Die Geschlechterdimension von Weblogs: Inhaltsanalytische Streifzüge durch die Blogosphäre

Franka Hesse (Bochum)

Zusammenfassung

Die Mehrheit der deutschen Weblog-Autor/-innen ist weiblich, zu diesem Ergebnis kommt eine Bochumer Untersuchung aus dem Jahre 2006. Auf der Grundlage einer Zufallsauswahl von 464 Weblogs konnten Aussagen zu Geschlecht und Alter von Weblog-Autor/-innen gemacht werden. Es zeigte sich, dass besonders weibliche Teenager diese Form der Publikation im Internet nutzen. Ausgehend von der Fragestellung ob das Führen von Weblogs Ansatzpunkte für politische Beteiligung bietet, die auch von Frauen genutzt werden, wurden die Weblogs des Samples zudem inhaltsanalytisch untersucht. Dabei zeigten sich Unterschiede zwischen den Blogs männlicher und weiblicher Autoren. Im Vergleich zeigten darüber hinaus häufig verlinkte Blogs einen deutlich geringeren Frauenanteil. Insgesamt erscheinen die Ausdrucksformen innerhalb der deutschen Blogosphäre hochgradig gegendert.

1 Einleitung

Weblogs oder Blogs sind regelmäßig aktualisierte Webseiten, deren Einträge in umgekehrt chronologischer Reihenfolge angeordnet sind. Häufig auch als Internet-Tagbücher bezeichnet, sind sie als neue Kommunikationsform im World Wide Web seit Ende der 90er Jahre zu beobachten und haben, befördert durch Angebote von Weblog-Providern, eine rasante Ausbreitung erfahren. Weblogs können von Einzelpersonen und Gruppen geführt werden und bieten neben der einfachen Möglichkeit, im Netz zu publizieren, auch verschiedene Features, die ihre Vernetzung fördern. Zudem besteht für Leser/-innen zumeist die Möglichkeit, die einzelnen Beiträge in einem Weblog zu kommentieren. Als Format sind sie zwischen Formen interpersonaler computervermittelter Kommunikation und persönlichen Hompages anzusiedeln (vgl. Herring et al. 2004a).

Die auf Weblogs spezialisierte Suchmaschine Technorati gab am 28.11.2007 die Zahl der indexierten Blogs mit 112,8 Millionen an. Nach Umfragen des Pew Internet & American Life Project (2006) beträgt der Anteil der Blogger an den erwachsenen Internet-Nutzer/-innen der USA bereits 8%, das sind ungefähr zwölf Millionen Menschen. Schätzungen gehen von circa 400.000 deutschsprachigen Blogs aus (Schmidt 2006a). Im Rahmen eines Forschungsprojektes an der Ruhr-Universität Bochum (siehe auch Harders/Hesse 2006; Hesse 2007) wurde im Jahr 2006 erstmals die Geschlechterdimension deutschsprachiger Weblogs untersucht.[1]

[1] Das Projekt „Gender Blogging“ (http://www.ruhr-uni-bochum.de/jgp/genderblogging.htm) wurde im Rahmen des HWP-Fachprogrammes „Chancengleichheit“ vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft, Forschung und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen gefördert.

http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0228-200809049

Erhoben wurden, neben den Anteilen der weiblichen und männlichen Blogger, auch Unterschiede in der Nutzungspraxis, denen eine Bedeutung für die Beteiligung an den im Internet entstehenden neuen Öffentlichkeiten zugeschrieben wird. Der Forschungsstand ließ neben der Entstehung von Beteiligungschancen durch das Bloggen auch Ausschlüsse erwarten, die der geschlechtlichen Strukturierung von Öffentlichkeit geschuldet sind (vgl. Herring et al. 2004b; Ratliff 2004).

2 Neue Medien und die Kategorie Geschlecht

Untersuchungsgegenstand der Geschlechterforschung ist das Geschlechterverhältnis, wobei vor dem Hintergrund der weltweit bestehenden sozialen Ungleichheit zwischen Männern und Frauen der Fokus der Analyse zumeist auf der Stellung der Frau in der Gesellschaft liegt. Hier zeigt sich die Kategorie Geschlecht als sozialer Platzanweiser, der die Möglichkeiten der Ressourcenallokation bestimmt. Zwar ist es im Sinne der Frauenförderung sinnvoll, die besondere Situation der Frauen in den Fokus zu rücken, aber sowohl die Analyse als auch die frauenpolitische Praxis – siehe Gender Mainstreaming[2] – muss von der grundlegenden Einschreibung des Geschlechterverhältnisses in die Gesellschaft ausgehen und dabei die soziale Stellung beider Geschlechter berücksichtigen.

