

Call for Paper MedienJournal 3/2014

Intersektionalität in der Medien- und Kommunikationswissenschaft

Die Überschneidungen und Überkreuzungen verschiedener sozialer Kategorien wie Ethnie, Klasse, Geschlecht u.v.a. werden seit einigen Jahren unter dem Stichwort „Intersektionalität“ in den Sozial- und Geisteswissenschaften diskutiert. Zurückgeführt wird der Begriff auf die US-amerikanische Wissenschaftlerin Kimberley Crenshaw, die damit auf die diskriminierende Verschränkung der Kategorien Race und Gender im juristischen Diskurs hingewiesen hat. Die Frauen- und Geschlechterforschung hat schon früh auf „Achsen der Ungleichheit“ oder „Achsen der Differenz“ hingewiesen; weitere Impulse kamen aus den Postcolonial Studies und der Queer Theory. Das Ineinandergreifen verschiedener soziale Kategorien und die daraus resultierenden Machtverhältnisse werden in den Blick genommen und hinsichtlich ihrer Wechselwirkungen auf der Identitäts-, Repräsentations- und Strukturebene analysiert. In den aktuellen Debatten können drei grundlegende Trends beschrieben werden: In *theoretischen Auseinandersetzungen* wird z.B. über die Zahl der Ungleichheitskategorien und die Art ihrer Verschränkung gestritten. In *empirischen Untersuchungen* wird zweitens versucht, die Erkenntnisse einer intersektionalen Perspektive methodisch umzusetzen. Schließlich zeigt sich an der *Schnittstelle von Theorie und Praxis* die Gefahr einer Vereinnahmung des Intersektionalitätsbegriffs durch die Diversity-Forschung.

In der Medien- und Kommunikationswissenschaft, insbesondere der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung, ist die intersektionale Perspektive zwar schon seit längerem bekannt, die Zahl theoretischer Beiträge sowie empirischer Studien, die tatsächlich einen intersektionalen Ansatz verfolgen, bleibt indes überschaubar. Für die Medien- und Kommunikationswissenschaft bietet das Konzept der Intersektionalität jedoch gewinnbringende Perspektiven; beispielsweise für die Analyse von Mediendiskursen und Repräsentationspolitiken und den dadurch vorgenommenen Ein- und Ausschlüssen. Auch Produktions- und Konsumtionsprozesse lassen sich hinsichtlich der ihnen eingeschriebenen Machtverhältnisse befragen.

Vor dem Hintergrund der aktuellen wissenschaftlichen Auseinandersetzungen mit dem Konzept Intersektionalität erwarten wir theoretische wie auch empirische Beiträge, die kommunikations- und medienwissenschaftliche Fragestellungen aus einer intersektionalen Perspektive behandeln bzw. die Intersektionalitätsforschung aus Sicht der Kommunikations- und Medienwissenschaft weiterentwickeln, also etwa auf folgende Fragen eingehen:

- Wie lassen sich Wechselwirkungen von Differenzkategorien auf verschiedenen Untersuchungsebenen erfassen? Wie können auf der Makro- und Mesoebene Medien und ihre Organisationszusammenhänge berücksichtigt werden, auf der Mikroebene Prozesse der Kommunikation und Repräsentation?
- Versprechen neben Inhalts- und Diskursanalysen andere Methoden neue Erkenntnisse bzw. welche Methodentriangulation ist sinnvoll?
- Kann die Intersektionalitätsforschung an ältere Repräsentationsstudien zum Frauen- bzw. Männerbild in den Medien anknüpfen?
- Leistet Intersektionalität nicht einer Re-Ontologisierung von Ungleichheitskategorien Vorschub? Oder ermöglicht sie einen Rückbezug auf die Bedeutung von

Medien und Kommunikation für gesellschaftliche Inklusions- und Exklusionsprozesse?

- In welchem Verhältnis steht intersektionale Forschung zu Diversity Management und Diversity Marketing?
- Welche Kategorien sind für die Analyse welcher kommunikationswissenschaftlichen Themenfelder besonders relevant?

Von Interesse sind insbesondere auch empirische Arbeiten auf der Produktions-, Text- oder Rezeptionsebene. Mögliche Forschungsfragen etwa sind:

- Inwiefern fungieren Mainstream-Medien als Normalisierungsagenten für eine weiße Mittelschicht?
- Welcher Stellenwert kommt intersektionalen Ansätzen in der Ausbildung von Kommunikator_innen zu?
- Welche Inklusions- und Exklusionsprozesse sind mit dem Internet verbunden?
- Welche Rolle spielen intersektionale Ansätze in den Visual Studies?
- Welche medienrechtlichen und -ethischen Fragen werfen intersektionale Perspektiven auf? Wie etwa lassen sich diskriminierende Berichterstattung oder stereotype Werbung vermeiden? Inwiefern kann Diversität als Qualitätsmerkmal von Medienprodukten gelten?

Wir freuen uns über Beiträge in einem Umfang zwischen 20.000 und 35.000 Zeichen (inkl. Leerzeichen). Die formale Gestaltung der Texte hat sich nach den Manuskriptrichtlinien des Medien Journals zu richten, diese sind auf der Internetseite der ÖGK (<http://www.uni-salzburg.at/index.php?id=25895>) ersichtlich. Bei den eingesandten Texten muss es sich um Erstveröffentlichungen handeln, d.h. die Texte dürfen in dieser Form noch nicht publiziert sein.

Bitte senden Sie die Beiträge bis zum **30.4.2014** an die Herausgeberinnen Ricarda Drueke (ricarda.drueeke@sbg.ac.at), Elisabeth Klaus (elisabeth.klaus@sbg.ac.at) und Martina Thiele (martina.thiele@sbg.ac.at), Universität Salzburg, Fachbereich Kommunikationswissenschaft, Rudolfskai 42, 5020 Salzburg.