

# merz

medien + erziehung  
zeitschrift für medienpädagogik

## Neue Gendermedienwelten?!



### Weitere Themen

- Studie zu digitalen Audiostiften
- Brettspiele – ein aktuelles medienpädagogisches Forschungsfeld?!
- Partizipative Entwicklung einer App in der Jugendarbeit



## 2 aktuell

8 thema  
Neue  
Gendermedienwelten?!8 **Gender Media – Praktiken und  
Forschungsbedarf**

Editorial

Dagmar Hoffmann, Susanne Eggert

12 **Medienpraktiken aus  
Geschlechterperspektive**

Sigrid Kannengießer

19 **Genderbeben im Internet?**Aushandlungen von Geschlecht im  
Kontext Internet

Angela Tillmann

28 **Transgender Media Studies**Perspektiven und Herausforderungen  
Florian Krauß35 **Der Kampf gegen die „Pinkifizierung“  
im Mainstream**Ein Interview mit Stevie Meriel  
Schmiedel, Pinkstinks40 **Was Jugendliche online schauen**YouTube als medialer Raum für  
Rollenrepräsentationen  
Annekatriin Bock, Merja Mahrt48 **Hat Technik ein Geschlecht?**Ein Interview mit zwei  
Medienpädagoginnen

## 53 spektrum

53 **tiptoi, TING und Co. – zwischen  
Spielzeug und Lernmedium**Studie zu digitalen Audiostiften  
Marcel Rechlitz60 **Brettspiele – ein aktuelles  
medienpädagogisches Forschungsfeld?!**

Kira van Bebber-Beeg, Katharina Herde

68 **App dafür!**Erfahrungen mit der partizipativen  
Entwicklung einer App in der Jugendarbeit  
Dennis Rosenbaum, Tim Ossyssek,  
Christoph Reineke

## 76 medienreport

76 **Wie eine unsichtbare Freundin  
tödlich sein kann**Ein interaktiver Comic zu Magersucht  
Melanie Theissler78 **Lingumi Play**Ein Sprachlernspielzeug für Kinder  
Antje Müller80 **Mit Fiete durch den Zoo**Eine App von Kindern für Kinder  
Sophia Stemmer82 **Fabers Schatz**Ein Hörbuch über Fremdheit  
und Freundschaft  
Sophia Stemmer

## 84 publikationen

90 **kurz notiert**

## 93 impressum

## 94 service

## 96 kolumne

96 **Me First**Narzissmus und Medien  
Hans-Dieter Kübler

## JIM-Studie 2016

Unter den befragten Zwölf- bis 19-Jährigen in Deutschland nehmen fast alle ihr Handy mit in die Schule (94 %). Allerdings dürfen dort zwei Fünftel ihr Mobiltelefon prinzipiell nicht benutzen – zu diesen Ergebnissen kommt die *JIM-Studie 2016*, die sich unter anderem mit dem Medienumgang innerhalb der Schule, des Lernens und beim Erledigen der Hausaufgaben beschäftigt. Dabei werden insbesondere auch Regelungen bei der Handy- und WLAN-Nutzung in der Schule beleuchtet.

Speziell bei den Zwölf- bis 13-Jährigen darf nur jeder Zehnte das Handy im Unterricht für den Unterricht nutzen. Unter den volljährigen Schülerinnen und Schülern sind es dagegen schon 45 Prozent. Die Mobilfunknutzung ist allerdings nicht gleichzusetzen mit der WLAN-Nutzung an Schulen. Nach Angaben der Befragten gibt es an 41 Prozent der Schulen zwar WLAN, ist jedoch meist nicht zur Nutzung für die Schülerinnen und Schüler gedacht. So dürfen nur fünf Prozent der Schülerinnen und Schüler das WLAN an der Schule in den Pausen nutzen; 29 Prozent ist die Nutzung generell untersagt. Daneben räumen etwa 70 Prozent ein, mit den vielen Apps und Communities, die sie nutzen, manchmal viel Zeit zu verschwenden.