Umbrüche im und durch das Internet sind eng mit dem Geschlechterverhältnis verwoben. Die geschlechtliche Prägung des Umgangs mit den neuen Medien und dem Internet zeigt sich auf verschiedenen Ebenen: Dem Anteil der Internet-Nutzerinnen, den der Technik zugrunde liegenden geschlechtlichen Zuschreibungen und den Nutzungspraxen. Waren die Internet-Nutzenden in den Anfangsjahren überwiegend männlich, ist mit der anhaltenden Diffusion in den letzten Jahren auch eine deutliche Zunahme des Frauen-Anteils zu konstatieren (vgl. TNS Infratest 2006: 315f). Während allerdings in den USA die Parität fast erreicht wurde, zeigen sich in Deutschland noch deutliche Unterschiede zwischen Männern und Frauen: Nur 51,5% der Frauen gegenüber 65,4% der Männer nutzen das Internet, wobei jedoch für die jüngeren Altergruppen kaum noch Unterschiede zwischen den Geschlechtern zu konstatieren sind (Kompetenzzentrum Technik – Diversity – Chancengleichheit e.V. 2006). Auch Männer sind im Schnitt deutlich länger online als Frauen (TNS Infratest 2006: 353).

Sowohl hinsichtlich der Absolvent/-innen der einschlägigen Studiengänge als auch der Auszubildenden und der derzeit in der Wirtschaft in diesem Bereich Tätigen ist der IT-Sektor männlich dominiert (vgl. Thomas 2006; BMFSFJ 2005: 76f). Dies ist der geschlechtlichen Segregation des Arbeitsmarktes geschuldet, verweist aber auch auf gesellschaftliche Vorstellungen von Technik als genuin männlichem Bereich (vgl. Schinzel 2005). Diese werden durch gesellschaftliches Handeln wiederum bestätigt, verstärkt, und häufig erst geschaffen. So ist die Verbindung von Männlichkeit und Technik historisch gewachsen und gilt doch als natürlich, auf biologischen Unterschieden aufbauend und somit selbstverständlich. Die Geschlechterforschung hat den Blick für die vorgebliche Natürlichkeit der mit dem Geschlechterverhältnis verbundenen Zuordnungen geschärft. So zeigt die Forschung zur geschlecht-

[2] „Das Ziel von Gender Mainstreaming ist es, in alle Entscheidungsprozesse die Perspektive des Geschlechterverhältnisses einzubeziehen und alle Entscheidungsprozesse für die Gleichstellung der Geschlechter nutzbar zu machen“ (Stiegler 2000: 8).

lichen Segregation des Arbeitsmarktes, dass die geschlechtliche Zuordnung von Tätigkeiten eng verknüpft ist mit dem ihnen zugeordneten Status und nicht in Zusammenhang steht mit vermeintlich inhaltlichen Anforderungen (vgl. Wetterer 2002).

Die Aneignung neuer Technologien ist von geschlechtlichen Zuordnungen geprägt. Dabei wird zum einen auf vorhandene Aneignungsmuster zurückgegriffen, zum andern werden neue Herstellungspraxen getestet, denen auch geschlechtliche Aspekte inhärent sind. Auf der Ebene der individuellen Nutzung finden wir geschlechtliches Handeln (Doing Gender), das einerseits die enge Verbindung von Maskulinität und Technologie bestätigt und andererseits neue Nutzungspraxen auf der Grundlage geschlechtlicher Zuschreibungen entwickelt. Diese Aneignungs- und Nutzungspraxen sind von gesellschaftlichen Zuschreibungen geprägt und schreiben sie zugleich der Technik ein (vgl. Winker 2004; Schönberger 1999).

3 Neue Teilhabechancen für Frauen?

Mit dem Aufkommen neuer Technologien werden häufig Hoffnungen auf verbesserte Teilhabechancen aller gesellschaftlichen Gruppen verbunden. Auch das Internet hat aufgrund der inhärenten Möglichkeiten des Networking und der Entstehung virtueller Communities Erwartungen bezüglich der Umsetzung deliberativer Beteiligungsformen geweckt (siehe besonders Möller 2004, Rheingold 1994). Mit den sich den Nutzer/-innen eröffnenden Chancen, durch das Netz ein großes Publikum zu erreichen, erscheinen auch die mit jedem neuen Medium diskutierten Hoffnungen auf die Umsetzung einer many-to-many Kommunikation (siehe etwa Bertolt Brechts Radiotheorie) endlich realisierbar (vgl. kritisch dazu z.B. Stegbauer 2001a).

