

Die Geschlechterdimension von „Social Software“ am Beispiel von Weblogs¹

Franka Hesse

Weblogs – Neue Gestaltungsmöglichkeiten im Internet

Unter der Bezeichnung „Social Software“ rücken zunehmend Programme in den Fokus der Forschung, die den Nutzer/-innen die aktive Gestaltung des Internet ermöglichen. Entsprechende Anwendungen (z.B. Usenet) und ihre Nutzung gibt es schon seit den Anfangsjahren des Netzes und sie haben stets Hoffnungen auf verbesserte Beteiligungschancen befördert (vgl. Rheingold 1994; Möller 2004). Schien sich das World Wide Web mit der Diffusion des Netzes jedoch zu einem reinen Abrufmedium zu entwickeln, so trägt nun die Entstehung neuer Angebote wie Wikis² und plattformgestützter Web-communities³ dazu bei, dass es zunehmend als „Plattform, auf der sich die Nutzer aktiv selbst einbringen können“ genutzt wird (Fisch/ Gscheidle 2006, 435). Zu nennen sind in diesem Zusammenhang auch die zumeist auch als Internettagebücher bezeichneten Weblogs⁴. Weblogs oder Blogs sind häufig aktualisierte Webseiten mit individuellen Einträgen, deren besonderes Merkmal die Reihenfolge der Beiträge ist: Aktuelle Einträge stehen an oberster Stelle, ältere folgen in umgekehrt chronologischer Reihenfolge. Weblogs können von Einzelpersonen und Gruppen geführt werden. Es handelt sich dabei nicht nur um eine einfache Möglichkeit, im Netz zu publizieren: Features wie RSS-Feed⁵, Trackbacks⁶ und Blogrolls⁷ fördern die Vernetzung von Weblogs. Zudem besteht für Leser/-innen häufig die Möglichkeit, Beiträge in einem Weblog direkt zu kommentieren.

Als neue Kommunikationsform im World Wide Web sind Weblogs seit Ende der 90er Jahre zu beobachten und haben, befördert durch die Angebote von Weblog-Portalen,

¹ Überarbeitete Version des Artikels: Die Geschlechterdimension von „Social Software“ am Beispiel von Weblogs. Zuerst erschienen in: Koordinationsstelle Netzwerk Frauenforschung NRW (Hg.): Journal Netzwerk Frauenforschung NRW Nr. 20. Dortmund. S. 63-65.

² Webseiten-Sammlungen, die von den Benutzer/-innen nicht nur gelesen, sondern auch geändert werden können.

³ Beispielsweise MySpace, YouTube (Video) oder De.li.cio.us (Bookmarks).

⁴ Der Ausdruck „Weblog“ ist ein Kunstwort aus „Web“ und „Logbuch“.

⁵ RSS ist ein universelles Format zum Austausch von Dateien. Von vielen Blogs können so genannte "RSS-Feeds" bestellt werden: Wird der Inhalt erneuert, wird er direkt im RSS-Format empfangen.

⁶ Eine Funktion, mit der Weblogs Informationen durch einen automatischen Benachrichtigungsdienst untereinander austauschen können.

⁷ Eine Liste der von der/dem Autor/-in gern gelesenen Blogs.

eine rasante Ausbreitung erfahren. Technorati⁸ gab am 22.9.2006 die Zahl der indexierten Blogs mit 54,7 Millionen an. Nach Umfragen des Pew Internet & American Life Project (2005) bloggen in den USA bereits acht Millionen Menschen, 32 Millionen lesen regelmäßig Blogs.

Neue Beteiligungschancen für Frauen

Aus gleichstellungspolitischer Perspektive ist besonders der hohe Frauenanteil unter den Weblog-Autor/-innen von Interesse. So bloggen in den USA mehr Frauen als Männer, allerdings sind sie unter den Autor/-innen der häufig besuchten und gut verlinkten Blogs nicht entsprechend ihres Anteils vertreten (Perseus 2003, 2005). Innerhalb der Blogosphäre verteilen sich die Aufmerksamkeiten sehr ungleich: Eine relativ kleine Anzahl von Weblogs vereint eine große Zahl eingehender Links auf sich, während die überwiegende Mehrheit wenig verlinkt ist und zumeist nur von Freund/-innen oder Bekannten der Autor/-innen gelesen wird (Shirky 2003). Auch unterliegt die Wahrnehmung der Blogosphäre sowohl in den Massenmedien als auch der Forschung Aufmerksamkeitsökonomien, die hinsichtlich der soziodemographischen Struktur einen Gender-Gap zeigen. Frauen scheinen an der Produktion und Gestaltung dieser neuen Öffentlichkeiten im Internet nicht beteiligt zu sein (vgl. Herring u.a. 2004a, Mortensen 2004). Androzentrische Selbstverstärkungseffekte bei der Verlinkung der viel besuchten Blogs führen zu einer Marginalisierung der Textproduktion von Frauen (vgl. Ratliff 2004). Auch werden die Ausdrucksformen einer bestimmten Gruppe, gebildeter weißer Männer, favorisiert: Obwohl die Inhalte von Weblogs an der Grenze zwischen privaten und öffentlichen Äußerungen angesiedelt sind, hat sich in der Forschung bereits die Unterteilung in private Blogs, so genannte Online-Tagebücher, und Blogs mit öffentlichen Themen, Filter- und Knowledge-Blogs, etabliert (vgl. Herring u.a. 2004a, 2004b). Während die meisten Blogs dem Typ des Online-Tagebuchs zuzuordnen sind, sind die häufig besuchten und gut verlinkten Blogs (A-Blogs) im Allgemeinen Filter-Blogs; Autor/-innen von Filter-Blogs sind zumeist männlichen Geschlechts (ebd.).

Die demographische Struktur der bundesdeutschen Blogosphäre

In einem Projekt an der Ruhr-Universität Bochum unter der Leitung von JProf. Dr. Cilja Harders⁹ werden Inhalte von Weblogs hinsichtlich ihrer Implikationen für die Schaffung

⁸ Eine Internet-Suchmaschine speziell für Weblogs mit Sitz in San Francisco, USA.

⁹ Das Projekt wird im Rahmen des HWP-Fachprogrammes „Chancengleichheit“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft, Forschung und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen gefördert.

neuer Öffentlichkeiten im Internet und die politische Beteiligung von Frauen untersucht. Zugleich leistet das Projekt einen Beitrag zu einer Bestandsaufnahme der Struktur der bundesdeutschen Blogosphäre.

Schätzungen gehen mittlerweile von ca. 400.000-500.000 deutschsprachigen Weblogs aus (Schmidt 2006). Gaben in 2005 noch 1,2% der Internet-Nutzer/-innen an, ein Weblog zu führen (BBDO 2005), so liegt ihr Anteil derzeit schon bei 2,45% (Fisch/Gscheidle 2006). Insgesamt ist die Datenlage jedoch aufgrund der dynamischen Entwicklung der Blogosphäre unsicher. Die deutschsprachige Blogosphäre scheint im Vergleich zu den USA und anderen europäischen Ländern von eher geringer Größenordnung zu sein.

Inhaltsanalytisch wurde im Bochumer Projekt eine Zufallsauswahl von Weblogs (n=464) hinsichtlich ihres Bezugs zu tagesaktuellen und allgemeinen politischen Themen untersucht. Die Stichprobe wurde auf der Grundlage eines Datensatzes des Weblog-Verzeichnisses Blogstats, der uns von der Firma Blogg.de zur Verfügung gestellt wurde, gezogen. Blogstats erfasst sämtliche deutschsprachigen Weblogs, die entweder die Server weblogs.com, blo.gs oder blogg.de an„pingen“. Als Untersuchungszeitraum wurden die Monate August und September 2005 ausgewählt, in denen mit der Bundestagswahl ein politisches Ereignis als Bezugspunkt im Inland bestand. Die Inhaltsanalyse gab Aufschluss über den Anteil weiblicher Autor/-innen und die Unterschiede zwischen den von Männern und Frauen verfassten Weblogs bezüglich der Häufigkeit inhaltlicher Bezüge zu politischen Themen.

Für die deutsche Blogosphäre ist ein hoher Frauenanteil (weiblich 66,1%, männlich 33,9%), zu konstatieren, der auf die große Zahl bloggender Teenager zurückzuführen ist, während bei den erwachsenen Autor/-innen das Geschlechterverhältnis annähernd paritätisch ist (vgl. Hesse/ Harders 2006).¹⁰ Eine stetig zunehmende Anzahl von Mädchen und jungen Frauen nutzt das Internet um eigene Inhalte der Öffentlichkeit zugänglich zu machen.¹¹

In einem zweiten Schritt wurden die Ergebnisse mit Geschlecht und Alter der Autor/-innen der Weblogs der Top-100 Liste des Blog-Verzeichnisses Blogstats, also den am

¹⁰ Insgesamt konnten für 78% des Samples (362 Autor/-innen) sowohl Altersgruppe als auch Geschlecht bestimmt werden.

¹¹ Studien zur deutschsprachigen Blogosphäre, deren Samples auf Selbstrekrutierung der Befragten beruhten, zeigen einen deutlich geringeren Frauenanteil (vgl. Schmidt/Wilbers 2006; Abold 2005). Auch in der ARD/ZDF-Online-Studie gaben mehr männliche als weibliche Befragte an, Weblogs zu nutzen. (Fisch/Gscheidle 2006, 436)

häufigsten verlinkten deutschsprachigen Blogs (A-Blogs) an einem Tag in dem betrachteten Zeitraum verglichen.¹²

Es zeigten sich deutliche Unterschiede hinsichtlich der soziodemographischen Struktur: Während 66,1% der Weblog-Autor/-innen der Stichprobe weiblichen Geschlechts sind, liegt der Frauen-Anteil bei den von Einzelpersonen geführten A-Blogs im selben Zeitraum bei nur 29,8%. Auch hinsichtlich der Altersstruktur zeigen sich deutliche Unterschiede: Während Teenager 46,1% des Samples ausmachen, sind es bei den von Einzelpersonen geführten Weblogs der Top 100 nur 1,8%.

Diese Ergebnisse bestätigen Einschätzungen der Medien bezüglich des „Grundrauschens“: Es ist von weiblichen Teenagern geprägt, die immerhin 39% des Bochumer Samples ausmachen, während sich unter den gut verlinkten Blogs der Top 100 zum gewählten Zeitpunkt gerade ein Blog eines weiblichen Teenagers findet.

Inhaltliche Unterschiede hinsichtlich der Bezüge zu politischen Themen

Eine Untersuchung der Inhalte der erhobenen Blogs soll Aufschluss über die Bedeutung des Geschlechterverhältnisses für die sich hier konstituierenden Öffentlichkeiten und Beteiligungschancen geben. Indem die Inhalte der Weblogs frequenzanalytisch untersucht wurden, wird der Strukturierung durch die Einteilung in Online-Tagebücher und Filter- bzw. Knowledge-Blogs nicht gefolgt. Vielmehr wird gefragt, inwieweit auch in den vermeintlich privaten Online-Tagebüchern Bezüge zum politischen Subsystem hergestellt und vermittelt werden. Dies ermöglicht eine kritische Überprüfung der den Kategorien zugrunde liegenden Ausschlussmechanismen entlang der Kategorie Geschlecht.

Eine quantitative Analyse politischer Bezüge in den Weblog-Beiträgen zeigt deutliche Unterschiede zwischen dem Sample und den von Einzelpersonen geführten Top 100-Blogs. Während die Frequenzanalyse für 90,9 % der Top 100 Blogs Hinweise für die Beschäftigung mit dem politischen System ergab, gilt dies nur für 43,5 % des Bochumer Samples. Für beide Gruppen ist eine Relevanz soziodemographischer Merkmale für die Beschäftigung mit politischen Themen im Weblog zu konstatieren: Während in den Blogs des Samples 36 % der Frauen und 60 % der Männer Bezüge zu politischen Themen herstellen (Cramers $V=0,224$), sind es bei den A-Blogs 97,4 % der Männer bzw. 76,5 % der Frauen (Cramers $V=0,334$).

¹² Einen besonderen Dank an Jan Schmidt (Bamberg), der uns eine Liste der Blogstats Top 100 vom 17.8.2005 zur Verfügung gestellt hat.

Da 46 % der Autor/-innen des Samples Jugendliche sind, wurde der Einfluss des Alters als intervenierende Variabel überprüft. Insgesamt zeigte sich ein deutlicher Unterschied zwischen Jugendlichen und Erwachsenen bezüglich politischer Inhalte (Cramers $V = 0,366$). Bei einer Berücksichtigung der Altersgruppe bleibt der Zusammenhang zwischen Geschlecht und Bezügen zu politischen Themen bei den erwachsenen Autor/-innen bestehen, allerdings schwächt er sich ab (Cramers $V=0,144$).

Zwar wurde mit der Wahl des Untersuchungsdesigns die Zuordnung von Relevanz entlang der Typologie „Online-Tagebuch – Filter Blog“ umgangen, die Ergebnisse bestätigen jedoch Thesen bezüglich der Inhalte privater Blogs auf der Ebene der semantischen Zuordnung.

Im Folgenden wurde qualitativ überprüft, inwieweit der der quantitativen Analyse zugrunde liegende instrumentelle Politikbegriff Ausdrucksformen von Jugendlichen und Frauen den Zugang zu Öffentlichkeit qua definitionem verwehrt. Die Arbeitshypothese ist hier, dass die eindeutige Bewertung von Inhalten als „politisch/wichtig“ und „persönlich/unwichtig“ einem genaueren inhaltsanalytischen Blick nicht standhält (Harders 2004, 220; siehe auch Hurrelmann u.a. 2002, 50). Lag in der ersten Phase der Untersuchung der Fokus auf konventioneller politischer Beteiligung im Sinne eines instrumentellen Politikverständnisses, so wurden nun soziales Engagement und politisches Alltagshandeln als Aspekte eines erweiterten Partizipationsbegriffs einbezogen. Zielsetzung war neben der Erfassung eines breiten Spektrums politischer Partizipation auch die Überprüfung der Validität der Ergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse. Erste Ergebnisse weisen jedoch darauf hin, dass auch bei Zugrundelegung eines erweiterten Partizipationsbegriffs die inhaltlichen Unterschiede zwischen von den von Männern und Frauen verfassten Blogs bestehen bleiben. Insgesamt wurden Bereiche sozialer Partizipation und politisches Alltagshandeln selten thematisiert und zumeist ebenso häufig von Männern wie von Frauen. Unterschiede zeigen sich in der Bedeutung für das Alltagshandeln der Autor/-innen. Als Beispiel seien hier Weblogeinträge zum Weltjugendtag¹³ im August 2005 genannt. Fünf Autor/-innen, 4 Frauen und ein Mann, nahmen persönlich an diesem Großereignis teil und beschrieben ihre Erlebnisse. Das Verhältnis verändert sich jedoch, wenn der Ausgangspunkt der Beiträge nicht die eigene Lebenswelt ist: Deutlich mehr Männer (12) als Frauen (4) kommentieren das Ereignis in ihrem Weblog.

¹³ Jährlich wiederkehrendes Jugendtreffen der katholischen Kirche, das im August 2005 in Köln stattfand.

Fazit

Die Ausdrucksformen innerhalb der Blogosphäre erscheinen hochgradig gegendert, so zeigen sich in Deutschland deutliche Unterschiede zwischen Männern und Frauen hinsichtlich der Weblog-Inhalte. Die deutschsprachigen A-Blogs haben im Zeitraum der Bundestagswahl deutlich mehr politische Themen aufgegriffen als andere private Blogs. Anscheinend handelt es sich bei vielen Autor/-innen der häufig verlinkten Blogs um politisch interessierte Personen, die ihre Weblogs auch zur Reflektion politischer Ereignisse nutzen. Diese Gruppe unterscheidet sich hinsichtlich ihrer demografischen Merkmale und der Inhalte ihrer Weblogs deutlich von der Mehrzahl der Blog-Autor/-innen. Diese zählen zu einer Gruppe, die sowohl aufgrund des Alters als auch des Geschlechts als weniger politisch interessiert gilt und über geringere Teilhabechancen verfügt (Schneekloth 2002, 93). Auch in Deutschland privilegiert die mediale und akademische Wahrnehmung dieser neuen Formen netzbasierter Öffentlichkeit die virtuellen Ausdrucksformen von männlichen Erwachsenen und perpetuiert Zuschreibungen entlang der Grenze privat und öffentlich. Relevanz wird in der deutschen Blogosphäre Inhalten zugeordnet, die öffentliche und in diesem Fall politische Themen aufgreifen.

Literatur

BBDO Germany GmbH (2005): Corporate Blogging. Online:

http://www.bbdo.de/de/home/presse/aktuell/20050/12_05_2005_-_aktuelle.html
(8.9.2005)

Fisch; Martin; Gscheidle, Christoph (2006): Onliner 2006: Zwischen Breitband und Web 2.0– Ausstattung und Nutzungsinnovation. Ergebnisse der ARD/ZDF-Online- Studien 1997 bis 2006. In: Media Perspektiven 8/2006, S. 431–440.

Harders, Cilja; Hesse, Franka (2006): Partizipation und Geschlecht in der deutschen Blogosphäre". In: femina-politica 2/2006 "Geschlecht in der politischen Kommunikation" (im Erscheinen)

Harders, Cilja (2004): Das Netz als Medium der Politik: Virtuelle Geschlechterverhältnisse zwischen neuen Öffentlichkeiten und alten Spaltungen, in: Kahlert, Heike; Kajatin, Claudia (Hg.): Arbeit und Vernetzung im Informationszeitalter. Wie neue Technologien die Geschlechterverhältnisse verändern. Frankfurt, New York, S. 215-238.

Herring, Susan C.; Kouper, Inna; Scheidt, Lois Ann; Wright, Elija L. (2004a): Women and children last: The discursive construction of weblogs. In: Gurak, Laura u.a. (Hg.): Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs. Online: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women_and_children.html (15.6.2005)

Herring, Susan C.; Inna, Scheidt, Lois Ann; Wright, Elija L. (2004b). Bridging the gap: A genre analysis of weblogs. Proceedings of the Thirty-seventh Hawaii International

Conference on System Sciences (HICSS-37). Los Alamitos: IEEE Press. Online: <http://www.blogninja.com/DDGDD04.doc> (15.6.2005)

Hurrelmann, Klaus, Linssen, Ruth; Albert, Matthias; Quellenburg, Holger (2002): Eine Generation von Egotaktikern? Ergebnisse der bisherigen Jugendforschung. Deutsche Shell (Hg.): Jugend 2002. Zwischen pragmatischem Idealismus und robustem Materialismus. Frankfurt a.M., S. 31- 52.

Möller, Erik (2004): Die heimliche Medienrevolution - Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern. <http://medienrevolution.dpunkt.de/files/Medienrevolution-1.pdf> (1.5.2006)

Mortensen, Torill (2004): Personal Publication and Public Attention,. In: Gurak, Laura u.a. (Hg.): Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs. Online: <http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/> (1.5.2006)

Perseus Development Company (2003): The Blogging Iceberg. <http://www.perseus.com/blogsurvey/iceberg.html> (12.6.2005)

Perseus Development Company (2005): The Blogging Geyser. Online: <http://www.perseus.com/blogsurvey/geyser.html> (16.6.2005)

Pew Internet and Life Project (2005): The State of Blogging. Online: http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_blogging_data.pdf (15.7.2005)

Ratliff, Clancy (2004): Whose Voices Get Heard? Gender Politics in the Blogosphere. Online: <http://culturecat.net/node/303> (16.6.2005)

Rheingold, Howard (1994): Virtuelle Gemeinschaften: Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers., Bonn/Paris .

Schmidt, Jan (2006): „Doch eine Million deutsche Blogs? Online: <http://www.bamberg-gewinnt.de/wordpress/archives/548>

Schmidt, Jan; Wilbers, Martin (2006): Wie ich blogge?! Erste Ergebnisse der Weblogbefragung 2005. Berichte der Forschungsstelle "Neue Kommunikationsmedien", Nr. 06-01. Bamberg. Online: <http://www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkbericht0601.pdf>. (11.5.2006)

Schneekloth, Ulrich (2002): Demokratie, ja – Politik, nein? Einstellungen Jugendlicher zur Politik. In: Deutsche Shell (Hg.): Jugend 2002. Zwischen pragmatischem Idealismus und robustem Materialismus. Frankfurt a.M., S. 91-138.

Shirky, Clay (2003): Power laws, weblogs, and inequality. Online: http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html (14.6.2005)

Franka Hesse ist Sozialwissenschaftlerin und forscht zu neuen Medien und Geschlecht. Sie war als wissenschaftliche Mitarbeiterin im Projekt GenderBlogging an der Ruhr-Universität tätig und beschäftigt sich derzeit im Rahmen Ihres Promotionsvorhabens mit dem Thema Weblogs.

Kontakt: franka.hesse@rub.de