

# Männlichkeiten und Technologien

Relationen, Ambivalenzen, Implikationen

Stefan Sulzenbacher  
Abteilung Genderkompetenz  
Technische Universität Wien  
14. Dezember 2023

# Previously on...

## Prothetische Schnittstellen

- Geschichte der Prothesenforschung: Wiederherstellung von Arbeitskraft und „Recycling“ von Kriegsversehrten während des Ersten Weltkrieges
- (nicht-)menschliche Kollektive im Hochleistungssport: Oscar Pistorius und Eliud Kipchoge



# Diskussion

Was sind männliche Schönheitsideale  
und wie hängen solche Ideale mit  
Technik zusammen?

2 Minuten Diskussion mit Sitznachbar\*in





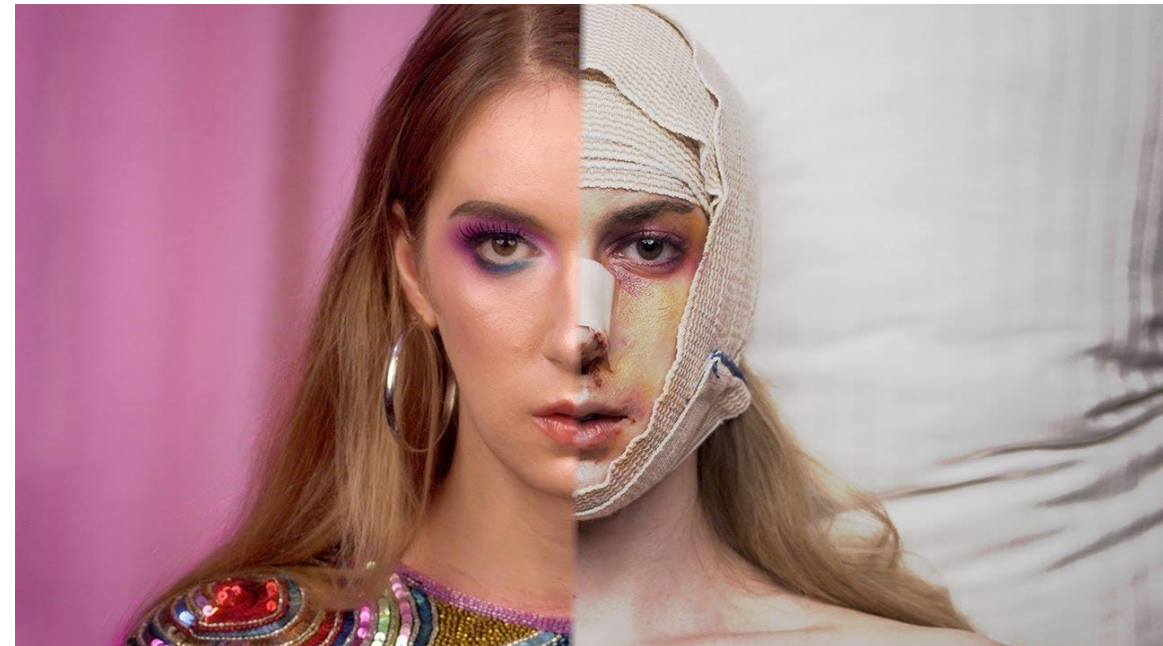
# Körper- und Schönheitsideale

Sternstunde Philosophie (2023):  
Tabu Hässlichkeit: Warum Schönheit  
grausam ist



Link: <https://www.youtube.com/watch?v=ljYGHFZBWV4>

Contrapoints (2019):  
Beauty



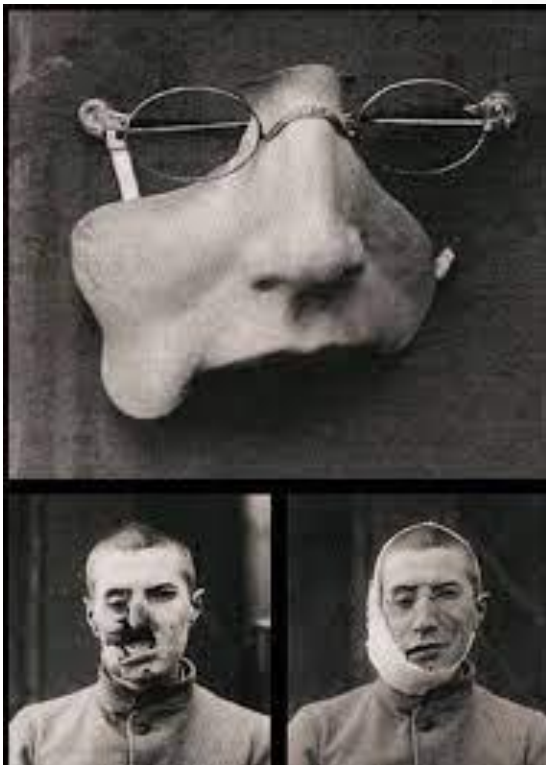
Link: <https://www.youtube.com/watch?v=n9mspMJTNEY>

# Bildtechnologien, Körper- und Schönheitsideale

- Kleidung als Schönheitstechnologie: Der „Herrenanzug“
- Wandelbarkeit von Idealen: Metrosexualität und Muskeltraining
- Patriarchale Blickstrukturen: Schauen und Angeschaut-Werden
- Makeover: Optimierbarkeit von Geschlecht

# Prothesen als Schönheitstechnologien

## Wiederherstellung



Gesichtsprothese



„Sonntagshand“

## Erweiterung

Schönheits- und Körperpflege • Haarpflege & Styling • Haarverlängerungen & Perücken • Haarverlängerungen



### Clip-On Instant Man Bun (s

Marke: Man Bun (TM)

★★★★☆ 98 Sternbewertungen | 4

Farbe	Schwarz
Material	Holz
Haartyp	Curly
Marke	Man Bun (TM)
Altersspektrum (Beschreibung)	Erwachsene

