

Inhalt

<i>Edgar Forster/Elisabeth Klaus/Julia Neissl</i> Editorial	2
<i>Edgar Forster</i> Macht und Begehren – Geschlechterökonomie	5
<i>Uta Scheer</i> Männlichkeiten in den Medien – ein queerer Blick	13
<i>Jutta Röser</i> Männerzeitschriften – Frauenzeitschriften. Systematisierung eines gemeinsamen Forschungsfeldes	23
<i>Guido Zurstiege</i> Vom Nutzen notorisch professioneller Beobachtungen	35
<i>Eva Flicker</i> Männlichkeitsformen in Outdoor-Reality-Soaps am Beispiel von „Expedition Österreich“	45
Rezensionen	58
Autorinnen und Autoren	66
Jahresindex 2004	67
Medien Journal 1/2005 • Männlichkeiten. Das andere Geschlecht erforschen	1

Editorial

Der Titel dieses Medien Journals enthält eine doppelte – und keine kleine – Provokation. Die erste, nahe liegende Provokation besteht darin, dass das „andere Geschlecht“ eindeutig weiblich markiert ist. Das ist so, seitdem 1949 Simone de Beauvoirs Monumentalwerk „Le deuxième sex“ erschien, das ein Schlüsselwerk der Neuen Frauenbewegung wurde: „Die Frau ist nichts anderes“, schreibt Beauvoir in ihrer Einleitung, „als was der Mann befindet; so spricht man auch von ihr als vom anderen Geschlecht [...]. Sie wird bestimmt und unterschieden mit Bezug auf den Mann, dieser aber nicht mit Bezug auf sie; sie ist das Unwesentliche angesichts des Wesentlichen. Er ist das Subjekt, er ist das Absolute: sie ist das Andere.“ (Beauvoir 1988, 11)

Die Diskriminierung von Frauen aufzudecken, das Wirken von Frauen in die Geschichte, die Philosophie, die Literatur, die Kommunikationswissenschaft neu einzuschreiben, ihren Erfahrungen und ihrem Blick auf die Welt Gültigkeit zu verschaffen – sie vom „anderen, nur durch Männer bestimmten“ Geschlecht zum (selbst-) bestimmten Geschlecht werden zu lassen – das war das Programm der sich im Zuge der neuen Frauenbewegung an den Universitäten etablierenden Frauenforschung. Diese rückte Frauen in den Mittelpunkt und half ihnen, den Status des selbstverständlichen „deuxième sexe“ abzulegen. Das „andere Geschlecht“ wurde in der Frauen- und Geschlechterforschung zum bestimmenden Forschungsgegenstand, zum „première sexe“. In der Forschungspraxis hat sich daran auch nach dem Übergang von der Frauenforschung zu den Gender Studies nicht so viel geändert. Während die Forschung immer differenziertere Weiblichkeitskonstruktionen, immer vielfältigere mediale Ausdrucksformen von Frauen aufdeckte, blieben Männer und Männlichkeitsentwürfe weitgehend unbestimmt. Zwar kamen Männer auch schon in der frühen Frauenforschung begrifflich vor – die Relationalität der Geschlechterkategorie ist keine Erfindung der Gender Studies – allerdings weist diese Relation bis heute eine Schiefelage auf. Denn während die Kategorie „Frau“ dekonstruiert wurde und den in den Medien und im Medienhandeln zum Ausdruck kommenden Definitionen von Weiblichkeit, der Positionierung von Frauen und ihren Identifikationen nachgespürt wurde, blieb die Erforschung von Männern und Männlichkeiten ein Desiderat der Medien- und Kommunikationswissenschaft.

In den letzten Jahren beginnt sich die Ignorierung von Männern als Gegenstand der Forschung zu wandeln und sie werden häufiger thematisiert. Die vor allem im Rahmen der angloamerikanischen Kommunikations- und Medienwissenschaft erfolgten Überlegungen zu Männlichkeiten in den Medien zeigen, dass Männlichkeiten keineswegs unmarkiert sind. „Hegemoniale Männlichkeit“ hat Robert Connell die Vorschrift genannt, die männliche Identitäten produziert, ihre Körper reglementiert und diszipliniert und häusliche Gewalttätigkeiten nach wie vor als Bestandteil ihres Handlungsrepertoires ausweist, ihnen dafür aber die Aufrechterhaltung der patriarchalen Ordnung mit entsprechenden Privilegien verspricht.

Medien spielen bei dieser Schnürung des Korsetts einer hegemonialen Männlichkeit eine zentrale Rolle. In Zeiten des US-Präsidentenwahlkampfes, des Irak- und Af-

ghanistankrieges begegnen uns Männer dabei wie eh und je als starke Politiker, religiöse Führer, als Kriegshelden und Sportidole. Berichte über gewalttätige Männer und Geistliche, die Kinder sexuell missbrauchen, stehen ebenso auf der Tagesordnung wie neue Väter und schwule Männer, die für die Legalisierung ihrer Lebensgemeinschaften kämpfen. Daraus lässt sich ableiten, dass es weniger eine Krise traditioneller Männlichkeitskonzepte gibt. Vielmehr ist die hegemoniale Männlichkeit in der Moderne ein widersprüchliches und phantasmatisches Konzept, an dem Männer im Alltag notwendig scheitern müssen. Wenn dem Mann nicht mehr freiwillig ein Machtmonopol zuerkannt wird, sondern dies mit Gewalt eingefordert werden muss, dann ist der Täter auf der persönlich-individuellen Seite auch Opfer eines Männlichkeitskonstrukts, das sein Versprechen an ihn nicht einlöst.

