Hierarchien und sozialer Übereinkünfte festgelegt wird, wer innerhalb des Wissenschaftssystems wie viel gilt, was bedeutet das dann für die kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung? *Martina Thiele, Elisabeth Klaus* und *Claudia Riesmeyer* untersuchen die kommunikationswissenschaftliche Grundlagenliteratur und fragen, seit wann Geschlechterforscher_innen überhaupt Zugang zu Forschungsgruppen und ihren Publikationen erhalten *konnten* und

1 Auch die Begriffe ‚Maskulismus‘ und ‚maskulistisch‘ werden verwendet. Aus sprachwissenschaftlicher Sicht erscheint diese Art Wortbildung in Analogie zu ‚Feminismus‘ und ‚feministisch‘ schlüssiger, dagegen spricht jedoch, dass damit eine Gleichsetzung der Anliegen der jeweiligen Bewegung impliziert wird.

wollten und inwieweit die kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung inzwischen Teil des innerhalb der Disziplin(en) bestehenden Kanons ist? Die Autor_innen formulieren Kriterien für eine (selbst-)kritische Kanonisierung der kommunikationswissenschaftlichen Gender Studies. Ihrer Definition nach ist Kanonisierung ein „on-going-process“, Texte könnten überarbeitet und weiterentwickelt werden – was sich aber nicht selten als inkompatibel mit den zeitlichen Möglichkeiten von Wissenschaftler_innen erweist. Zumal, wenn sie die Forderung nach mehr Austausch und Internationalität anstelle von Ethnozentrismus ernst nehmen.

Diesem Problem widmen sich *Margreth Lünenborg* und *Elfriede Fürsich* in ihrem Beitrag über die (Un-)Möglichkeiten mobiler Forschung und Forscherinnenkarrieren. Auch wenn etablierte statische Formen der Wissensproduktion durch mehr Mobilität und die Möglichkeit, jederzeit, überall, schnell und kostengünstig zu kommunizieren, in Bewegung geraten sind und der Wissenschaftsbetrieb internationaler wurde, scheinen die negativen Folgen von mehr Mobilität zu überwiegen und die Qualität international vergleichender Forschung teilweise fragwürdig. Die Autor_innen konstatieren zum einen Nachhaltigkeitsdefizite, denn mehr Mobilität bedeutet mehr Umweltbelastungen, zum anderen negative Auswirkungen auf das, was beschönigend ‚Work-Life-Balance‘ genannt wird. Der Großraumwagen der Bahn wird zum Großraumbüro, traditionelle Grenzen zwischen Privatem und Beruf, Zuhause- und Unterwegs-Sein verwischen, wenn Wissenschaftler_innen ihr Leben ‚in vollen Zügen‘ genießen. So werden die als Ausdruck von Modernität und Internationalität gepriesene Mobilität und permanente Erreichbarkeit via mobiler Kommunikationsmedien inzwischen kritischer gesehen. Forschung über Grenzen hinweg habe auch ihre Schattenseiten betont die Autorinnen und fordern mehr kommunikationswissenschaftliche Studien, „die die epistemologischen, theoretischen und pragmatischen Dimensionen verschiedenster Arten von mobiler Wissensproduktion“ berücksichtigen.

Die kommunikations- und medienwissenschaftliche Geschlechterforschung, so machen die Beiträge in diesem Band deutlich, setzt sich in ihrer theoretischen Arbeit, in der Reflexion ihrer Methoden und dessen, was als gesellschaftliches und wissenschaftliches Wissen gilt, aktiv mit dem medialen und kulturellen Wandel auseinander. Sie ist ‚in Bewegung‘. Der Band dokumentiert die Beteiligung am laufenden Diskurs und bietet, so unsere Hoffnung, einerseits eine Bestandsaufnahme, andererseits eine Hinführung zu Themen, die der weiteren Bearbeitung und des konstruktiven Austauschs aller an Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht Interessierten bedürfen.

Literatur

- Ayaß, Ruth (2006): Gender Studies. In: Ayaß, Ruth/Bergmann, Jörg (Hg.): Qualitative Methoden in der Medienforschung. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, S. 406-422.
- Enzensberger, Hans Magnus (1970): Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Kursbuch, 20, 6, S. 159-186.
- Flick, Uwe (2008): Triangulation: Eine Einführung. 2. Auflage. Wiesbaden: VS.
- Gildemeister, Regine (2009): Geschlechterforschung (gender studies). In: Flick, Uwe/von Kardorff, Ernst/Steinke, Ines (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch, 7. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, S. 213-223.
- Gildemeister, Regine/Wetterer, Angela (1992): Wie Geschlechter gemacht werden. Die soziale Konstruktion von Zweigeschlechtlichkeit und ihre Reifizierung in der Frauenforschung. In: Knapp, Gudrun-Axeli/Wetterer, Angelika (Hg.): Traditionen – Brüche. Entwicklung feministischer Theorie. Freiburg: Kore, S. 201-254.
- Klaus, Elisabeth/Lünenborg, Margreth (2011): Zwanzig Jahre Gender- und Queertheorien in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ein Zwischenruf / 20 Years of Gender and Queer Theories in German Communication and Media Studies. An Interjection". In: SCM Studies in Communication/Media, 1, 95-118.