### Info zu diesem Artikel

- Kommen Sie mit dem neuesten Trend und h

### Vergleichbares Produkt

Messy Bun Haarteil für Damen, d  
Haarzubehör, helles Kastanienbra  
★★★★☆ (482)  
7,99 USD (7,99 \$/Count)

Instant-Man-Bun



# Kleidung als Schönheitstechnologie

## Erweiterung



Muscle-Suit (Arrested Development S01E07)



Muscle-Suit unter Alltagskleidung

# Kleidung als Schönheitstechnologie

## Arte-Doku: Foucault gegen Foucault (Ausschnitt)

- Unterkleider zur **Betonung** von verdeckten Körperpartien
- **Herstellung** von geschlechtlichen Körperidealen

*„Das Verbergen ist zugleich ein Zurschaustellen“*



Link: <https://www.youtube.com/watch?v=WkpLYDKyLfi>



# Die Schönheitstechnologie „Herrenanzug“

- seit ca. 1850 in Nordamerika, ab 1890 in allen urbanen Zentren der Welt – Zeichen des (wirtschaftlichen) Erfolgs und der (politischen) Macht
- Anzug mit Krawatte als „Uniform westlicher Business-Männlichkeit“ (Connell) und maßgeschneiderte „Rüstung“ zur (wirtschaftlichen) Eroberung der Welt
- Ausrichtung an westliche Standards: ab 1894 Anzugzwang für Beamte in Japan, „Hutgesetz“ verpflichtete ab 1925 Staatsdiener in Türkei zum Anzug
- Fixiert geschlechtsspezifische Farbenlogik für Kleidung: Bunt weiblich, schwarz/gedeckt männlich
- Etablierung eines durch Kleidung koproduzierten männlichen Körperideals: Schulterpölster von Jacketts versprechen Tatendrang

# Die Schönheitstechnologie „Herrenanzug“

## Video: Der Herrenanzug (Arte) (Ausschnitt)

- Anzugherstellung hochtechnisiert
- Kleidung als Distinktionsmerkmal  
(Stangenware vs. Maßanfertigung)
- Kleidungsstil der „modernen Stadt“  
als Schönheitsideal



Link: <https://www.youtube.com/watch?v=bxEX2RSJT0k>

# Metrosexualität

- Überspitzung der Idealisierung städtischer Schönheitsangebote
- Begriff „metrosexual“ 1994 von Mark Simpson (Journalist) geprägt
- Vermeintlich universell, jedoch ausschließlich für Männer verwendet
- Satirische Bezeichnung, um Strategien der Werbebranche zu parodieren und auf Aneignung von schwulen Codes durch heteronormativen Mainstream hinzuweisen

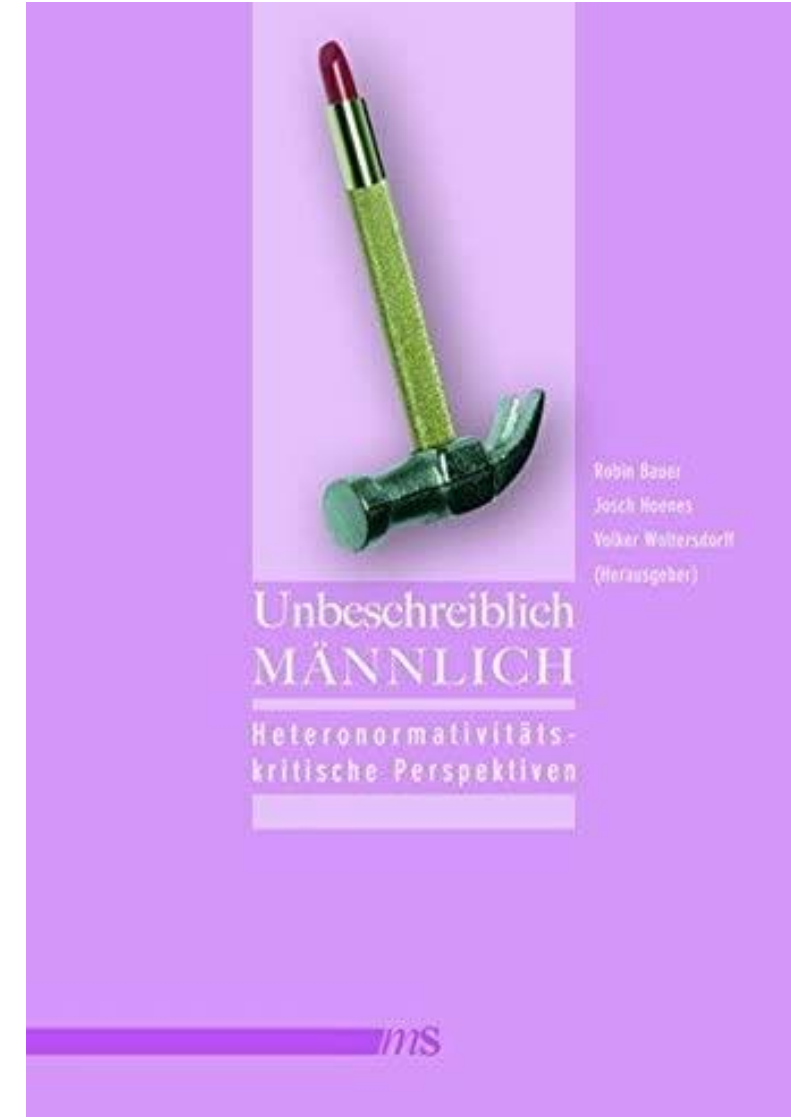
„Ich entwickelte den Begriff ‚metrosexuell‘, um eine neue Art von Mann zu beschreiben: den jungen Single, der in der Metropole lebt (weil dort die besten Läden sind), der **schwul oder heterosexuell** sein mag. Letztlich ist das **ohne Bedeutung, denn er nimmt sich ganz offen selbst zum Objekt seiner Liebe.**“ (Mark Simpson)