In den vergangenen Jahren haben gerade Weblogs ihr Potenzial für die Beförderung eines Graswurzeljournalismus unter Beweis gestellt. Hier sei auf Fallbeispiele wie das Weblog von Salam Pax (2003) verwiesen, der während des Irak-Krieges aus Bagdad berichtete. Allerdings werden Weblogs in diesem Sinne zumeist von bereits engagierten Akteur/-innen genutzt was die These stützt, dass neue Beteiligungschancen durch das Internet nicht zu einer zunehmenden Partizipation bisher wenig integrierter Gruppen führen (Aktivierungsthese), sondern vielmehr die Handlungsmöglichkeiten bereits aktiver Akteure verbessern (Verstärkerthese; vgl. auch Abold 2006; Siedschlag 2003). Weblogs können es aber auch ressourcenschwachen Akteuren ermöglichen, Themen in den hegemonialen Diskurs einzuspeisen. (Schönberger 2005: 291)

Für die Analyse der Bedeutung neuer Technologie für Teilhabechancen ist eine Übertragung bekannter Ergebnisse der Partizipationsforschung in den virtuellen Raum jedoch nicht hinreichend. Das Internet ist nicht nur ein neuer Kanal der politischen Kommunikation, sondern beeinflusst vielmehr auch dieselbe. Daher muss bei einer Betrachtung der durch die Einführung von Technologien entstehenden Beteiligungsformen die gesellschaftliche Aneignung neuer Medien berücksichtigt werden. Dabei spielen Aneignungspraxen eine wichtige Rolle, die eng mit gesellschaftlichen Machtverhältnissen und Zuschreibungen verbunden sind. Bei Weblogs ist eine Rekombination und Neuzusammensetzung sozialer Praxen in der netzbasierten Kommunikation und Interaktion zu beobachten, die allerdings wiederum auf der Grundlage sozialer Strukturen und vorgängigen sozialen Praxen erfolgt (Schönberger 2005, S. 284).

Bezüglich der Beteiligung von Frauen finden sich so auch strukturelle Ausschlüsse, die der geschlechtlichen Konstruktion von Öffentlichkeit geschuldet sind. Die mit der Industrialisierung entstehende politische Öffentlichkeit ist ein Teilbereich der bürgerlichen Kultur und in der Grenzziehung zwischen Öffentlich und Privat eng mit der geschlechtlichen Arbeitsteilung verbunden (Lang 2004; Klaus 2004). Der private Bereich entzieht sich qua definitionem der demokratischen Kontrolle. Zuordnungen werden dabei in diskursiver Auseinandersetzung entschieden und sind eng verbunden mit gesellschaftlichen Machtverhältnissen (Fraser 2001: 138).

> „Die geschlechterpolitischen Dimensionen öffentlicher Kommunikation sind evident und unstrittig: der geschlechtshierarchische Zugang zu den konventionellen Arenen des Politischen, die Herrschaft abbildenden und reproduzierenden Habitualisierungen, die geschlechtshierarchische Verteilung von Sprechen und Schweigen, die Aufladung der Sphärentrennung Öffentlichkeit/Privat mit sozialer Männlichkeit/Weiblichkeit; erst die neueren Analysen politischer Öffentlichkeit(en) konturieren einen komplexen diskursiven Raum, in dem die Grenzlinien zum Privaten (gefahrvoll und) umkämpft sind“ (Holland-Cunz 2006: 30).

In der Moderne spielen Massenmedien eine wichtige Rolle für die Zuweisung von Relevanz und der Herstellung eines Konsenses über die Grenzlinie zwischen Privat und Öffentlich. Blogs ermöglichen Thematisierungsprozesse unabhängig von traditionellen Massenmedien und stellen eine neue Dimension politischer Kommunikation dar. Zwar erreichen auch diese Themen zumeist erst dann ein größeres Publikum, werden öffentlich, wenn sie von Massenmedien aufgegriffen werden. Aber auch schon innerhalb der Blogosphäre zeichnet sich eine Fokussierung der Aufmerksamkeit auf einige Autoren/-innen ab. Neben traditionellen Massenmedien und ihren Pendants im Netz spielen hierbei Blogverzeichnisse und die von Ihnen erstellten Top-Listen, die bestimmte Blogs als reichweitenstark auszeichnen eine wichtige Rolle.

Empirische Studien zeigen bei den Autor/-innen englischsprachiger Weblogs einen für den Bereich der computergestützten Kommunikation hohen Frauenanteil (vgl. Herring et al. 2004a, 2004b; Perseus 2003, 2005): „Blogging is many things, yet the typical blog is written by a teenage girl who uses it twice a month to update her friends and classmates on happenings in her life.” (Perseus 2003). Herring et al. (2004b) weisen darauf hin, dass der hohe Frauenanteil sowohl innerhalb der Blogosphäre als auch in den Massenmedien nicht wahrgenommen wird. Insgesamt verteilen sich die Aufmerksamkeiten in der Blogosphäre ungleich und folgen einem „Power Law“ (vgl. Shirky 2003; Tricas/Ruiz/Merelo 2003): Eine relativ kleine Anzahl von Weblogs, die so genannten „A-Blogs“, vereint eine große Zahl von eingehenden Links auf sich, während die überwiegende Mehrheit nur eine geringe Anzahl aufweist. Diese ungleiche Verteilung dokumentieren die verschiedenen Rankings von Weblogs[3], die wiederum selbst Aufmerksamkeiten kanalisieren, indem Sie den Leser/-innen einen Hinweis auf häufig nachgefragte Inhalte liefern und somit diesen Prozess verstärken.