Dennoch äußern über zwei Drittel (68 %), dass sich eine Organisation und Planung in ihrem Freundeskreis gar nicht mehr ohne diese realisieren lässt, auch und vor allem innerhalb der Schulorganisation (51 %). So entfallen beispielsweise mindestens 92 Minuten pro Wochentag auf die Erledigung von Hausaufgaben mit und ohne Computer beziehungsweise Internet. Darüber hinaus steigen die digitalen Hausaufgabenzeiten mit zunehmendem Alter auf bis zu eine Dreiviertelstunde bei den volljährigen Schülerinnen und Schülern an. Trotzdem kann sich mehr als die Hälfte der Befragten vorstellen, eine Woche ohne Handy auszukommen. Das Smartphone ist aber Zentrum und Ausgangspunkt für Kommunikation, Information und Unterhaltung. Die Hauptintention der Verwendung von Online-Diensten entfällt dabei auf die Kommunikation (41 %), gefolgt von Live-Radiosendern (Mädchen 69 %, Jungen 61 %), *YouTube*- (Mädchen 53 %, Jungen 57 %) oder Musik-Streaming-Diensten (wie *Spotify*; Mädchen 39 %, Jungen 47 %) sowie der Unterhaltungssuche (29 %). Wie in den Jahren zuvor haben fast alle Jugendlichen (99 %) Zugang zum Internet. Einen Höchststand hat hingegen die tägliche Reichweite des Internets erreicht: Aktuell nutzen 87 Prozent das Internet (min-

destens einmal) täglich, im Vorjahr waren es noch 80 Prozent.

Die Studienreihe wird vom *Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest* in Zusammenarbeit mit dem *Südwestrundfunk* durchgeführt und bildet das Medienverhalten der Jugendlichen in Deutschland ab. Die Basisdaten stammen von 1.200 telefonisch befragten Zwölf- bis 19-Jährigen aus Deutschland.

[www.mpfs.de/studien/jim-studie/2016](http://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2016)

Antje Müller

## Smartphone auf dem Vormarsch

Das Smartphone ist das beliebteste Gerät zum Surfen. Das zeigt die *ARD/ZDF-Onlinestudie 2016*, die sich unter anderem mit den Funktionalitäten rund um den Cyberspace und damit verbundenen neuen Nutzungsformen und Angeboten beschäftigt hat.

Demnach nutzen mittlerweile 58 Millionen Deutsche das Internet und verbringen dort täglich durchschnittlich 128 Minuten. Noch vor dem Laptop dient erstmalig das Smartphone (66 %) als wichtigstes Device dafür. Bereits 94 Prozent der 14- bis 29-Jährigen besitzen ein Smartphone oder ein internetfähiges Handy – und nutzen das Internet mit 245 Minuten

## nachruf Hans Strobel

Das Kinderkino in Deutschland wäre ohne Hans Strobel nicht das, was es heute ist. Als Vater des modernen Kinderkinos war Hans Strobel nicht nur bundesweit bekannt und hoch geschätzt, sondern auch in ganz Europa und in der Welt in Sachen Kinderfilm unterwegs. Und als engagierter Vertreter und Lobbyist der Kinderfilmarbeit setzte er seine Leidenschaft auch gleich in die Praxis um und gründete zusammen mit seiner Frau Christel



