

['mediən]ⁱ·20

['medjən]'

Herausgegeben von Claus Pias, Joseph Vogl und Lorenz Engell

Gendermedia.
Zum Denken einer neuen Disziplin

herausgegeben von
Hedwig Wagner

© VDG • Verlag und Datenbank für Geisteswissenschaften • Weimar 2008

Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Einwilligung des Verlages in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Die Angaben zu Text und Abbildungen wurden mit großer Sorgfalt zusammengestellt und überprüft. Dennoch sind Fehler und Irrtümer nicht auszuschließen, für die Verlag und Autor keine Haftung übernehmen. Nicht immer sind alle Inhaber von Bildrechten zu ermitteln. Nachweislich bestehende Ansprüche bitten wir mitzuteilen.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-89739-598-5

Gestaltung & Logo: Claus Pias
Satz & Druck: VDG, Weimar

Inhalt

- 7 Vorwort
- Hedwig Wagner
- 9 Einleitung
GenderMedia Studies. Zum Denken einer neuen Disziplin
- Hedwig Wagner
- 23 GenderMedia Studies – ein Manifest
- Christiane König
- 35 Einige Überlegungen zu Geschlecht – Medien –Wissenschaften
- Ulrike Bergermann
- 55 Vom Fach, das nicht eins ist.
Selbstberührung, Lippentechniken, Doppeldisziplinen und die Tür zum Wissen
- Sonja Neef
- 77 Invaginationen. Über Tätowierungen
- Verena Kuni
- 97 Das Geschlecht der Medien > Wissenschaft.
Überlegungen zur Vor- und Frühgeschichte eines generischen Problems
- Martina Leeker
- 117 Weibliche Medien um 1900.
Über okkulte Herkünfte der Medienwissenschaft
- Susanne Lummerding
- 141 MITTEL \leftrightarrow Zweck?
- Claudia Reiche
- 155 Zu ähnlich – Neue Klitorisbilder aus Kunst und Wissenschaft
- Lisa Gotto
- 169 No One Knows My Name. Queering *Glen or Glenda*
- Stefanie Rinke
- 177 Alice Schwarzer vs. Verona Feldbusch.
Zur Dialektik von Medien und Gender-Diskurs

Vorwort

Diese Publikation geht auf die Tagung *GenderMedia Studies. Zum Denken einer neuen Disziplin* zurück, die vom 12. bis 13. Oktober 2006 an der Fakultät Medien der Bauhaus-Universität Weimar abgehalten wurde. Konzipiert und geleitet wurde die Tagung von Hedwig Wagner innerhalb des Forschungsvorhabens »Medienwissenschaftliche Geschlechterstudien. Zur Intersektion von Medium und Geschlecht«. Die Forschungsarbeit wurde vom Thüringer Kultusministerium von Februar bis Oktober 2006 im Rahmen des Hochschul- und Wissenschaftsprogramms, Maßnahmen der Frauen-/Gender -Forschung, gefördert. Hierfür sei dem Thüringer Kultusministerium gedankt. Die Tagung selbst wurde finanziell getragen von der Professur Medien-Philosophie der Fakultät Medien. Die Publikation wurde ermöglicht durch eine Förderung des Gleichstellungsbeirats der Bauhaus-Universität. Dafür danke ich, neben der Hochschulleitung, insbesondere der Gleichstellungsbeauftragten, Frau Ute Mai.

Neben finanziellem und logistischem Support, ohne den Forschungsvorhaben nicht durchgeführt werden können, sind Forschungsansätze ohne ideelle und inhaltliche Unterstützung nicht *denk-bar*. Für eine wissenschaftlich wie menschlich äußerst bereichernde Zeit danke ich aus ganzem Herzen dem, der dies ermöglichte: Prof. Dr. Lorenz Engell.

Hedwig Wagner

Einleitung

GenderMedia Studies. Zum Denken einer neuen Disziplin

Die Publikation *GenderMedia Studies. Zum Denken einer neuen Disziplin* widmet sich der Frage: Kann es *Medienwissenschaftliche Geschlechterstudien* geben? Und wie sähe solch eine Intersektion von Medium und Geschlecht aus? Diese Veröffentlichung will zur Reflexion über medienwissenschaftliche Gender Studies anregen und Impulse geben für eine gendertheoretisch geleitete Medientheorie. Wie können Gendertheorie und Medienwissenschaft zusammengedacht und zusammengefügt werden und wie formuliert sich die Medialität von Geschlecht aus? Die Fragestellung zielt auf die produktiv zu nutzende Entfaltung und Ausbreitung medientheoretischer Erkenntnisse für die Konzeption von Geschlecht.

Gender kann nicht allein als Motiv oder Sujet thematisiert – nicht nur auf der Ebene der visuellen (Re-)Präsentanz ausgemacht werden – es kann nicht nur nach dem Genderaspekt von Medienprodukten und -formaten gefragt werden; aber: wie zentral ist die Frage nach Gender als Medium, wie gestaltet sich die Reflexion auf die Medialität von Gender aus? Wie können medienwissenschaftliche Theoreme auf den Gender-Begriff angewandt werden?

Eine interesseleitende Fragestellung – im Sinne einer methodischen Annäherung an den Nexus von Gender und Medium – ist die nach der unterschiedlichen Provenienz und Bedeutung von Medienbegriffen in Zusammenhang mit dem Konzept Geschlecht.

Kann der Genderbegriff an einen bestimmten Medienbegriff angeschlossen werden? Gibt es Gemeinsamkeiten, Struktur analogien in den Wissensordnungen von Geschlechtlichkeit und Medialität? Könnte medientheoretisches Denken auch auf die Erfassung von Geschlecht übertragen werden?

Im Folgenden soll ein Fragehorizont eröffnet werden, der aus-schnittthaft einige Thematiken anspricht, wenige theoretische Positionen erkennbar werden lässt und so in einer ersten Annäherung fragend an den Komplex der medienwissenschaftlichen Geschlechterstudien, der GenderMedia Studies, heranzführt.