# Metrosexualität

Sebastian Scheele (2007):  
„Schwul leben – heterosexuell lieben“  
Metrosexualität als homophobe Modernisierung  
hegemonialer Männlichkeit

- Analyse der Debatten um Metrosexualität Anfang der 00er-Jahre mit Fokus auf David Beckham
- Ergebnis
  - Verschiebungen hegemonialer Männlichkeitsbilder
  - Erweiterung für Spielräume heterosexueller Männer und Konsumräume, Beibehaltung von Homophobie



# Metrosexualität – David Beckham

„der König unter den Metro-Männern, prägt den Look entscheidend mit. Seine Kennzeichen: blonde Strähnchen, Klunker an den Ohren, rasiertes Dekolleté, manchmal sogar gelackte Nägel“ (glamour.de, 2003)

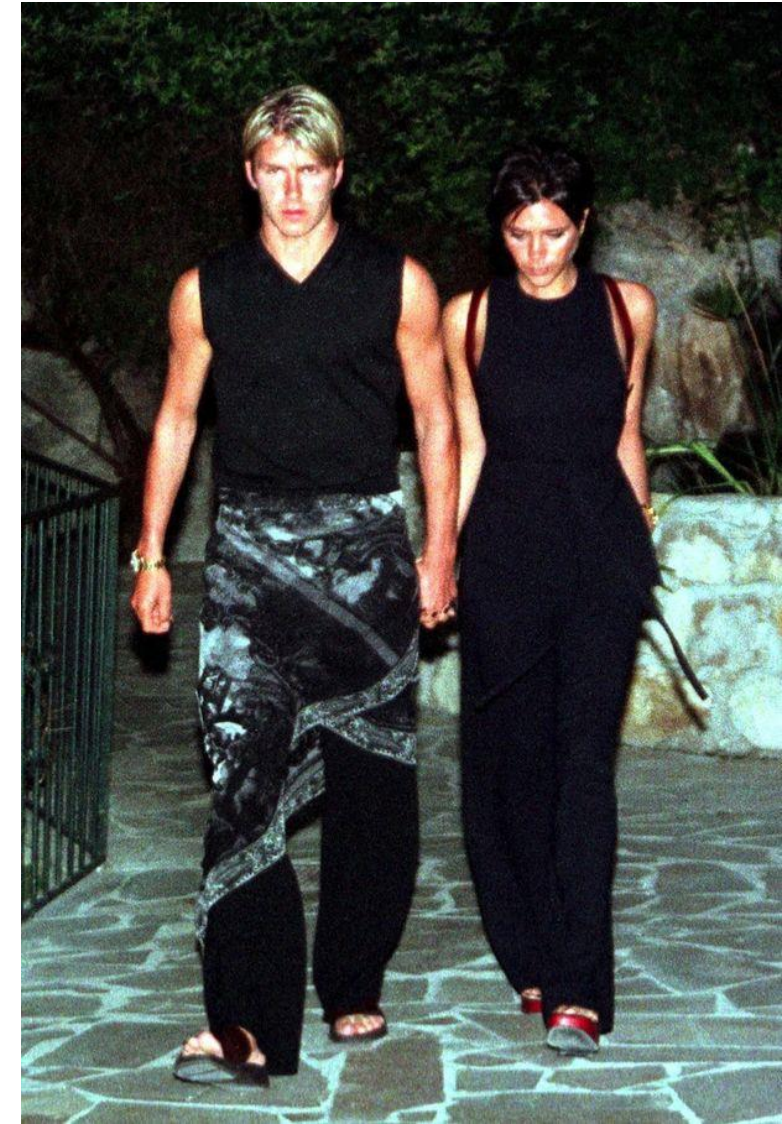
- Kein Zufall, dass der „über-metrosexual“ (Simpson) Fußballer war und nicht etwa Balletttänzer oder Rocksänger
- Sport spielt wichtige Rolle für heterosexuelle Männlichkeitsideale und gilt als „eine der ‚letzten Bastionen‘ männlicher Macht und Überlegenheit über – und Separation von – der ‚Feminisierung‘ der Gesellschaft“ (Michael Messner)



# Metrosexualität – David Beckham

- Beckham als Musterbeispiel hegemonialer Männlichkeit, durch „Siege in allen Standard-Männer-Spielen“ (Sebastian Scheele)

„Er hat eins der Spice Girls geheiratet, er hat Kinder gezeugt, er hat die Weltbesten auf dem Fußballfeld geschlagen, er hat ein ordentliches Vermögen angehäuft, und er ist zu einem der einflussreichsten Menschen im Land geworden. **Er braucht seine Männlichkeit nicht zu beweisen, und das gab ihm die Freiheit, die feminine Seite seiner Persönlichkeit zu erforschen**“. (Himanshu Verma)