1979 das *Kinderkino München* im *Forum 2* im Olympiadorf. Schon damals zeigte er auf, welches Potenzial im Kinderkino für die medienpädagogische Arbeit steckt. Er entdeckte spannende und kindgerechte Filme vor allem in den Ostblockländern, die er nach Deutschland brachte, da bei uns der Kinderfilm eher ein Schattendasein führte. Aber auch deutschen Kinderfilmen galt seine Leidenschaft, wie beispielsweise *Nordsee ist Mordsee* von Hark Bohm, den er immer wieder als beispielhaften Kinderfilm für die verschiedensten Anlässe anpries. Ein absoluter Lieblingsfilm vom ihm war *The Kid* von Charles Chaplin – und natürlich die vielen Entdeckungen, die er im tschechischen Kinderkino machte. All diese Erfahrungen versammelte er in seiner einzigartigen Handreichung zur Kinderfilmarbeit *Erlebnis Kinderkino – Theorie und Praxis der Kinderfilmarbeit*, die noch heute ein Standardwert der rezeptiven Medienarbeit ist. Doch nicht nur die Kinderfilmarbeit war ihm wichtig, er setzte sich generell für die Arbeit mit dem Medium Film ein und betreute am *JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis* – welches damals noch *Institut Jugend Film Fernsehen* hieß – über viele Jahre hinweg die Spielfilm- und Kurzfilmliste. Diese Listen hatten für die medienpädagogische Arbeit mit Kindern und Jugendlichen einen unschätzbaren Wert, da sie sowohl zu jedem Thema einen passenden Film auswiesen als auch viele wertvolle Informationen über Bezugsquellen, Stabangaben und Einsatzempfehlungen enthielten. Ein besonderer Clou seiner Karriere war sicher, dem *Filmfest München* ein Kinderfilmfest unterzujubeln. Und das ist in einer Stadt, in der gerne der Glamour im Mittelpunkt steht, sicher eine große Leistung. Als Mitglieder der *Filmstadt München* hat er aber auch immer wieder die alternative Filmszene unterstützt und beraten. In den letzten Jahren litt Hans Strobel immer stärker an seiner Parkinson-Erkrankung. In der Nacht zum 24. Dezember 2016 ist Hans Strobel nur wenige Tage vor seinem 79. Geburtstag verstorben. Am Nachmittag zuvor hatte er noch mit seiner Frau Christel im Münchner *Gasteig* das Konzert zu dem Film *Drei Haselnüsse für Aschenbrödel* besucht, das ihr Sohn Frank als Dirigent leitete. Mit Hans Strobel haben wir einen wichtigen Wegbereiter des modernen Kinderkinos und der rezeptiven Medienarbeit verloren.

Günther Anfang

## stichwort Darknet

Spätestens seit dem Amoklauf in München im Juli 2016, der neun Menschen das Leben kostete, ist das Darknet in aller Munde. Der Amokläufer hatte seine Waffe und Munition mit hoher Wahrscheinlichkeit dort gekauft.

Das Internet besteht nämlich aus drei unterschiedlichen Schichten: 1) dem Clearnet, das jeder nutzen kann. Dort findet man sich mit Suchmaschinen wie *Google* zurecht; 2) dem Deep-Web, das 400-mal größer ist als das von uns im Alltag genutzte Internet, dessen Inhalte nicht öffentlich zugänglich sind. Es wird für illegale Inhalte genutzt, aber auch ganz unspektakulär für riesige Informationsdatenbanken von Universitätsbibliotheken oder firmeninterne Intranets; 3) dem Darknet, an dessen Inhalte man nur mit besonderer Software gelangt. Inhalte, die man mit einem normalen Browser ohne Zusatzsoftware öffnen kann, liegen vielleicht im Deep-Web, aber niemals im Darknet. Der Schlüssel zum Darknet ist ein spezieller Browser namens *Tor*. Dieser erlaubt es jedermann, anonym(er) im Internet zu surfen – und eben auch, einen Blick in das sonst geheime Darknet zu werfen. Der Browser lässt sich problemlos googeln und kostenfrei herunterladen – und bietet die wichtigste Voraussetzung für das anonyme Surfen, die Verschlüsselung der Verbindungsdaten. Diese werden über zufällig ausgewählte Kontenpunkte geleitet: Der erste Knotenpunkt kann nur Ausgangsort und Zielpunkt einer Anfrage entschlüsseln; Inhalte kann er nicht auslesen. Erst die letzte Station kann die Daten auslesen, aber nicht mehr, woher diese kommen. Die digitale Währung Bitcoins, mit der im Darknet die Bezahlung abgewickelt wird, ist ein weiterer Baustein der Anonymisierung. Mit dieser Bezahlweise ist nicht nachweisbar, von wem die Bezahlung geleistet wurde. Das Surfen im Darknet als solches ist übrigens erstmal nicht strafbar, mit Ausnahme der Suche nach Kinderpornografie, die der Gesetzgeber – völlig zu Recht – schon unter Strafe stellt. Gleichzeitig kann man sich dort auch nicht einfach problemlos Waffen oder Drogen kaufen. Ein Ergebnis der Ermittlungen im Fall des Münchner Amoklaufes war, dass der Amokläufer sich zwei Jahre im Darknet um eine Waffe bemüht hatte. Denn umso tiefer man in das Darknet vordringt, umso komplizierter wird es, an illegale Inhalte heranzukommen. Ohne Kontakte und spezielles Insiderwissen kommt man nicht weiter.