---

[3] Für die Blogosphäre insgesamt z.B. technorati.com, für deutschsprachige Blogs im Speziellen deutscheblogcharts.de sowie das inzwischen eingestellte blogstats.de.

Hinsichtlich der soziodemographischen Struktur zeigen vorhandene Studien ein Gender-Gap. So finden sich in den bekanntesten Top-Listen in den USA nur wenige Frauen (Ratliff 2004). Herring et al. (2004b) sehen die Ursache für die Marginalisierung der Textproduktion von Frauen in der Konstruktion der Blogosphäre unter Ausschluss der Online-Tagebücher. In ihrer Studie unterscheiden sie zwischen Filter-Blogs, die Tagesgeschehen und politische Ereignisse aufnehmen, Online-Tagebüchern, deren Inhalt eng mit der Lebenswelt der Autor/-innen verbunden ist sowie K(nowledge)-Blogs die Informationen und Beobachtungen zu einem (häufig technischen) Thema enthalten. Während die meisten Blogs den Online-Tagebüchern zuzuordnen sind, sind A-Blogs in den meisten Fällen Filter-Blogs. Anders gesagt: Die zumeist von Männern verfassten Filter-Blogs erhalten inner- und außerhalb der Blogospäre die größte Aufmerksamkeit. Auch die kommunikationswissenschaftliche Forschung beschränkte sich bislang auf die von Männern dominierten Filter-Blogs und reproduzierte somit bestehende Ausschlüsse von Frauen (Ratliff 2004; siehe auch Mortensen 2004).

4 Weblogs, ein weibliches Format

Um zu Aussagen über die soziodemographische Struktur der Blogosphäre zu gelangen wurde im Rahmen des Bochumer Projektes im Dezember 2005 auf der Grundlage der Daten des Weblog-Verzeichnisses Blogstats eine Stichprobe von N=464 Weblogs gezogen. Blogstats hat bis Oktober 2005 ein zuletzt circa 62.000 Blogs umfassendes Verzeichnis deutschsprachiger Weblogs sowie eine regelmäßig aktualisierte Liste der am häufigsten verlinkten Weblogs (die „Blogstats Top 100“[4]) veröffentlicht. Die vorgenommene Listenwahl erfüllt die Ansprüche an eine Zufallsauswahl, wobei die Grundgesamtheit allerdings auf alle im Blogverzeichnis aufgeführten Blogs beschränkt ist. Geschlecht und Alter der Autor/-innen des Samples wurden inhaltsanalytisch ermittelt.

Insgesamt konnte für 90 Prozent des Samples das Geschlecht und für 78 Prozent der Autor/-innen sowohl die Altersgruppe (unterschieden nach Jugendlichen bis 18 Jahren sowie Erwachsene) als auch das Geschlecht bestimmt werden. Es zeigte sich für die deutsche Blogosphäre ein hoher Frauenanteil[5]. Dieser ist auf die große Zahl bloggender Teenager zurückzuführen: Während unter den Jugendlichen der Frauenanteil mit 84,4 Prozent hoch ist, finden sich bei den Erwachsenen nur geringe Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Weibliche Teenager stellen 39 Prozent des Samples (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Verteilung des Samples nach Alter und Geschlecht

	Männlich	Weiblich	Gesamt
Jugendliche (13-17)	26 (15,6%)	141 (84,4%)	167 (100%)
Erwachsene (18-99)	92 (47,2%)	103 (52,8%)	195 (100%)
Gesamt	118 (32,6%)	244 (67,4%)	362 (100%)

[4] Der Datensatz wurde uns freundlicherweise von blogg.de zur Verfügung gestellt.

[5] 66% bezogen auf alle Blogs, bei denen das Geschlecht festgestellt werden konnte (N=417).

Damit hebt sich der ermittelte Frauenanteil deutlich von den Ergebnissen der Erhebung von Schmidt/Wilbers (2006) ab, die einen Frauenanteil von 45,6 (Blogger) bzw. 53,5 (Ex-Blogger) Prozent ermittelten (ebd.: 8). Als Ursache sind Verzerrungen zu vermuten, die auf die Selbstrekrutierung der Befragten bei der Umfrage von Schmidt/Wilbers und auf die Spezifik der Datensammlung durch das Weblogverzeichnis zurück zu führen sind.

So liegt der der Anteil der bei einem Weblog-Provider erstellten Blogs in dem Bochumer Sample bei 87,5 Prozent, während dieser Anteil bei Schmidt/Wilbers nur 60 Prozent beträgt. Die Anteilswerte des Bochumer Samples liegen erwartungsgemäß näher an dem von Blogstats angegebenen Anteil gehosteter Blogs. Dieser lag am 28.06.2005 bei etwa 84 Prozent.