Das Konzept der hegemonialen Männlichkeit birgt jedoch noch eine weitere Gefahr in sich, da es eine prinzipielle Interessengemeinschaft der Männer postuliert und damit „den“ Mann an sich – den „typischen“ Mann – erschafft. Dass das kein hilfreiches Konstrukt ist, wenn man die Geschlechterbinarität überwinden will, hat die Genderforschung theoretisch begründet und die Frauenbewegung praktisch gezeigt. Deshalb muss neben die Beschäftigung mit hegemonialer Männlichkeit und Dominanzverhältnissen die Beschäftigung mit alternativen, widerspenstigen, marginalisierten Männlichkeiten treten. Diesen Diversitäten folgend ist auch der Titel der von Robert Connell 1995 erschienenen Publikation „Masculinities“ zu verstehen, wenn auf die Vielfalt an Männlichkeiten verwiesen wird. Der „typische“ Mann wie die „typische“ Frau stellen essentialistische Kategorien dar, die gesellschaftliche und mediale Wandlungsprozesse nicht reflektieren können. Sie werden auch der Komplexität des Medienhandelns der vergeschlechtlichten sozialen Subjekte nicht gerecht. Deshalb ist neben dem Blick auf die hegemoniale Männlichkeit der Blick auf die vielen, anderen Repräsentationen von Männlichkeiten notwendig.

Das vorliegende Medien Journal versammelt Beiträge zur Tagung „Männlichkeiten in den Medien – das andere Geschlecht erforschen“, die im Oktober 2004 in Salzburg veranstaltet wurde. Der inhaltliche Fokus richtet sich dabei auf eine systematische Entfaltung eines Forschungsprogramms zu den „Männlichkeiten in den Medien“, den Fragestellungen, dazu notwendigen transdisziplinären Ansätzen und Möglichkeiten, in die gesellschaftliche Praxis hinein zu wirken und diese zu verändern. Gleichzeitig wurde Angelpunkt der Diskussionen die Intention, dass der „Ort der Männerforschung“ genauer bestimmt werden sollte. Diese Bestimmung muss mit der Erkenntnis, die sich die Frauen- und Geschlechterforschung mühsam erarbeitet hat, beginnen, dass es einen bestimmten Ort für die Männerforschung ebenso wenig geben kann wie für die Frauenforschung. Damit wird nochmals die doppelte Provokation des gewählten Titels sichtbar: Wenn die eine Provokation im Wortspiel liegt, das die Männer nun als das andere Geschlecht setzt, besteht die andere darin, damit überhaupt von zwei fixen Geschlechtern auszugehen – zwei Entitäten, die wir erforschen, deren Ort wir bestimmen könnten. Besteht doch ein Großteil der neueren Gender Studies in dem Versuch, diese Bina-

rität als Konstruktion zu zeigen, ihre Fluidität aufzudecken, ihre Grenzen zu verschieben, Ansatzpunkte für die Suche nach Positionierungen jenseits von Weiblichkeiten und Männlichkeiten zu liefern.

Die inhaltliche Struktur des Heftes folgt diesem Anliegen. So werden theoretische Positionierungen und die Verortungen von Männlichkeitsforschung und ihrem Beitrag zur Geschlechterforschung zum einen im Beitrag von Edgar Forster mit Blick auf die Geschlechterökonomie und zum anderen im Beitrag von Uta Scheer, die sich der Konzepte der Queer Studies im Sinne einer Verrückung der Geschlechterbinarität bedient, vorgenommen. Jutta Röser diskutiert auf Basis der Frauenzeitschriftenforschung die Chancen aber auch Forschungsdesiderate, die sich hier mit Blick auf Männerzeitschriften ergeben. Guido Zurstieges Beitrag widmet sich der Frage nach der Männlichkeitsforschung in der Kommunikationswissenschaft und Eva Flicker spürt den unterschiedlichen Konzepten von Männlichkeiten im Reality TV nach.

In diesem Sinne wünschen wir uns als VeranstalterInnen einer spannenden Tagung sowie als Heftverantwortliche dieses Medien Journals eine anregende und neue Diskurse herausfordernde Beschäftigung mit Männlichkeiten in der Wissenschaft!

Literatur

Beauvoir, Simone de (1988): Das andere Geschlecht. Sitte und Sexus der Frau. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag (Originalausgabe: Le Deuxième Sexe. Paris: Librairie Gallimard, 1949).

Elisabeth Klaus/Edgar Forster/Julia Neissl