Doch es gibt auch eine helle Seite des Darknet: Spätestens seit Edward Snowden wissen wir, dass die Geheimdienste in der Lage sind, einen großen Teil des Internets auszuspionieren. In Diktaturen beispielsweise ist es für viele Journalistinnen und Journalisten oder Menschenrechtsaktivistinnen und -aktivisten überlebenswichtig, Inhalte ins Netz stellen zu können und dabei anonym zu bleiben. Auch ihnen bietet das Darknet diese Möglichkeit. Selbst *Facebook* hat eine Seite im Darknet eingerichtet, um es solchen Gruppen zu ermöglichen, sich unbeobachtet zu organisieren und auszutauschen.

Der Präsident des Bundeskriminalamts, Holger Münch, antwortete auf die Frage, ob man das Darknet nicht abschalten sollte, in einem Radio-Interview: „Nein, das Darknet sollte man nicht abschalten, denn es dient dazu, dass gefährdete Personen nicht so leicht ermittelbar sind. In vielen Ländern der Erde ist so etwas überlebensnotwendig. Der Missbrauch durch kriminelle Gruppen ist aber auch offensichtlich und dem gilt es etwas entgegenzusetzen.“ Holger Münch bringt damit die Problematik gut auf den Punkt. Die Gesellschaft muss sich mit dem Darknet auseinandersetzen.

Klaus Lutz

täglich am längsten. Einen enormen Schub gibt es bei der Unterwegsnutzung: So gehen 28 Prozent der Bevölkerung täglich unterwegs ins Internet, sei es in der Bahn, im Café oder bei Freundinnen und Freunden; das sind zehn Prozent mehr als noch im Vorjahr. In der Altersgruppe der Unter 30-Jährigen sind es bereits 64 Prozent, die täglich unterwegs auf Netzinhalte zugreifen.

Die meisten Onlinetätigkeiten sind in der Kategorie ‚Kommunikation und Medien‘ zu finden und machen 55 Minuten der täglichen Nutzungszeit aus. Besonders die jüngeren (14 bis 29 Jahre) bis mittleren (30 bis 49 Jahre) Altersgruppen verbringen viel Zeit mit diesen Onlinetätigkeiten. Durch die steigende Nutzung von Smartphones erhöht sich auch der Einsatz von Apps. Da besonders der Audibereich – unter anderem Musik hören über das Internet, Live-Hören von Radioprogrammen und Musikstreaming – genutzt wird, erweitert dieser stets sein Spektrum hinsichtlich der Angebote und Nutzungsformen. Insbesondere da die jüngeren Onlinenutzerinnen und -nutzer jegliche Form der Audioangebote nutzen, konnte bei den Audioangeboten auf *YouTube* und Musikerkennungsdiensten das stärkste Wachstum beobachtet werden. Auch Streamingdiens-

te wie *Spotify* oder *Soundcloud* werden von 46 Prozent dieser Gruppe wöchentlich genutzt, 22 Prozent nutzen sie sogar täglich. Auf fast allen Plattformen hat die Videonutzung zugenommen. Im Internet nutzen derzeit 72 Prozent der Bevölkerung Videos. Unter den kostenpflichtigen Videostreaming-Diensten führt aktuell *Amazon Prime*, gefolgt von *Netflix* und *iTunes*.