Frauen scheinen sehr viel stärker als Männer die Möglichkeit nutzen, ihr Weblog bei einem Bloghoster zu erstellen: 97 Prozent der Weblogs weiblicher gegenüber nur 69 Prozent der Weblogs männlicher Autor/-innen des Bochumer Samples sind bei einem Bloghoster beheimatet. Auch US-amerikanische Untersuchungen, deren Samples aus gehosteten Blogs bestanden, zeigen einen hohen Frauenanteil (vgl. Perseus 2003/2005).

5 Beteiligung von Frauen an der Herstellung von Öffentlichkeiten im Netz

Wird über die Bedeutung von Weblogs für den Online-Journalismus diskutiert, liegt der Fokus auf den A-Blogs, die häufig verlinkt werden und auch eine hohe Zahl von Besuchern/-innen aufweisen. Der Frauen-Anteil an den Autor/-innen der A-Blogs im deutschsprachigen Raum kann zeigen, ob in der deutschsprachigen Blogosphäre geschlechtliche Ausschlüsse zu beobachten sind und somit die männliche Konnotation der öffentlichen Sphäre bestehen bleibt.

Die Weblog-Autor/-innen der Blogstats-Top-100-Liste im Untersuchungszeitraum unterschieden sich hinsichtlich der soziodemographischen Struktur deutlich von der Gesamtheit der Blogosphäre: Während 66,1 Prozent der Weblog-Autor/-innen der Bochumer Stichprobe weiblichen Geschlechts sind, liegt der Frauen-Anteil bei den von Einzelpersonen geführten A-Blogs[6] am 17.8.1005 bei nur 29,8 Prozent. Eine noch wichtigere Rolle scheint allerdings die Variable Alter zu spielen: Teenager machen 46,1 Prozent des Bochumer Samples aus, ihr Anteil an den von Einzelpersonen geführten Weblogs der Top 100 liegt bei nur 1,8 Prozent.

Inwieweit können diese Differenzen mit unterschiedlichen Inhalten erklärt werden? Um die Bedeutung der Beschäftigung mit politischen Themen für die Aufmerksamkeitsökonomien in der Blogosphäre zu untersuchen, wurden inhaltliche Bezüge zu politischen Themen sowohl in den Blogs der Bochumer Stichprobe als auch den Blogs der Blogstats 100 im Rahmen einer quantitativen Analyse erfasst. Diese zeigte deutliche Unterschiede zwischen den Top 100 Blogs der Weblogverzeichnisses und den Weblogs des Bochumer Samples: Die Frequenzanalyse ergab für 90,9 Prozent der Top 100-Blogs Hinweise für die Beschäftigung mit politischen Themen gegenüber 43,5 Prozent der Weblogs des gesamten Bochumer Samples.

---

[6] Ein herzlicher Dank an Jan Schmidt (Hamburg) für die Liste der Blogstats Top-100 vom 17.8.2005.

Für beide Samples zeigt sich ein Zusammenhang zwischen soziodemographischen Merkmalen und der Beschäftigung mit politischen Themen im Weblog: Während im Bochumer Sample 36 Prozent der Frauen und 60 Prozent der Männer Bezüge zu politischen Themen herstellen sind es bei den A-Blogs 97,4 Prozent der Männer beziehungsweise 76,5 Prozent der Frauen. Politische Inhalte finden sich nur bei 30,2 Prozent der männlichen und 23 Prozent der weiblichen Teenager. Aber auch in den von erwachsenen Männern verfassten Weblogs sind politische Inhalte häufiger zu finden (68,5%) als in den Weblogs erwachsener Autorinnen (54,4%).

Das Grundrauschen, die Mehrheit der privat geführten Weblogs, die wiederum zu einem großen Teil von Frauen verfasst werden, scheint bezüglich politischer Beteiligung uninteressant, da Bereiche der persönlichen Lebenswelt thematisiert werden, die keine Verbindung zum politischen Subsystem haben und daher als nicht von öffentlichem Interesse gelten. Um die der Analyse zugrunde liegende Beschränkung auf einen instrumentell zweckrationalen Politikbegriff zu überwinden, wurden im weiteren Vorgehen auch soziales Engagement und politisches Alltagshandelns einbezogen. Dabei wurde nicht auf ein zuvor entwickeltes Diktionär zurückgegriffen, sondern die Einträge im Sinne des interpretativen Paradigmas hermeneutisch erschlossen. Die Arbeitshypothese war hier, dass die eindeutige Bewertung von Inhalten als „politisch/wichtig“ und „persönlich/unwichtig“ einem genaueren inhaltsanalytischen Blick nicht standhalten werde (Harders 2004: 220). Allerdings blieben auch bei Zugrundelegung eines erweiterten Partizipationsbegriffs die inhaltlichen Unterschiede zwischen von den von Männern und Frauen verfassten Blogs bestehen. Insgesamt wurden Bereiche sozialer Partizipation und politischen Alltagshandelns selten thematisiert und zumeist ebenso häufig von Männern wie von Frauen. Unterschiede zeigen sich in der Verbindung zum Alltagshandeln der Autor/-innen, so beispielsweise bei den Weblogeinträgen zum Weltjugendtag im August 2005: Bei den Frauen ist der Ausgangspunkt der Beiträge häufiger die eigene Lebenswelt als bei den Männern (vgl. Hesse 2007).

