

Fachgruppe Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht
Fachgruppe Mediensprache – Mediendiskurse

Call for Papers für die gemeinsame Jahrestagung

Medien – Sprache – Geschlecht

der Fachgruppen Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht und Mediensprache – Mediendiskurse in der DGPuK

19. Februar bis 21. Februar 2015

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Mediale Diskurse spielen in der Produktion und Reproduktion der Geschlechterordnung unserer Gesellschaft eine entscheidende Rolle. Über visuelle und sprachliche Kommunikation erzeugen, wiederholen und verfestigen sie gesellschaftliche Muster im Sinne eines *doing* und *performing gender*. Auf welche Weise die Medien mittels symbolischer Bedeutungszuweisungen an der Geschlechterkonstruktion beteiligt sind, ist das Thema dieser Tagung.

Die zentrale Bedeutung der Sprache und visueller Zeichen für die Erzeugung sozialer Wirklichkeiten gerät in der Medien- und Kommunikationswissenschaft mitunter etwas aus dem Blick. Hier soll die Tagung im Hinblick auf das Thema Gender eine Bilanz bisheriger Forschung ermöglichen und weitere Untersuchungen anstoßen. Die Integration auch visueller Gestaltungsmerkmale beruht auf einem erweiterten Textbegriff, wie er auch in der FG Mediensprache – Mediendiskurse genutzt wird.

Ausgangspunkt ist ein Verständnis sprachlicher und anderer Zeichen als Formen alltäglichen Handelns, die soziale Wirklichkeit erzeugen. Die soziale Macht der Diskurse entsteht auf der Grundlage von Symbolen. In Diskursen werden kulturell tradierte Bedeutungszuschreibungen aktualisiert, bestätigt und herausgefordert. Diskurse üben also nicht nur Macht aus, sondern sind selbst von Machtbeziehungen geprägt. Die institutionellen und kommunikativen Rahmenbedingungen der Medien, wie etwa Medienformate, beeinflussen die sprachlichen und visuellen Konstruktionsprozesse von Geschlecht entscheidend und sind ihrerseits von Konstruktionsprozessen geformt.

Aktuell halten gesellschaftliche, kulturelle und technische Entwicklungen die Verhandlungen von Geschlecht in Bewegung. Insbesondere die sozialen Medien erlauben Rollenwechsel, Geschlechtertausch und das sprachliche und visuelle Spiel mit verschiedenen Identitäten. In der Onlinekommunikation erweist sich auch in neuer Radikalität die mit den Geschlechterverhältnissen verknüpfte Dichotomie von Öffentlichkeit und Privatheit als unbrauchbar, die Verhältnisse zu beschreiben. Die neuen Formen sprachlichen und visuellen Handelns brauchen andere Theorien und Konzepte, die insbesondere die Verknüpfungen von Geschlecht, Text und Öffentlichkeit angesichts veränderter medialer Bedingungen neu verorten und bestimmen.

Von einer gemeinsamen Tagung der beiden Fachgruppen, die die in diesem Prozess zentralen Themenfelder Geschlecht, Diskurs und Sprache fokussieren, versprechen wir uns einen Austausch über theoretische Konzepte, methodische Zugänge und Analysen, der den Blick auf diese Phänomene erweitert. Wir erhoffen uns eine lebendige und konstruktive Diskussion dazu, wie Geschlecht durch Mediensprache, visuelle Kommunikation und Mediendiskurse hergestellt

wird. Alle Beiträge der Tagung sollen deshalb jeweils beide Fachgebiete – Gender und Sprache bzw. Diskurse – miteinander verknüpfen.