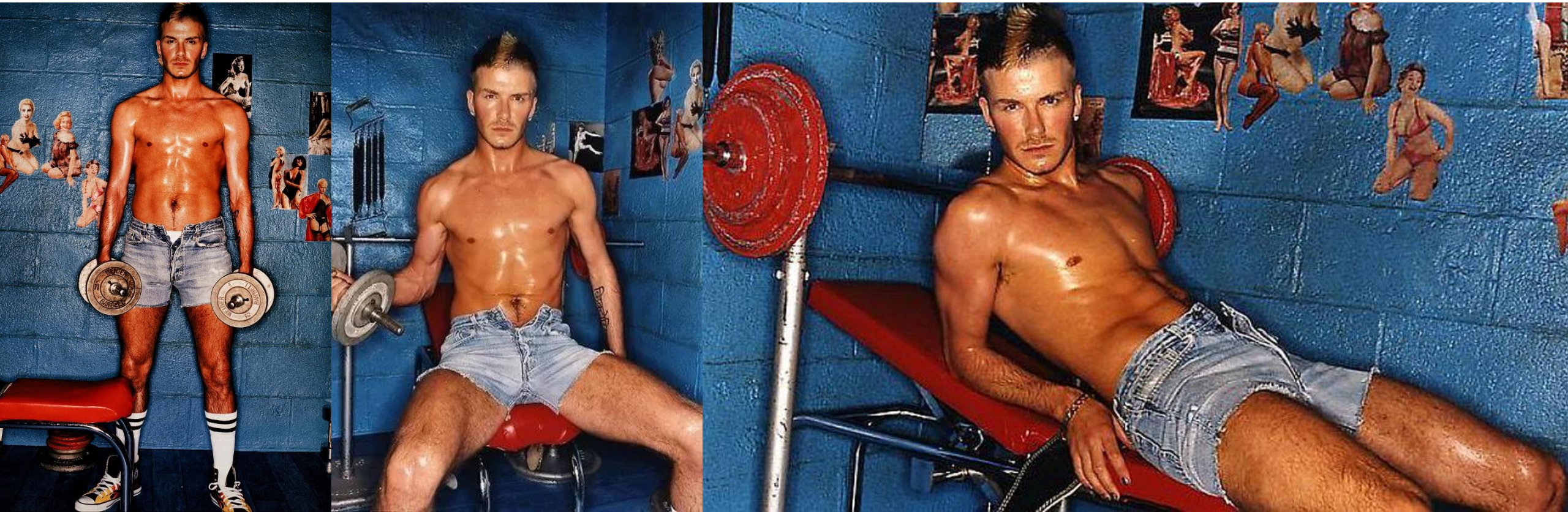
# Metrosexualität

- Metrosexualität (Aufgreifen von schwulen Codes im heterosexuellen Mainstream) als paradoxe Bestärkung der Grenze zwischen Homo- und Heterosexualität
- Vorher als weiblich oder homosexuell assoziierte Eigenschaften greifen Heterosexualität nicht an, sondern unterstreichen sie

„Der Mut zur weiblich konnotierten Kleidung wird **unter der Bedingung unzweifelhafter heterosexueller Männlichkeit als männlichkeitsbestärkend** gelesen, wie es beispielsweise ein David-Beckham-Fan tut: ‚Ich mag ihn weil er Kerl genug ist, alles zu tragen, was er tragen möchte.‘“ (Sebastian Scheele)

## David Beckham (2002) fotografiert von Dave LaChapelle für GQ

- Aufgreifen von schwulen Codes (Jeans-Shorts, lackierte Fingernägel, Ohrring, Männer-Knast-Setting, etc.)
- Heterosexuelle „Absicherung“ durch weibliche Pin-Ups

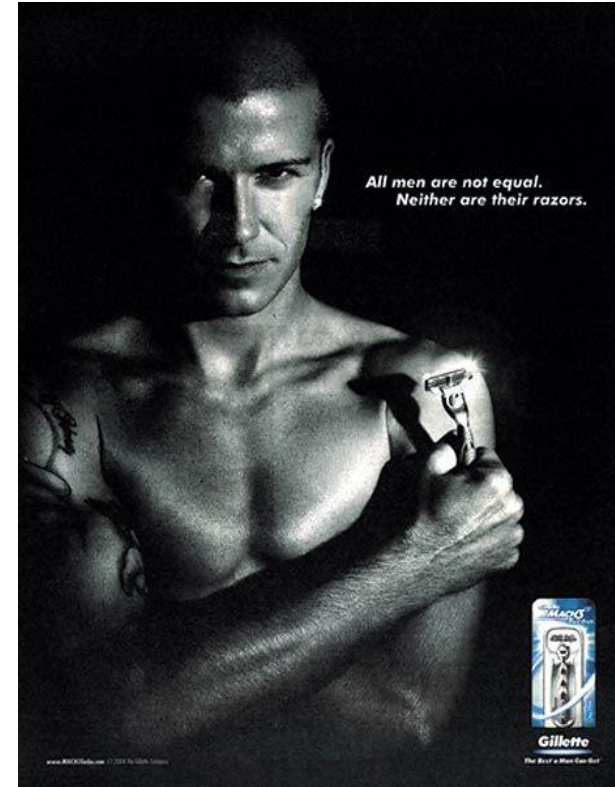




# Metrosexualität

- Metrosexuelle als Stilikonen und Werbefiguren erschließen Männer Anfang der 2000er als Zielgruppe für Schönheitstechnologien
- Forcierung von Gender-Marketing: Popularisierung von Schönheits- und Pflegeprodukten „für ihn“, „for men“ etc.

„Der Metrosexuelle ist ein Warenfetischist, ein Sammler von **Fantasien über den Mann**, die ihm durch Werbung verkauft werden.“  
(Mark Simpson)





# Muskeltraining zwischen Athletik und Ästhetik

Podcast-Empfehlung: 99% invisible  
Episode 466 – The Weight (2021)

- Geschichte des Muskeltrainings mit Gewichten
- Gewicht als (banale) Technologie
- Zwei konkurrierende Philosophien
  - Bob Hoffman (Athletik)
  - Joe Weider (Ästhetik)

Link: <https://99percentinvisible.org/episode/the-weight/>



Shane Hamman  
Gewichtheben

King Kamali  
Bodybuilding

# Geschichte des Muskeltrainings mit Gewichten

- Anfang des 20. Jhdts. **Angst vor Muskeltraining** mit Gewichten
  - (medizinische) Auffassung, „zu viele“ oder „zu starke“ Muskeln würden Körper begrenzen und Bewegungsabläufe stören
  - „Starker Mann“ als Zirkusfigur (Attraktion)
  - Popularisierung von „**Body Building**“ in den 1970ern durch Action-Filme und Film-Stars (Arnold Schwarzenegger): Vorstellung, Körper nach eigenen Idealen formen zu können
  - Individualistische Motivation: Muskelaufbau um des Muskelaufbaus willen (Idee der Optimierbarkeit)
- > mittlerweile Annahme etabliert, für Attraktivität des eigenen Körpers selbst verantwortlich zu sein



# Videobeispiel

Szene aus TRANSFORMERS  
(2007)



Link: <https://www.youtube.com/watch?v=u0LVDsV7w0E>



# Diskussion

Wie wird hier Männlichkeit hergestellt?