Mittlerweile erlauben Fernsehen und Internet eine Parallelnutzung von Smartphones und Tablets, die bereits 53 Prozent nutzen. Besonders die 14- bis 29-Jährigen nutzen beide Medien stark parallel, wobei das Smartphone hier als das wichtigere Gerät gilt. Auch das Radio wird noch von 78,7 Prozent der Bevölkerung täglich genutzt. Mit 77 Prozent durchschnittlicher Tagesreichweite steht das Radio nur knapp hinter dem Fernsehen (80 %). Das Radio hat so mit dem TV insgesamt wenig an Bedeutung im Alltag seiner Nutzerinnen und Nutzer verloren. Besonders die jungen Menschen nutzen das mobile Radio außer Haus über ihr Smartphone.

Für die *ARD/ZDF-Onlinestudie 2016* wurden mittels Telefoninterviews insgesamt 1.508 Personen befragt.

[www.ard-werbung.de/media-perspektiven](http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven)

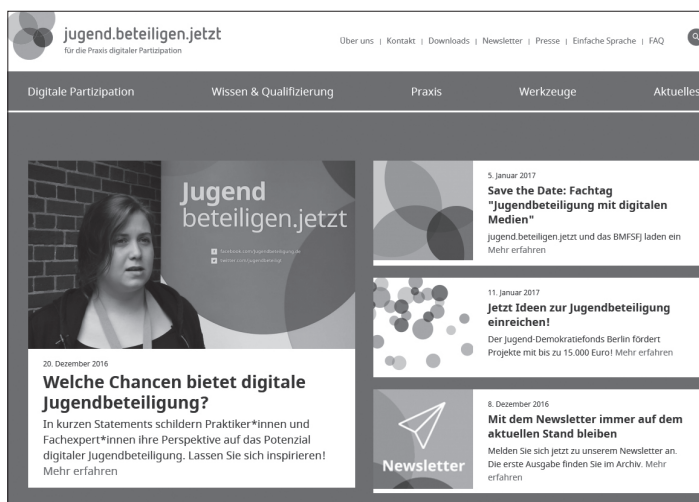
Melanie Theissler

## Online-Plattform zu digitaler Jugendbeteiligung

*jugend.beteiligen.jetzt* bündelt Wissen, Erfahrungen sowie wirksame Methoden und Tools auf einer Online-Plattform. Es zeigt gute Beispiele und verlinkt ausgewählte digitale Jugendbeteiligungsprojekte. So entsteht ein stetig wachsendes und vielfältiges Netzwerk für digitale Jugendbeteiligung als Beitrag zu einer jugendgerechten Gesellschaft. Dabei wird nicht nur auf die rein theoretische Annäherung gesetzt, sondern vor allem auch an neue Tools und Methoden innerhalb eines diskursiven Austausches zwischen Initiatoren, Unterstützerinnen und Unterstützern sowie Expertinnen und Experten herangeführt.

Unter dem Motto ‚Handeln für eine jugendgerechte Gesellschaft‘ sollen insbesondere Jugendliche zwischen zwölf und 27 Jahren aktiv in die Politik einbezogen werden. Ziel ist die feste Verankerung einer lebendigen Beteiligungskultur im Alltag von Jugendlichen und politischen Entscheidungsträgerinnen und -trägern. Somit verhilft *jugend.beteiligen.jetzt* zur Stärkung des Netzwerks für digitale Jugendbeteiligung und leistet einen wichtigen Beitrag zu einer jugendgerechten Gesellschaft.

Mit einer sehr strukturierten und übersichtlichen Oberfläche



verfügt die Plattform zur Partizipation mit digitalen Medien und Internet über ideale Voraussetzungen zur Heranführung an ein komplexes Themenfeld. So finden medienpädagogische Einsteigerinnen und Einsteiger hier erste Informationen zur Rechtslage, zu Grundlagenwissen rund um das Thema Jugendbeteiligung sowie erste Hinweise zur Planung und zu möglichen Verfahrenswegen bei der Suche nach Fördermöglichkeiten. Stehen die Projektideen schon fest und sind erste Kompetenzen zur Durchführung und dem Einsatz digitaler Technik bereits vorhanden, finden erfahrenere Initiatorinnen und Initiatoren eine Reihe von Tools, Methoden und Entscheidungshilfen, die insbesondere auch erfahrenen Fachkräften auf der Suche nach neuen Methoden weiterhelfen.