Erwünscht sind Beiträge, die mediale Praktiken unter genderspezifischen Gesichtspunkten in den Blick nehmen. Die Kommunikationspraktiken in unterschiedlichen Medientypen können ebenso zum Gegenstand werden, wie die Kommunikation der Medieninstitutionen und der Publika. Wie sich mediale (Teil)Öffentlichkeiten über ihren Sprachgebrauch konstituieren und wie Medien über die sprachliche oder visuelle Gestaltung von Themen und durch Inszenierungsmuster Geschlecht konstruieren, sollen weitere Schwerpunkte der Tagung sein. In diesem Sinne verstehen wir Textkritik als Medienkritik, die sich beispielsweise auf wissenssoziologische oder konstruktivistische Überlegungen stützen kann. Auch Folgerungen, die sich für Medienethik und Medienpraxis ergeben, können in diesem Zusammenhang diskutiert werden. Wir möchten die Zusammenarbeit der beiden Fachgruppen außerdem dazu nutzen, uns mit methodischen Zugängen vertieft auseinanderzusetzen und beispielsweise neue Methoden vorzustellen oder bekannte Konzepte weiterzuentwickeln.

Ausdrücklich sollen nicht nur abgeschlossene Projekte vorgestellt werden. Work in Progress kann auf dieser Tagung in einem besonderen Fenster diskutiert werden. Ggf. ist es sinnvoll, Material dazu den TeilnehmerInnen vorab oder zu Beginn der Tagung zur Verfügung zu stellen.

Themengebiete und Fragestellungen

a) Theorien und Methoden

Wir wollen verschiedene theoretische und methodische Zugänge zur Beschäftigung mit den Zusammenhang von Gender, Diskursen und Sprache diskutieren.

- Welche Theorien und Ansätze haben die Debatte über Gender, Diskurse und Sprache beeinflusst (historische Perspektive)? Welche (neuen) theoretischen Konzepte können den Zusammenhang von Gender, Medien und öffentlichen Diskursen angesichts veränderter Bedingungen insbesondere in den sozialen Medien fassen? Wie lässt sich die Rolle von Sprache und Sprachhandeln in dieser Hinsicht konzeptionieren? Mit welchen sprachlichen und visuellen Codes werden Themengebiete codiert, welche Deutungsmöglichkeiten werden dadurch ausgeschlossen, welche Deutungsmacht ergibt sich aus der diskursiven Bedeutungskonstruktion durch Texte?
- Welche Methoden eignen sich dafür, den Zusammenhang von Text und sozialer Wirklichkeit zu erfassen? Vorstellbar sind beispielsweise prozessuale Methoden zur Analyse der Konstruktion von Geschlecht, diskurslinguistische Methoden, Metaphernanalysen, Konversationsanalysen, Argumentanalysen, sowie die Kombination qualitativer und quantitativer Verfahren für die Sprachanalyse innerhalb der Kommunikationswissenschaft.

b) Kommunikationspraktiken

Die veränderten gesellschaftlichen und technischen Bedingungen haben auch zu neuen Kommunikationspraktiken geführt. Diese wollen wir sowohl mit Blick auf medienspezifische Praktiken als auch auf mediale Identitätskonstruktionen und die Konstitution von Öffentlichkeiten im Zusammenhang mit Gender thematisieren und dabei vor allem die sprachliche Dimension diskursiver Strategien in den Blick nehmen.

- Welchen Einfluss haben neue Formen medialer Kommunikation auf Kommunikationspraktiken? Wie verändern sich z.B. Diskurse über das Verhältnis der Geschlechter (z.B. # aufschrei), wenn sie auf einer Plattform wie Twitter geführt werden, wie wirken sich die Vorgaben solcher Plattformen zu Geschwindigkeiten, Textlänge, Sprachstil, Zielgruppen beispielsweise auf Argumentationsstrukturen aus?

- Welche Bezüge gibt es zwischen Genderidentitäten bzw. Genderrollen und Sprachhandeln in den sozialen Medien? Wie wirken sich etwa die Möglichkeiten der direkten medialen Kommunikation zwischen einander unbekanntem Individuen aus? Welche Rolle spielt die Möglichkeit zum unerkannten Geschlechtertausch, welche Bedeutung hat sie für das Verständnis von Geschlecht? Wie werden Geschlechteridentitäten z.B. in Partnerbörsen und medialen Foren für Erfahrungsaustausch und Selbsthilfe präsentiert und ausgehandelt?
- Wie konstituieren sich mediale Öffentlichkeiten, die Geschlecht thematisieren, über ihren Gebrauch von sprachlichen und visuellen Codes, wie grenzen sie sich von anderen ab und wie versuchen sie zu mobilisieren? Welche Beobachtungen gibt es bspw. zu Antifeminismus, Maskulinismus und De-Thematisierung des Feminismus in den Medien: Welche aggressiven Sprachstrategien tauchen in der Auseinandersetzung der Geschlechter auf? Welche rhetorischen Mittel werden genutzt, um beispielsweise Opfer-Täter-Verhältnisse umzukehren?