2 Minuten Diskussion mit Sitznachbar\*in



# Patriarchale Blickstrukturen im Kino

Kritik feministischer Filmtheorie an etablierten Hollywood-Konventionen:

„In einer Welt, die von Ungleichgewicht zwischen den Geschlechtern regiert wird, ist die Lust am Schauen in aktiv/männlich und passiv/weiblich gespalten. Der bestimmende männliche Blick (*male gaze*) projiziert seine Phantasie auf die weibliche Figur, die entsprechend entworfen ist. In ihrer traditionellen exhibitionistischen Rolle werden Frauen zugleich angeschaut und zur Schau gestellt, ihre Erscheinung ist auf eine starke visuelle und erotische Ausstrahlung hin codiert, **wir könnten sagen, sie bedeuten Zum-Anschauen-Sein.**“  
(Laura Mulvey)

# Male Gaze (Laura Mulvey)

Dreifach patriarchale Blickstruktur des klassischen Hollywoodkinos:

- Kamera-Blick auf das Geschehen (geleitet von männlichem Regisseur)
- Blick des (männlichen, heterosexuellen) Zuschauers auf den Film
- Blick der (männlichen) Hauptfigur auf weibliche Figur



# Male Gaze (Laura Mulvey)

Dreifach patriarchale Blickstruktur des klassischen Hollywoodkinos:

- Kamera-Blick auf das Geschehen (geleitet von männlichem Regisseur)
- Blick des (männlichen, heterosexuellen) Zuschauers auf den Film
- (männliche) Hauptfigur auf weibliche Figur

-> Point of View (PoV)-Shots legen eine Identifikation mit männlicher Hauptfigur nahe

*Male Gaze* meint nicht einfach einen „männlicher Blick“ im Sinne einer optischen Wahrnehmung, sondern eine **Blickstruktur**, die mit gesellschaftlichen **Machtverhältnissen** verknüpft ist



# Blickstruktur = Machtverhältnis

Blickstrukturen (Anschauen – Angeschaut-Werden) sind mit gesellschaftlichen Machtverhältnissen verknüpft

<u>Blickstruktur</u>	<u>Subjekt</u>	<u>Objekt</u>
Male Gaze	Männer	Frauen
Medical Gaze	Ärzt*innen	Patient*innen
Orientalist Gaze	Westler*innen	orientalisierte „Andere“
Colonial Gaze	Kolonisierende	Kolonisierte
Rich Gaze	Reiche	Arme/ Arbeiter*innen
Straight Gaze	Heteronormative	LGBTQIA+-Personen
White Gaze	<i>Weiß</i> e	People of Color

# bell hooks Kritik am Konzept des Male Gaze

Annahme von „abstrakten“ männlichen und weiblichen Zuschauenden:

- Männliche Zuschauer identifizieren sich mit aktivem Blick der (männlichen) Hauptfigur
- Weibliche Zuschauerinnen identifizieren sich mit der angeschauten weiblichen Figur

Intersektionale Kritik von bell hooks:

Schwarze Zuschauer\*innen können sich **weder mit dem patriarchalen Blick** der männlichen Hauptfigur **noch mit der weiblichen, weißen Figur** als Angeschaute identifizieren



bell hooks

# bell hooks Kritik am Konzept des Male Gaze

„Die meisten der angesprochenen Frauen beharrten darauf, dass sie niemals mit der Erwartung ins Kino gingen, schlüssige Darstellungen schwarzer Frauen zu sehen. Der Rassismus im Film war ihnen allen ausgesprochen bewusst – er hat die schwarze Frau gewaltsam ausgeblendet. Anne Friedberg betont [...], dass ,die **Identifizierung nur über den Wiedererkennungseffekt** vollzogen werden kann, und jede Wiedererkennung ist an sich schon eine in ihr angelegte Bestätigung des Status quo.’ Selbst wenn wir schwarzen Frauen im Film dargestellt wurden, waren **unsere Körper und unser Sein nur vorhanden, um zu dienen** – um die **weiße Frau als Objekt [...]** zu erhalten und ins rechte **Licht zu setzen.**“ (bell hooks)



Hattie McDaniel als „Mammy“ in  
GONE WITH THE WIND (1939)

des Status quo.' Selbst wenn wir schwarzen Frauen im Film dargestellt wurden, waren **unsere Körper und unser Sein nur vorhanden, um zu dienen** – um die **weiße Frau als Objekt [...]** zu erhalten und ins rechte **Licht zu setzen.**" (bell hooks)



# Intersektionalität des Farbfilms

- „Shirley“-Karten wurde zwischen 1940-1990 zur Optimierung der Farbdarstellung von Filmen verwendet
  - Jahrzehntelange Vernachlässigung von Chemikalien, die verschiedene dunklere, gelblichere bzw. rötlichere Hautfarben sichtbar machen würden
- > Farbfilm für *weiße* Hautfarben optimiert
- > Referenzwert: *weiße*, weibliche, bürgerliche „Schönheit“





"Seems as if  
she could walk  
right out of the  
picture"



THIS SUMMER—don't fail to bring back some Kodachrome color movies from your vacation.

There's a fascination about Kodachrome color movies that holds you spellbound when you see them on the screen. Their beauty. Their reality.