*jugend.beteiligen.jetzt* ist ein Gemeinschaftsprojekt der *Deutschen Kinder- und Jugendstiftung*, des *Deutschen Bundesjugendring* und *IJAB – Fachstelle für Internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland e. V.*, initiiert und gefördert vom *Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend*.  
[www.jugend.beteiligen.jetzt](http://www.jugend.beteiligen.jetzt)

Antje Müller

## Leitfaden für Kinder- und Jugendkonferenzen

Auf *ACT ON!*-Kinder- und Jugendkonferenzen setzen sich Heranwachsende mit ihren Sichtweisen auf die Online-Welt auseinander: Sie diskutieren Umgangsweisen, tauschen sich über Strategien

im Umgang mit Risiken aus, formulieren Schutzbedürfnisse und verdeutlichen ihre Vorstellungen in Bezug auf effektive Unterstützung. In Vorbereitungsgruppen erstellen sie Medienprodukte, mit denen sie ihre Perspektive in die Konferenzen einbringen. Diese Projektanlage, Erfahrungen aus der Praxis und hilfreiche Tipps und Tricks zum Nachmachen sind nun in einem Leitfaden veröffentlicht worden.

Das Projekt *ACT ON! aktiv + selbstbestimmt online* arbeitet im Themenfeld des Aufwachsens zwischen Selbstbestimmung und Schutzbedarf. Ziel war es, Kindern und Jugendlichen Diskurs- und Aktionsräume zu eröffnen und so das Zusammenspiel von Medienkompetenzförderung und Auseinandersetzung mit dem Themenfeld Jugendmedienschutz voranzubringen. Heranwachsende thematisieren von sich aus vielfältige Schutz-, Informations- und Hilfebedürfnisse. Ihre zentralen Punkte beziehen sich dabei vor allem auf ihre Rolle als aktiv Handelnde im Internet, wenn sie beispielsweise Inhalte produzieren und veröffentlichen oder mit anderen kommunizieren und interagieren.

Bei den *ACT ON!*-Kinder- und Jugendkonferenzen griff das *JFF – Institut für Medienpädagogik* auf Erfahrungen in der Umsetzung von Jugend-



konferenzen, Social Labs und Bar Camps zurück, die nun themenbezogen und für die Altersgruppe der Zehn- bis 14-Jährigen präzisiert wurden. Dabei wurden unterschiedliche modellhafte Veranstaltungen gemeinsam mit Heranwachsenden umgesetzt und Kinder und Jugendliche mit Akteurinnen und Akteuren aus Jugendmedienschutz und Medienkompetenzförderung ins Gespräch gebracht.

Finanziert wurde das Projekt vom *Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend*. Auf der Webseite finden sich neben dem Leitfaden auch Einblicke in die Konferenzen sowie die Ergebnisse aus der begleitenden Monitoring-Studie.

[www.jugendkonferenzen.de](http://www.jugendkonferenzen.de)

Kerstin Heinemann

## Gewaltprävention und Medien

Bereits im März 2015 hat das mehrtägige Symposium *25 Jahre Gewaltprävention im vereinten Deutschland – Bestandsaufnahme und Perspektiven des Deutschen Präventionstags (DPT)* und der *Alice Salomon Hochschule Berlin* in Berlin stattgefunden. Insgesamt 19 Arbeitsgruppen beschäftigten sich mit einer Bestandsaufnahme zur Gewaltprävention und Aus-

arbeitung von Handlungsempfehlungen in Bezug auf jeweils ein Problemfeld.

In der Arbeitsgruppe Gewalt und Medien wurden fünf Empfehlungen formuliert:

- „Kinder- und Jugendmedienschutz muss der Konvergenz der Mediensysteme und den technischen Entwicklungen, insbesondere im Onlinebereich, besser Rechnung tragen und für Eltern, Pädagogen, Erzieher und Fachkräfte transparent und nachvollziehbar sein.