c) sprachliche/visuelle Mittel der medialen Repräsentation

Auf der Ebene der Medieninhalte kann im Rahmen dieser Tagung z.B. gefragt werden, wie sprachliche und visuelle Mittel die Konstruktion von Gender in medialen Diskursen beeinflussen und Themenkarrieren gestalten, wie Sprachgebrauch mit bestimmten Genres und Beitragsformaten zusammenhängt und nicht zuletzt, wie Feminismus in öffentlichen Diskursen thematisiert wird.

- Wie formen diskursive Mittel wie Frames, Topoi, Klischees, (Kollektiv)Metaphorik, Humor, Bilder und Stereotypen die Konstruktion von Geschlecht in medialen Diskursen? Auf welchen gesellschaftlichen und medialen Bedingungen fußt beispielsweise ein Modewort wie „testosterongesteuert“, was bedeutet es, wenn Angela Merkel als „Mutti“ bezeichnet wird oder Streit zwischen Politikerinnen als „Zickenkrieg“? Welche geschlechtsbezogenen Visualisierungsmuster lassen sich beschreiben? Welche Inszenierungsbrüche und Abweichungen von traditionellen Inszenierungsmustern gibt es?
- Welche Auswirkungen haben diskursive Mittel auf Themenkarrieren? Wie wirken bestimmte Frames, Topoi, Stereotype, etc. hinsichtlich des Ausschlusses bestimmter Inhalte und Themen? Wie werden damit Diskurse strukturiert und hegemoniale Bedeutungen konstruiert?
- Welche Zusammenhänge lassen sich diskursanalytisch zwischen Genres und/oder Beitragsformaten und Gender beobachten? Welche Deutungsmacht wohnt ihnen inne, welche Rolle spielen Sprach- und Bildkonventionen in diesem Zusammenhang, welche Rezeptionsmuster schließen sich an?
- Mit welchen sprachlichen Mitteln wird Feminismus thematisiert? Wie werden feministische Positionen de-thematisiert? Welche sprachlichen Konstruktionen von Feminismus und Weiblichkeit/Männlichkeit lassen sich z.B. in Ratgebern für „Topfrauen“ und „Topmänner“ oder feministischen, postfeministischen, antifeministischen Sachbüchern finden?
- Welche Rolle besitzen Sprache und visuelle Zeichen für die Möglichkeit widerständigen Handelns im Zusammenhang mit Gender und Medien, beispielweise auch aus einer historischen Perspektive heraus?

d) Perspektiven der Anerkennung und der Gerechtigkeit

Im Gebrauch von Sprache kommen nicht nur Weltanschauungen zum Ausdruck, auch die Thematisierung des Sprachgebrauchs selbst hat eine normative Dimension.

- Wie hat sich historisch die Debatte über eine geschlechtersensible Sprache entwickelt? Welche aktuellen Ergebnisse gibt es zu geschlechtsspezifischen Kommunikationsstilen?
- Welche Sprachpraktiken herrschen in der Kommunikationswissenschaft, welche Rolle spielt geschlechtersensible Sprache in formalisierten Richtlinien und innerfachlichen Diskurse? Wie ist der Sprachgebrauch in den Gender Media Studies, welche Ausschlüsse erzeugt er möglicherweise?
- Welche normativen Perspektiven ergeben sich aus den Forschungsergebnissen zu Gender, Sprache und Medien? Welche ethischen Richtlinien legen sie nahe, welche Schlussfolgerungen sollte die journalistische Praxis für ihre Arbeit ziehen?

Posterpräsentation und Nachwuchsworkshop

Es besteht die Möglichkeit, ein Poster auszustellen, Vorschläge hierzu sind erwünscht. Diese Poster müssen nicht das Tagungsthema fokussieren, sondern können aus dem breiten Themenspektrum der beiden Fachgruppen stammen. Die Poster sollten auf der Tagung in Kurzvorträgen (drei bis fünf Minuten) vorgestellt werden.