That stretch of sand glowing in the sunlight—you can almost feel the heat waves rising from it. People seem vividly alive—as if you could reach out and touch them. Your Kodachrome Film catches every subtle hue of tree and flower, earth and sky—even the delicate tints of a child's face.

If you haven't yet taken Kodachrome color movies—get started this week. Don't put off this great experience. They're easy to take—just load your Ciné-Kodak with Kodachrome instead of black-and-white. No extra equipment.

Go in today and ask your dealer to show you some of his sample reels. Only actually seeing them will give you any idea.

ALL THESE MOVIE CAMERAS TAKE PICTURES IN KODACHROME, AS WELL AS BLACK-AND-WHITE...

You can use Kodachrome Film with any of the following home movie cameras: Ciné-Kodak Eight, the economy movie maker, Model 20, at the new low price of \$29.50; Model 25, at \$42; Model 60, at \$67.50. Ciné-Kodak "E," the low-priced "sixteen" that has so many high-priced camera features, \$39.50. Ciné-Kodak "K," the world's most widely used 16 mm. home movie camera, \$80—the new low price. Magazine Ciné-Kodak, 3-second magazine loading, \$117.50... Eastman Kodak Company, Rochester, N.Y.



FROM A KODACHROME ORIGINAL

**KODAK'S COLOR SHOW—HIT OF THE NEW YORK FAIR**  
Greatest Photographic Show on Earth at the Kodak Building—Kodachrome full-color pictures projected on a 187-foot screen, the longest in the world.

Take your Ciné-Kodak to the Fair and while you're at the Kodak Building, Eastman experts will advise you what to take and how to take it.



Kodachrome Film

EASTMAN'S FULL-COLOR  
HOME MOVIE FILM



It's always summer in snapshots

You'll feel the carefree spirit of that summer day every time you look at your snapshots. Your family, your friends, your trips and your holidays... they'll be the same *always* in the pictures that you take *now*.

Your camera is one of your best companions on every occasion. It pays to keep it ready, and to have two or three extra rolls of Kodak Film on hand... Remember, the snapshots you'll want tomorrow, you must take today!

EASTMAN KODAK COMPANY, ROCHESTER 4, N. Y.

You get the picture with Kodak Film...the film in the familiar yellow box

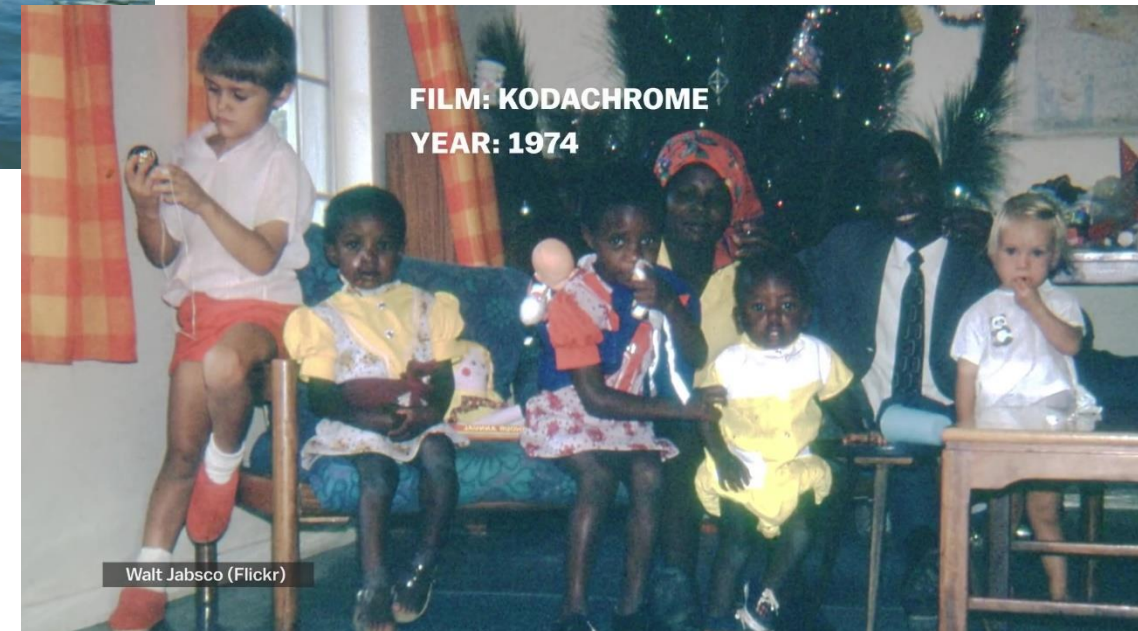
For black-and-white snapshots  
—Kodak Verichrome Film

For full-color snapshots  
—Kodachrome Film





# Intersektionalität des Farbfilms





# Intersektionalität des Farbfilms

- 1970er: Aufregung von Möbel- und Schokoladefirmen darüber, dass unterschiedliche Brauntöne von Holz bzw. Schokolade nicht angemessen abgelichtet werden konnte
- 1990er: Entwicklung von Kamerasystemen mit zwei Computerchips zur individuellen Balancierung von dunkleren und helleren Hautfarben
- Einführung von diversity-bewussteren „Shirley“-Karten



# Patriarchale Blickstrukturen

## Spezifisches Zusammenwirken von Männlichkeit, Schönheit und Bildtechnologien

- Male Gaze: medientechnische Verteilung von Aktivität und Passivität entlang der binär-vergeschlechtlichten Koppelungen von Schauen/männlich und Angeschaut-Werden/weiblich
- Intersektionale Kritik: Abstrakte Konzeption von Zuschauenden, Schwarze Zuschauer\*innen werden nicht mitgedacht
- „Shirley“-Karten: Einschreibung *weißer*, weiblicher, bürgerlicher Schönheitsideale in medientechnische Artefakte der Fotografie