- Gewaltprävention im Bereich der Medien muss in bestehende Strukturen der Jugendhilfe, Elternbildung, schulischen und außerschulischen Jugendbildung, Elementarerziehung sowie Aus- und Weiterbildung von Fachkräften integriert und gefördert werden. Inhaltliche Synergien sind dabei zu berücksichtigen.

- Die Politik muss Rahmenbedingungen schaffen, Medienproduzenten und -anbieter, Hersteller von Hardware und Betriebssystemen sowie Plattformbetreiber in die Pflicht nehmen zu können, zu einer effektiven Gewaltprävention im Bereich Medien beizutragen. Hierzu zählen z. B. Safety by Design oder kinderorientierte Sicherheitseinstellungen.

- Die Vernetzung und Kooperation der verschiedenen An-

bieter gewaltpräventiver Programme vor Ort müssen durch die Kommunen gewährleistet werden. Diese müssen dabei gefördert werden.

- Auf allen Ebenen (Bund, Länder, Kommunen) sind nicht nur Modellprojekte zu fördern, sondern für die Verstärkung von Präventionsprojekten zu sorgen. Besonders geeignet erscheinen uns hierbei ressourcenorientierte Programme, welche nicht nur an spezifischen Medienphänomenen ansetzen."

Diese Ergebnisse sind nun online zugänglich; das Thesenpapier der Arbeitsgruppe steht zum Download bereit.

[www.gewalt-praevention.info/html/download.cms?id=134&datei=M%C3%B6%C3%9Fle+III.pdf](http://www.gewalt-praevention.info/html/download.cms?id=134&datei=M%C3%B6%C3%9Fle+III.pdf)

Christa Gebel

### Die Themen der nächsten Hefte:

- Journalismus auf dem Prüfstand (*merz* 2/17)
- Extrem im Netz (*merz* 3/17)
- Mediatisierung in der sozialen Arbeit (*merz* 4/17)



# Gender Media – Praktiken und Forschungsbedarf

## Editorial

Die Auseinandersetzung mit dem Konnex ‚Medien und Geschlecht‘ scheint gerade in medienpädagogischen Kontexten eine Selbstverständlichkeit zu sein, gleichwohl hält man sie in postfeministischen Zeiten nicht selten für überholt und überflüssig. So berichtet die britische Kommunikationswissenschaftlerin Karen Ross in der Einleitung zu ihrem Buch *Gendered Media* (2010), dass sie sich immer wieder für ihr Projekt hat rechtfertigen müssen und einige in ihrem Umfeld meinten: „Another one?“ Dabei ist es bei genauerer Betrachtung auch international ein Trugschluss, dass es sich hier um einen überforschten Themenzusammenhang handelt. Genderfragen sind in Zeiten der Digitalisierung, des Social und Political Web, der kulturellen Partizipation und vielfältigen Darstellungs- und Selbstverwirklichungsmöglichkeiten insbesondere im Netz äußerst bedeutsam. Studien finden sich aber kaum. Konfrontiert ist man mit medialen Genderstereotypen und geschlechts-

spezifischen Medienpraktiken, die viele Fragen aufwerfen.

Ruft man das Thema auf, wird zumeist eine differenztheoretische Perspektive assoziiert, die auf Geschlechterverhältnisse und normierende Geschlechterentwürfe und/oder verschiedene Mediennutzungsweisen von Mädchen und Jungen, Frauen und Männer fokussiert. Allerdings haben sich durch vielfältige gesellschaftliche Veränderungen Geschlechterordnungen und Arrangements in den letzten Jahrzehnten durchaus verändert. Sie haben sich mitunter flexibilisiert und liberalisiert, sind zugleich aber auch unübersichtlicher geworden. Im Alltag müssen Menschen nicht mehr immer als Geschlechtswesen auftreten. Ob bestimmte Dienstleistungen von Frauen oder Männern ausgeübt werden, spielt für die Kundin oder den Kunden zumeist keine Rolle mehr. Aber nicht alle Arbeits- und Berufsbereiche zeichnen sich durch eine Gleichstellung der Geschlechter aus, wie man etwa



