



Susan C. Herring/ Lois Ann Scheidt
School of Library and Information Science
Indiana University Bloomington

Doing Gender in computervermittelter Kommunikation: Die Blogosphäre

Die bisherige Forschung zur öffentlichen Computer-vermittelten-Kommunikation (CMK) hat einen männlichen Bias festgestellt und kritisiert, der mit Differenzen des männlichen und weiblichen Ausdrucks sozialer Identitäten im online-Bereich einhergeht. Die so genannte "Blogosphäre" stellt den neuesten online Bereich dar, in dem öffentliche Kommunikation und Selbstpräsentation in einem großen Ausmaß stattfinden. Ist gender auch bei Blogs wichtig? Wenn ja, gibt es Ungleichheiten zwischen männlichen und weiblichen Bloggern? Einige erste Hinweise scheinen zu belegen, dass dies der Fall ist. Beispielsweise sind die Blogger, die die höchste Aufmerksamkeit ("A-List") erzielen männlich (Herring, Kouper, Scheidt, & Wright, 2004). Neuere empirische Hinweise zu gender und bloggen zeichnen jedoch ein komplexeres Bild.

In diesem Vortrag berichten wir über drei Studien zu gender und blogging, die von Mitgliedern des Projektes (We)blog Research On Genre (BROG) an der Universität Indiana durchgeführt wurden. In der ersten Studie wurden zufällig ausgewählte Blogs über einen Zeitraum von sechs Monaten beobachtet. Dabei zeigte sich, dass die Anzahl weiblicher und junger Blogger höher ist, als allgemein in den Medien dargestellt wird und zudem ansteigt. Allerdings sind es häufiger Männer, die jene so genannten Filter-Blogs verfassen, die in besonderem Maße die Aufmerksamkeit der Medien auf sich ziehen. Die weiteren beiden Studien untersuchen, ob sich innerhalb der gleichen Blog-Typs der Diskurs weiblicher und männlicher Blogger unterscheidet. Die zweite Studie vergleicht Filter- und private, journalartige Blogbeiträge von Verfassern beiderlei Geschlechts und konzentriert sich dabei auf unterschiedliche Arten des sprachlichen Ausdrucks, die in vorangegangener Forschung als aussagekräftig für das Geschlecht des Autors identifiziert wurden. Es wurden keine generellen genderspezifische stilistische Unterschiede identifiziert, jedoch zeigen Beiträge in Filter-Blogs Merkmale männlichen Stils und persönliche, journalartige Beiträge Merkmale weiblichen Stil. In einer dritten Untersuchung wurden Beiträge von Jugendlichen beiderlei Geschlechts in persönlichen, journalartigen Blogs bezüglich der ausgedrückten Aktivitäten verglichen. Hier zeigten sich genderspezifische Unterschiede: Jungen berichteten über ihre persönlichen Erfahrungen häufiger in einer linearen Weise und heben dabei ihr Wissen und ihre Fähigkeiten hervor, wohingegen Mädchen häufiger ihre Erfahrungen reflektieren und kulturelle oder persönliche Werte ausdrücken.

Diese Studien gewöhnlicher Blogs zeichnen ein Bild, das sich von den gängiger Darstellungen des Blogging unterscheidet. Frauen und Jugendliche gehören zu den aktivsten zu werden.



Darüber hinaus unterschieden sich männliche und weibliche blogs, wenn auch nicht so sehr in traditionell stylistischer Form: Vielmehr bloggen Männer und Frauen oft zu unterschiedlichen Themen und drücken dabei unterschiedliche Interessen aus. Hieraus ergeben sich deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede des Diskurs-Stils entsprechend der Genrekonventionen der Blogging-Aktivitäten.

Diese Ergebnisse bestätigen, dass in der Gender- und Kommunikationsforschung funktionale Analysen auf Diskursebene aufschlussreicher sein können als linguistische Analyse auf einer Mikroebene. Gleichzeitig legen die Ergebnisse nahe, dass bei Studien zu Gender und Computer-vermittelter-Kommunikation (CMK) mehr Aufmerksamkeit auf Themen, Aktivitäten und Genre gelegt werden muss.