# Makeover: Logik der Optimierbarkeit

- Konzept der „Überarbeitung“ von Lebensbereichen
- durch Fernsehformate der 2000er popularisiert
- Zunächst Essen, Häuser und Gärten
- Später Kleidung, Sauberkeit, Arbeit, Partner\*innensuche, Sex, Kindererziehung und Schönheitsoperationen



VORHER



NACHHER





# Makeover: Optimierbarkeit von Geschlecht

Brenda Weber (2006):

- Analyse diverser Makeover-Shows mit unterschiedlichen Graden der Invasion von Körpern:
  - „nur“ Kleidung und Style
  - minimal- und maximalinvasive OPs
- Fokus auf Männlichkeiten

## What Makes the Man?

### Television Makeovers, Made-Over Masculinity, and Male Body Image

BRENDA R. WEBER  
*Indiana University*

This article examines television makeover transformations of men, arguing that makeovers provide a means of observing how manliness is constructed by the media and how male identity and body image become implicated in gendered investments about masculinity. The televised “manly” makeover also offers an opportunity to observe the relation between men’s bodies and self-esteem. Since it is designed to heighten men’s sense of masculinity through a process that requires men to be passive in full view of an audience, the made-over man then comes to occupy a feminized position. He must be the object of the other’s gaze and accept externally determined changes of his body and self-presentation.

*Keywords:* male identity, body image, hegemonic masculinity, self-esteem, self-presentation

---

The makeover has long been a mainstay of women’s advice and entertainment lit

# Videobeispiel

10 YEARS YOUNGER (2019)  
(Ausschnitte)



## Links

Präsentation Tony: <https://www.youtube.com/watch?v=dePCBLKcvRI>

Haare & Reveal Tony: <https://www.youtube.com/watch?v=dU3KnubHTZE>

# Makeover: Optimierbarkeit von Geschlecht

## Aufbau der Sendungen nach gleichem Schema

- Produktion von „*toxic shame*“ bei den Teilnehmenden durch Demütigung von Expert\*innen und/oder Voice-Over
- Je nach Sendung Herausstreichen von verschiedenen Unzulänglichkeiten (z.B. Garderobe, Sauberkeit, Frisur) und Definition von „optimierbaren“ Aspekten

„Given its demand for male submission and its link to women’s interests, the concept of the manly makeover flies in the face of hegemonic masculinity.“  
(Brenda Weber)



# Makeover: Optimierbarkeit von Geschlecht

## Aufbau der Sendungen nach gleichem Schema

- Ausführlich dokumentierte Bearbeitung der „Baustellen“
- Enthüllung („Reveal“) des optimierten Endprodukts
- Abschließender Vorher-Nachher-Vergleich



„In all cases, goals are directed at achieving gender/sex congruence, so that female bodies can be carved into more feminine shapes and male bodies to emit masculine signs.“ (Brenda Weber)



# Makeover: Bearbeitbare Männlichkeit

Makeover-Prinzip widerspricht Vorstellung einer naturgegebenen Männlichkeit (biologischer Essentialismus: „Man is not created. Man simply is.“)

„In the thorny domain of manly makeover, there is a tacit understanding that a man's masculinity is already fully present since it is a natural dividend of his male body. **The job of the makeover, then, is not to create masculinity; it is simply to make it more manifest.**“  
(Brenda Weber)

# Makeover: Doppelte Standards

## Teilnehmerinnen

- „Ausgangs-“Körper von Kandidatinnen in Makeover-Shows der 00er-Jahre (insbesondere THE SWAN und EXTREME MAKEOVER) oft als männlich beschrieben: „block-like masculine body“
- Optimierungspotenzial für Weiblichkeit durch Überwindung von männlichen Zuschreibungen



## Teilnehmer

- Körper von Kandidaten nie als weiblich beschrieben
- Optimierungspotenzial für Männlichkeit als Herausstreichen und Betonen von bereits existenten Eigenschaften („more masculine“)



# Makeover

„As Charlie says about his makeover experience, ‚Don’t ever recommend somebody for *What Not to Wear* unless they have a good thick skin, because it’s really tough. I can take a little criticism, but hours of it, over and over again, with pictures and video. *What Not to Wear* is not for sissies.’ In this regard, **the makeover functions as a masculinized technology of gender, much like the army or the marketplace itself, which creates the man by forcing him into submission.**“ (Brenda Weber)

# Makeover: Vorher-Nachher-Prinzip

- Makeover kein einfaches Ersetzen des Alten durch das verbesserte Neue
- Weigerung von Makeover-Formaten, den „Vorher“-Körper zu vergessen
- Visuelle Rückbindung durch **Gegenüberstellung zentral** für das Makeover  
(**Vorher-Nachher-Aufnahmen** sind immer gleichzeitig zu sehen)





# Makeover: Vorher-Nachher-Prinzip

- Gegenüberstellung schafft Vergleichbarkeit und unterstreicht den Prozess, den Aufwand und die geleistete Arbeit der Veränderung
  - Ohne Gegenüberstellung verliert der „neue“ Körper seine Bedeutung als Ergebnis von harter Arbeit und Expert\*innen-Interventionen
- > Etablierung eines Vorher-Nachher-Blicks auf alle Lebensbereiche:  
Alles scheint *optimierungsfähig* und  
dadurch *optimierungsbedürftig*!**



# Makeover: Optimierbarkeit von Geschlecht

„[E]ffortlessness still holds as a compelling ideal for heteronormative hegemonic masculinity. [...T]he made-over man must learn a **complicated dance: how to improve the way he looks without seeming to have done so**. Anything more will too flagrantly point to the aid and intervention offered by the feminized mechanism of the makeover. Anything less will too overtly compromise the ways in which masculinity is grounded in indifference.“ (Brenda Weber)

-> schmaler Grad zwischen „ungepflegt“ und „aufgetakelt“

-> **Paradoxie: Möglichst „natürlicher“ Look als Ziel von (mitunter sehr aufwendigen) Schönheitstechniken** (vgl. *Woke-Up-Like-This*-Look)

# Nachfolgephänomene des Makeover-Formats

## Glow-Up TikToks

- spitzen Makeover auf „Reveal“-Moment zu
- Fokus oft Pubertät

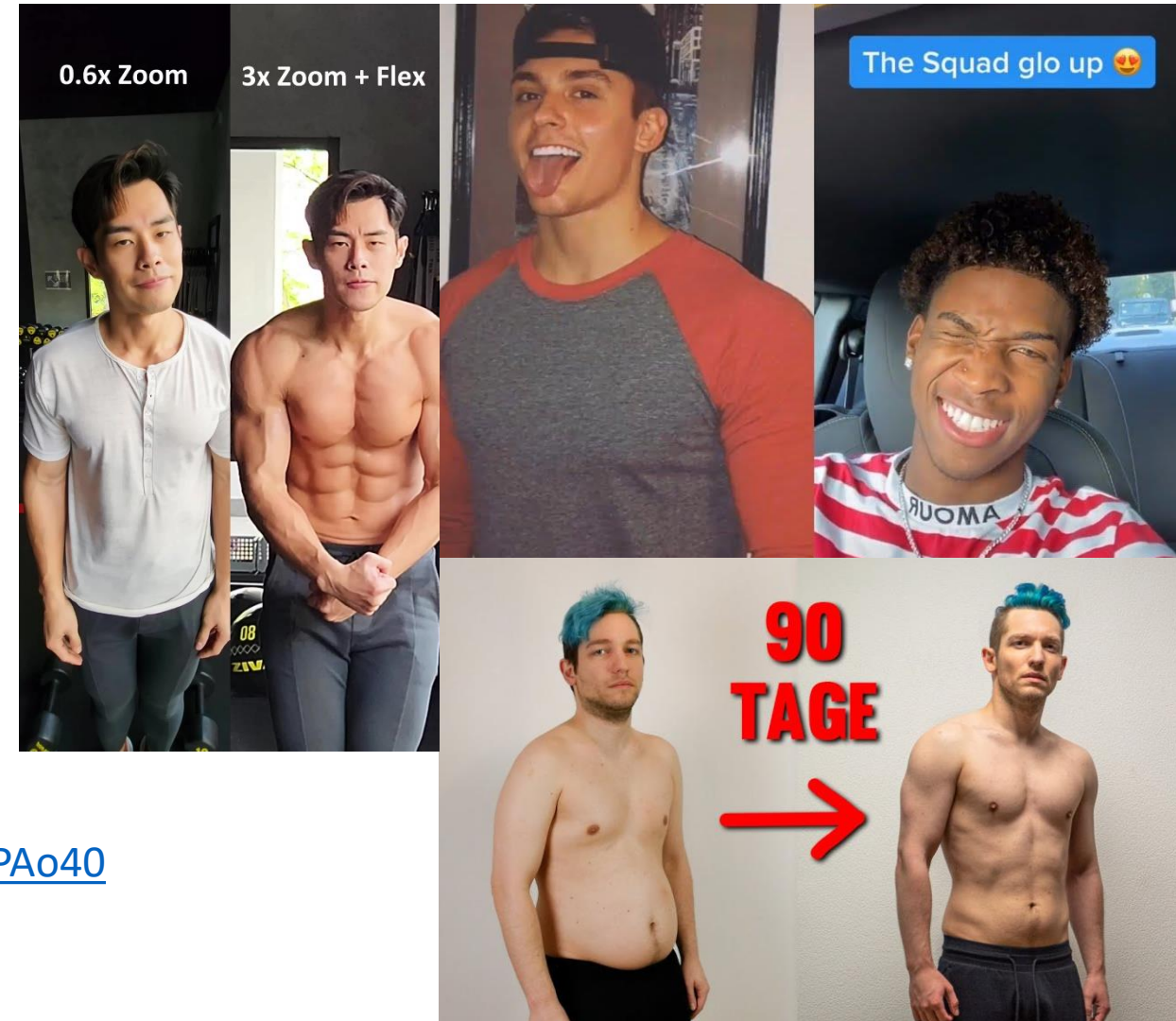
## Body-Transformations

- Challenges auf Social Media
- Oft verbunden mit Produkt-Platzierung

## Parodie von Foto-Reaktionen

- Hervorhebung von Fototechnik

Link: <https://www.youtube.com/shorts/MLXxk1PAo40>





# Fazit

- Blickstrukturen und Technologien optischer Medien nicht unabhängig von gesellschaftlichen Machtverhältnissen
- unterschiedliche Technologien an anmaßender **Überhöhung bestimmter Formen männlicher Körper- und Schönheitsideale** beteiligt





# Literatur

- Bergermann, Ulrike (2015): Buns. Instrumente haariger Biopolitik. In: Genderblog der Zeitschrift für Medienwissenschaft
- Bergermann, Ulrike (2013): Weißabgleich und unzulässige Vergleiche. In: Verspannungen. Vermischte Texte. S.11-29
- hooks, bell (2016, i.O. ): Der oppositionelle Blick. Schwarze Frauen als Zuschauerinnen. In: Gender&Medien-Reader, S.91-106
- Mulvey, Laura (2016, i.O. 1975): Visuelle Lust und narratives Kino. In: Gender&Medien-Reader, S.45-60
- Scheele, Sebastian (2007): „Schwul leben – heterosexuell lieben“ Metrosexualität als homophobe Modernisierung hegemonialer Männlichkeit. In: Unbeschreiblich männlich. Heteronormativitätskritische Perspektiven. Männerschwarm Verlag, S.213-229
- Weber, Brenda (2006): What Makes the Man? Television Makeovers, Made-Over Masculinity, and Male Body Image. In: International Journal of Men's Health, Vol.5 No.3, S.287-306