an der Debatte um den Einsatz der Sportkommentatorin Claudia Neumann bei der Fußball-Europameisterschaft im letzten Jahr gesehen hat. Diversität ist demzufolge – vor allem im Medienbereich (vgl. Klaus/Lünenborg 2013) – noch keine Selbstverständlichkeit. Westliche Gegenwartsgesellschaften sind zwar insgesamt gegenüber Ungleichheiten sensibler geworden, dennoch bleiben ihre Mitglieder dem Denken in sozialen Kategorien oftmals verhaftet und Merkmale wie Geschlecht und Sexualität, Alter und ethnische Herkunft verlieren nicht an Bedeutung. Noch immer finden sich Stereotype und Vorbehalte, werden Frauen – wie der aktuelle Bericht über Frauen in Kultur und Medien zeigt (vgl. Schulz/Ries/Zimmermann 2016) – in bestimmten Medienberufen und künstlerischen Sparten ausgegrenzt. Aber auch Männer sind in Arbeitsfeldern wie beispielsweise in der Pädagogik und in etlichen Dienstleistungsbereichen nicht ohne weiteres anzutreffen.

## Aktuelle Fragestellungen und Herausforderungen

Es lässt sich beobachten, dass bestimmte Themen und Kommunikationsräume durchaus geschlechtsspezifisch besetzt, genutzt und angeeignet werden. So sind Autorinnen bei der Online-Enzyklopädie *Wikipedia* immer noch in der Minderheit. Der Anteil der von Frauen verfassten Artikel beträgt weniger als ein Viertel (vgl. Falke 2013). Mädchen und Frauen sind hingegen dominant vertreten, wenn es um das Betreiben von Fashion-, Beauty- und Food-Blogs oder aber das Einstellen von Haul-Videos bei *YouTube* geht. Bekannte hegemoniale und patriarchale Strukturen reproduzieren sich trotz aller Emanzipations- und Gleichstellungsbemühungen im Netz und auch in anderen Medienformaten sowie in kulturellen Bereichen (für einen Überblick siehe z. B. Prommer/Schuegraf/Wegener 2015; Maier/Thiele/Linke 2012; Ross

2012). Hatte man in den 1990er-Jahren die Hoffnung, dass sich Geschlechterrollen durch neue Ausdrucksformen und Möglichkeiten der Selbstkonstruktion im Netz aufweichen könnten (vgl. Turkle 1995; Musfeld 1999), so lässt sich eine Überwindung normierter Zweigeschlechtlichkeit bislang kaum erkennen. Mediale Auseinandersetzungen von Homosexualität, Transgender und Intersexualität sind zwar deutlich präsenter als in Pre-Internet-Zeiten, bilden aber dennoch – quantitativ betrachtet – eher Ausnahmen.

Ausgehend von den vielfach reklamierten gendersensiblen (Forschungs-)Perspektiven in den Medien- und Kommunikationswissenschaften (vgl. z. B. Maier/Thiele/Linke 2012; Lünenborg/Maier 2013) gilt es deutlich zu machen, inwieweit diese in der Praxis zur Selbstverständlichkeit, ja zum Mainstream, werden können. Die kritische Auseinandersetzung mit Medienformaten, die soziale Gruppen diffamieren, ist besonders in Zeiten dringlich, in denen rückwärtsgewandte Rollenbilder in Parteiprogrammen zu finden sind, es kollektiv organisierte sexistische Übergriffe gibt, ‚schwul‘ ein gängiges Schimpfwort ist, das Spott und Ausgrenzung demonstriert, und in denen LGBT<sup>1</sup>-Jugendliche mehrheitlich von Diskriminierungserfahrungen in ihrem sozialen Umfeld berichten (vgl. Krell/Oldemeier 2016).

## Zu diesem Heft

Den Auftakt macht Sigrid Kannengießler, die in ihrem Beitrag das breite Forschungsfeld der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Geschlechterforschung umreißt, dabei die Veränderungen der Forschungsschwerpunkte von den Anfängen bis heute aufzeigt und letztlich über aktuelle Tendenzen in der Forschung informiert. Am Beispiel des Cyberfeminismus macht sie deutlich, wie Frauen Internetmedien zur Vernetzung und politischen Mobilisierung nutzen.