Vor der Tagung wird ein Nachwuchsworkshop stattfinden, zu dem gesondert eingeladen wird (Ansprechpartnerin: Claudia Riesmeyer, München).

Willkommen sind Vorschläge für verschiedene Formate:

- Tagungsvortrag (25 Minuten)
- Panel (90 – 120 Minuten mit 2-4 Vorträgen / Impulsreferaten zum gleichen Oberthema, das aus unterschiedlichen Perspektiven diskutiert wird)
- Workshop (Dialog zu Work in Progress mit etwa 10 Minuten Input und 20 Minuten Diskussion)

Wir bitten Sie, Ihren Vorschlag per Mail in Form eines Extended Abstract (4000-6000 Zeichen) plus ggf. Anhang (Abbildungen, Tabellen) bis zum 30. September 2014 einzureichen. Bitte senden Sie Ihren Beitrag in elektronischer Form (*.doc, *.docx, *.rtf, kein PDF!) an Friederike Herrmann (friederike.herrmann@ku.de) und Elke Grittmann (grittmann@uni.leuphana.de).

Der eingereichte Beitrag darf in dieser Form nicht bereits in einer Verlagspublikation veröffentlicht oder auf einer wissenschaftlichen deutschsprachigen Tagung präsentiert worden sein. Allerdings sind durchaus Beiträge möglich, die einen methodischen Aspekt aus einer bereits publizierten oder präsentierten Studie herausgreifen, wenn dieser Aspekt nicht Hauptgegenstand der Publikation oder Präsentation war. Soll eine empirische Studie vorgestellt werden, so muss aus dem Abstract klar hervorgehen, ob es sich a) um eigene Daten handelt und b) in welchem Stadium sich die Studie gegenwärtig befindet (Planung, in der Durchführung, in der Auswertung, abgeschlossen).

Die Vorschläge werden in einem anonymisierten Review-Verfahren begutachtet. Deshalb bitten wir, die Abstracts mit einem abnehmbaren Deckblatt, auf welchem der Beitragstitel sowie Name und Adresse der Einreichenden verzeichnet sind, zu versehen. Die Abstracts sollen neben einer Inhaltsangabe des Vortrags den Bezug zum Tagungsthema sowie die Relevanz und Originalität der Fragestellung verdeutlichen. An diesen Aspekten werden sich auch die ReviewerInnen orientieren.

Die Tagungsleitung behält sich zudem vor, auch die Gesamtkonzeption der Tagung bei der Auswahl der Beiträge zu berücksichtigen, unter Umständen ein ‚Offenes Panel‘ einzurichten sowie einzelne Kolleginnen und Kollegen mit der Bitte um Beiträge anzusprechen.

Vorschläge für Poster können direkt an die Veranstalterinnen geschickt werden, die sie bei entsprechender Eignung aufnehmen. Sie müssen nicht anonymisiert werden.

Reviewverfahren

Die Ergebnisse der anonymen Reviews werden bis zum 11. November 2014 bekannt gegeben. Das Programm wird Mitte Dezember veröffentlicht. Wir streben an, die Beiträge der Tagung zu publizieren (z.B. SCM).

Die Tagung wird am Donnerstagabend, den 19. Februar 2015 ab 19 Uhr mit einem Get together beginnen und am Samstagmittag gegen 14 Uhr enden. Angaben zum Veranstaltungsort, Unterkünften etc. werden rechtzeitig in der Einladung und auf der Website zur Tagung bekannt gegeben.

Ansprechpartnerin des lokalen Organisationsteams

Prof. Dr. Friederike Herrmann
Professur für Journalistik und Kommunikationswissenschaft
Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt
Ostenstraße 25
85072 Eichstätt
Tel: ++49 8421-931755 oder 931053
www.journalistik-eichstaett.de

Vorbereitungsteam

Friederike Herrmann, Thomas Schröder, Susanne Wegner (FG Mediensprache – Mediendiskurse)

Susanne Kirchhoff, Elke Grittmann, Claudia Riesmeyer (FG Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht)