

Feminismus im Web 2.0



Im Spannungsverhältnis zwischen Öffentlichkeit und Privatheit

Green Ladies Lunch
des Gunda-Werner-Instituts
der Heinrich-Böll-Stiftung am
19. 3. 2010 in Berlin

Univ.-Prof. DDr. Christina Schachtner
Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft
der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt

Design: Mag. Elisabeth Augustin

- ◉ Unter welchen Bedingungen ist Gender ein relevanter Faktor?
- ◉ Wo verringern sich Unterschiede zwischen den Geschlechtern, wo verstärken sie sich?
- ◉ Welches Wissen über Gender wird wo aktualisiert und reproduziert?



InternetnutzerInnen in Deutschland 2005-2009

	2005 ¹⁾	2005 ²⁾	2006 ¹⁾	2006 ²⁾	2007 ¹⁾	2007 ²⁾	2008 ¹⁾	2008 ²⁾	2009 ¹⁾	2009 ²⁾
Gesamt	57,9	56,7	59,5	57,6	62,7	60,7	65,8	64,3	67,1	64,7
männlich	67,5	66,2	67,3	65,8	68,9	67,1	72,4	71,2	74,5	72,6
weiblich	49,1	48,0	52,4	49,9	56,9	54,8	59,6	57,9	60,1	57,2
14-19 J.	95,7	90,1	97,3	96,1	95,8	93,0	97,2	96,3	97,5	95,5
20-29 J.	85,3	85,3	87,3	86,0	94,3	94,3	94,8	93,1	95,2	90,9
30-39 J.	79,9	78,8	80,6	77,0	81,9	79,6	87,9	85,4	89,4	85,4
40-49 J.	71,0	70,3	72,0	70,3	73,8	72,2	77,3	76,0	80,2	77,6
50-59 J.	56,5	54,1	60,0	57,6	64,2	61,5	65,7	64,1	67,4	64,2
ab 60 J.	18,4	18,0	20,3	18,7	25,1	22,7	26,4	25,4	27,1	26,7
in Ausbildung	97,4	95,8	98,6	95,5	97,6	95,6	96,7	98,1	98,0	95,4
berufstätig	77,1	76,0	74,0	72,1	78,6	77,3	81,8	80,4	82,3	79,1
Rentner/ nicht berufstätig	26,3	25,0	28,3	26,6	32,0	29,1	33,6	31,8	34,7	33,4

1) Gelegentliche Onlinenutzung.

2) Onlinenutzung innerhalb der letzten vier Wochen.

Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (2009: n=1 806, 2008: n=1 802, 2007: n=1 822, 2006: n=1 820, 2005: n=1 857, 2004: n=1 810, 2003: n=1 955, 2002: n=2 293, 2001: n=2 520, 2000: n=3 514, 1999: n=5 661, 1998: n=9 673, 1997: n=15 451).

Quellen: ARD-Onlinestudie 1997, ARD/ZDF-Onlinestudien 1998-2009.

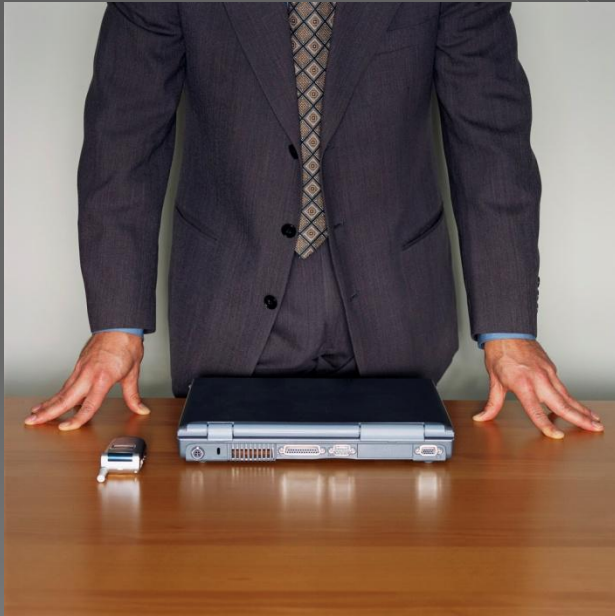


Während unter den 14- bis 29jährigen Frauen sogar eine höhere Internetverbreitung (96,8 %) als bei den gleichaltrigen Männern (95,4 %) festzustellen ist, überwiegen in allen höheren Altersdekaden die männlichen Onliner. Besonders deutlich öffnet sich die Schere bei den ab 50-jährigen: Weniger als jede dritte ab 50-jährige Frau ist online (30,5 %), dagegen 52,7 % der Männer dieser Altersgruppe.

Quelle: ARD/ZDF Online-Studie 2009

Das Web 2.0 als Schauplatz hegemonialer Maskulinität

Unter hegemonialer Maskulinität versteht man die Idealisierung bestimmter Werte und Orientierungen wie Effizienz, Zweckrationalität, Verwertbarkeit, Tempo, die als allgemein erstrebenswert gelten bei gleichzeitiger Diskriminierung von Intuition, Emotionalität, Erfahrung, Körperlichkeit, die weiblich konnotiert und ins Reich des Privaten verwiesen sind.



Schreiben über den Status quo hinaus

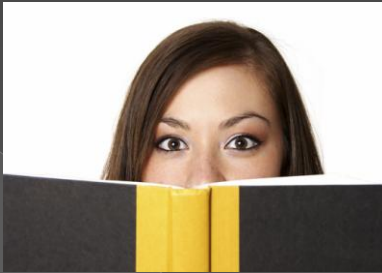
Schreiben forciert die Selbsterfahrung und das enthält die Chance, Gendergrenzen zu reflektieren, aufmerksam zu werden für vermeintlich natürliche Barrieren, Alternativen zu sehen und zu entwerfen.



Das virtuelle Reisen im Netz

Wer Gefallen findet an der Vielfalt von Meinungen, Gedanken, Orientierungen wagt den Umzug ins Offene und das signalisiert die Bereitschaft, Grenzen zu überwinden, einschließlich der Geschlechtergrenzen.





Ansatzpunkte für die Politik

- **Bildung und Ausbildung**

Der Begriff der Medienkompetenz sollte erweitert werden um kommunikative, kooperative und transkulturelle Kompetenzen, um das soziale Leben im Netz mitgestalten zu können

- **Technologieentwicklung**

Technologische Entwicklung darf nicht nur den TechnikerInnen überlassen bleiben; erstrebenswert ist vielmehr eine partizipative Technikentwicklung, an der PädagogInnen, PsychologInnen, aber auch die NetzakteurInnen beteiligt werden

- **Arbeits- und Sozialpolitik**

Politischer Handlungsbedarf existiert in Bezug auf die Unterstützung neuer digitaler Arbeitsformen durch Know-how und finanzielle Förderung sowie durch die Abstimmung der sozialen Sicherungssysteme auf diese Arbeitsformen

Wer sind die digital natives?

- ◉ Gemeinschaft steht hoch im Kurs, eine Gemeinschaft, die Raum lässt für Individualität
- ◉ Wichtig ist das Gefühl von Zugehörigkeit, aber dafür braucht es keine Gemeinschaft für immer
- ◉ Das kurzfristige projektbezogene Engagement wird einer dauerhaften Einbindung vorgezogen
- ◉ Die digital natives sind eine aktive Generation, die großzügig anderen ihr Know-how zur Verfügung stellt