6 Überwindung der Dichotomie zwischen öffentlichem und privatem Raum

Um zu analysieren, inwieweit die Grenze zwischen Privat und Öffentlich neu gezogen beziehungsweise überschritten wird, wurden in Anlehnung an bereits vorgenommene Klassifizierungen von Herring et al. (2004b) Typen gebildet. Differenziert wurde in Tagebuchblogs, Blogs mit Informationen und/oder Kommentaren und Blogs mit fiktionalen Elementen sowie schließlich Mischtypen. Zu fiktionalen Elementen zählten Liedtexte, Gedichte, aber auch Rezensionen und Bilder. Nicht unterschieden wurde zwischen selbstverfassten Texten und Texten anderer Autor/-innen.

63,2 Prozent der Blogs des Samples sind den Tagebuchblogs zuzuordnen, werden auch entsprechende Mischtypen berücksichtigt sogar 88 Prozent. Somit handelt es sich bei dem größten Teil der von Männern und Frauen verfassten Blogs um Online-Tagebücher, wobei sich deutliche Unterschiede zwischen Männern und Frauen zeigen. 75,9 Prozent der von Frauen gegenüber 37,1 Prozent der von Männern verfassten Blogs sind reine Tagebuchblogs. Nur 12 Prozent der Blogs haben keinen direkten Bezug zur Lebenswelt der Autor/-innen, sie enthalten Informationen, Bilder, Kommentare etc. Diese sind zum größten Teil dem Typ des Filter-Blogs (8,5%) zuzuordnen.

Das Bochumer Sample zeigt, dass auch in Deutschland der Anteil der Filterblogs gering ist. Während allerdings 24,2 Prozent der Autoren ihr Weblog nur zur Verbreitung von Informationen nutzen, sind es bei den Autorinnen weniger als ein Prozent. Besonders interessant sind die Anteilswerte der Tagebuchblogs, die auch Informationen und/oder Kommentare enthalten und damit einer strikten Zuordnung nach Themenbereichen entgegenstehen. 29,5 Prozent der von Männern gegenüber 10,3 Prozent der von Frauen verfassten Weblogs sind diesem Typ zuzuordnen. Männer nutzen also stärker als Frauen diese Möglichkeit des Formats, sich einer Einordnung entlang der Grenze zwischen privatem und öffentlichem Bereich zu entziehen.

Werden die Inhalte genauer betrachtet können spezifische Gattungen identifiziert werden. Zu nennen sind hier zum Beispiel die so genannten „Strickblogs“, die Handarbeiten, in erster Linie Stricken, thematisieren. Diese machen 2,2 Prozent unseres Samples aus, bei den Autorinnen handelt es sich ausnahmslos um erwachsene Frauen. Dagegen verfassen anteilig ebenso viele Männer wie Frauen Reiseblogs, deren Inhalt in der Schilderung der Erlebnisse eines längeren Auslandsaufenthaltes besteht und die 4,5 Prozent unseres Samples ausmachen. Beide Gattungen verbinden Informationen über ihren Gegenstand mit Berichten über persönliche Aktivitäten. Ist das Führen des Weblogs dem eigenen Interesse an einer Materialisierung der persönlichen Erinnerung beziehungsweise der Darstellung der eigenen Produkte im öffentlichen Raum geschuldet, so bietet es zugleich auch häufig Anregungen oder Hilfestellungen für andere, die Interesse an dem selben Thema haben. Reise- und Strickblogs wurden daher dem Misch-Typ der Tagebuchblogs, das auch Informationen enthält, zugeordnet. Funktional betrachtet dient das Reiseblog auch dem Beziehungsmanagement: In Zeiten längerer Abwesenheit können so Kontakte zu Verwandten oder Freunden aufrechterhalten werden.

Immerhin einen Anteil von 32,5 Prozent hat ein Typ des Tagebuchblogs, dessen Merkmale die direkte Ansprache der Leser/-innen, die Beschreibung von Gefühlen und ein umgangssprachlicher Stil sind. Seine Autor/-innen, zu etwa 80 Prozent weibliche Teenager, agieren in einem öffentlich zugänglichen Raum, inszenieren sich in dem Weblog aber als private Person. Inhalt sind Gefühle und Meinungen, wobei Themen zumeist die eigene Person, Freunde, Verwandte oder Kolleg/innen beziehungsweise Mitschüler/innen sind. Sowohl Themenwahl als auch Ausdrucksweise widersprechen kulturellen Zuordnungen zum öffentlichen Bereich (vgl. auch Klaus 2001: 16). Die Aneignung des öffentlichen Raumes geschieht hier als Ausweitung des privaten Bereiches. Ebenso wie beispielsweise bei der Nutzung von Mobiltelefonen bestimmen die Nutzer/-innen die Sphärenzugehörigkeit ihrer Inhalte, und machen dies durch Sprachwahl und das Angebot kontextgebundener Informationen deutlich (vgl. Burkart 2002). Somit ist fraglich, ob die Zugänglichkeit zugleich mit dem Eintreten in eine normativ gefasste, demokratietheoretisch relevante Sphäre des Öffentlichen verbunden ist.

Gerade neue Medienformate bieten Chancen zur Neubestimmung der Grenzen von Öffentlich und Privat. Die vermeintlichen Grenzverletzungen durch neue Akteure sind Aufmerksamkeitsökonomien geschuldet, die Möglichkeiten der Platzierung auf einem durch natürliche Beschränktheit der Aufnahmefähigkeit und ein stetig wachsendes Angebot geprägten Markt erschweren. So lässt sich die massenmediale Kommunikation in Lokalradios gerade nicht mehr entlang der Kategorien Öffentlich/Privat beschreiben, da interaktive Angebote (Grüßen von Bekannten, Berichte über Freizeitaktivitäten) zu ihren zentralen Inhalten zählen (vgl. Imhof 1999). Neue Formate ermöglichen auch bisher marginalisierten Akteur/-innen ihre In-

halte einem größeren Publikum vorzustellen. Bovenschen (2003) hat gezeigt, dass die zunehmende Bedeutung der Gattung Roman im Zeitalter der Aufklärung mit einem verstärkten Engagement (bürgerlicher) Frauen einherging.

> „Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die ‚offene' Form (…) dieser Gattung (Roman, Briefroman) ebenso wie der Umstand, dass sie ihre Sujets in Bereichen fanden, die der Erlebniswelt von Frauen nahe standen, die Partizipation der Frauen an der Literatur bedeutsam erhöhten. Es ist zudem zu vermuten, dass die Abwehr von Übergriffen des weiblichen Geschlechts auf die noch immer nicht ernst genommenen Gattungen weniger massiv war" (Bovenschen 2003: 216).

Die Zuordnung von Relevanz ist gesellschaftlichen Machtverhältnissen geschuldet. Was der Öffentlichkeit zuzurechnen ist, ist das Ergebnis von Aushandlungsprozessen ressourcenstarker Akteure.

Mehr-Ebenen Modelle von Öffentlichkeit können Ansätze für einen Öffentlichkeitsbegriff bieten, der demokratietheoretisch relevante Kommunikation nicht per se auf hegemoniale Öffentlichkeiten beschränkt und eine Integration von Kommunikation im Netz ermöglicht. Klaus (2001, 2004) begreift Öffentlichkeit als eine Vielzahl von Teil-(Öffentlichkeiten) die am Entwurf gesellschaftlicher Wirklichkeitskonstruktionen beteiligt sind. „Wenn Öffentlichkeit als Diskussions- und Verständigungsprozess gefasst wird, dann ist diese nicht mehr durch den Gegensatz zur privaten Sphäre gekennzeichnet und der bedeutende Anteil, den Frauen an ihrer Ausgestaltung haben, kann deutlich werden" (Klaus 2001: 27). Sie differenziert drei Ebenen von Öffentlichkeit, wobei komplexe Öffentlichkeiten von hoher Reichweite auf einfache und mittlere Öffentlichkeiten angewiesen sind, da nur jene über einen direkten Kontakt zum Publikum verfügen und somit Glaubwürdigkeit, Authentizität und Nähe vermitteln können (Klaus 2001: 23).

Die um ein Weblog entstehenden Teil- oder Nano-Öffentlichkeiten können funktional eine Verbindung zwischen hegemonialem Diskurs und Lebenswelt herstellen. Gerade das Tagebuchblog ermöglicht durch seine Zugänglichkeit die diskursive Anknüpfung an die lebensweltliche Erfahrung durch Autor/-innen und Leser/-innen.

7 Fazit

Insgesamt erscheinen die Ausdrucksformen innerhalb der deutschen Blogosphäre hochgradig gegendert, darauf lassen die Ergebnisse der Bochumer Untersuchung schließen. So sind deutliche Unterschiede zwischen Männern und Frauen bei den Weblog-Inhalten zu konstatieren, sowohl hinsichtlich der Sprache als auch der Themenwahl. Autoren von Filterblogs sind zum größten Teil erwachsene Männer, das Gros der Autor/-innen machten im Bochumer Sample jedoch weibliche Teenager aus, die über Erlebnisse in ihrer Lebenswelt, zumeist den Schulalltag und Freizeitaktivitäten mit Freunden und Freundinnen, berichten. Wird das Alter als intervenierende Variable berücksichtigt, zeigen sich noch immer deutliche Zusammenhänge. Auch die Aufmerksamkeiten in der Blogosphäre verteilen sich ungleich: Unter den Autor/-innen von A-Blogs sind auch in Deutschland Frauen in der Minderheit.

In einem Blog sind die Beiträge in chronologischer Reihenfolge geordnet; technische und politische Informationen und Kommentare finden sich häufig neben Einträgen zu persön-

lichen Themen. Diese Möglichkeit die hierarchische Dichotomisierung zwischen Öffentlich und Privat aufzuheben wird jedoch nur von einem Teil der Autor/-innen genutzt. Insgesamt zeigt sich bei der Adaption dieser Möglichkeit der Publikation im Internet, dass auf der Grundlage von Nutzungspraktiken und der Identifizierung verschiedener Typen entlang der Geschlechterlinien wiederum eine Zuordnung zu den Bereichen politisch/privat vorgenommen wird und das neue Format positioniert wird. Diese können auch als Aushandlungsprozesse über die Zuordnung des Medienformats entlang der Grenzlinien Öffentlich/Privat und Männlich/Weiblich gesehen werden.

Inwieweit sich in der deutschen Blogosphäre jenseits reichweitenstarker Top-Blogs Ansatzpunkte für die Entstehung von Gegenöffentlichkeiten finden, konnte die Analyse nicht ermitteln. Diesbezüglich könnte eine qualitative Untersuchung der Top 100 Blogs oder ausgewählter Blogs neue Erkenntnis liefern. Allerdings verweist die Aneignung des Mediums gerade durch junge Frauen und Mädchen auf das Enabling-Pontenzial von Weblogs. Es zeigen sich Ansatzpunkte für die Entstehung von einfachen Öffentlichkeiten, die die Anknüpfung an lebensweltliche Erfahrung auch auf anderen Ebenen von Öffentlichkeit gestatten.

Literatur

Abold, Roland, 2006, The Audience is listening - Nutzung und Akzeptanz von Weblogs im Bundestagswahlkampf 2005. In: kommunikation@gesellschaft. Online-Publikation: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B1_2006_Abold.pdf (Stand: 17.11.2007)

Armborst, Matthias, 2006, Kopfjäger im Internet oder publizistische Avantgarde? Was Journalisten über Weblogs und ihre Macher wissen sollten. Münster. Lit-Verlag.

Bovenschen, Silvia, 2003, Die imaginierte Weiblichkeit: Exemplarische Untersuchungen zu kulturgeschichtlichen und literarischen Präsentationsformen des Weiblichen. Frankfurt a. M. Suhrkamp.

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2005, Gender-Datenreport. 1. Datenreport zur Gleichstellung von Frauen und Männern in der Bundesrepublik Deutschland. 2.Fassung. München. Online verfügbar: http://www.bmfsfj.de/Publikationen/genderreport/01-Redaktion/PDF-Anlagen/gesamtdokument,property=pdf,bereich=genderreport,rwb=true.pdf (Stand: 27.3.2007)

Burkart, Günter, 2002, Das Mobiltelefon: Grenzverschiebung zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit durch technisch vermittelte Kommunikation. S. 149-174, in: Kornelia Hahn (Hg.): Öffentlichkeit und Offenbarung. Eine interdisziplinäre Mediendiskussion. Konstanz. UVK.

Doorn, Nils van; *Liesbet van Zoonen*; *Sally Wyatt*, 2007, Writing from Experience: Presentations of Gender Identity on Weblogs, European Journal of Women's Studies 14/2: 143-159.

Döring, Nicola, 2002, Personal Home Pages on the Web: A Review of Research, Journal of Computer-Mediated Communication 7 (3). Online-Publikation: http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue3/doering.html (Stand: 19.6.2005)

Fisch, Martin; *Christoph Gscheidle*, 2006, Onliner 2006: Zwischen Breitband und Web 2.0– Ausstattung und Nutzungsinnovation. Ergebnisse der ARD/ZDF-Online- Studien 1997 bis 2006, Media Perspektiven 8/2006: 431–440. Online verfügbar: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/08-2006_Fisch.pdf (Stand: 19.11.2007)

Fraser, Nancy, 1996, Öffentlichkeit neu denken. Ein Beitrag zur Kritik real existierender Demokratie. S. 151-182, in: Elvira Scheich (Hg.): Vermittelte Weiblichkeit. Feministische Wissenschafts- und Gesellschaftstheorie. Hamburg. Hamburger Edition.

Fraser, Nancy, 2001, Die halbierte Gerechtigkeit. Frankfurt a.M. Suhrkamp.

Gerhards, Jürgen; Friedhelm Neidhardt, 1990, Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. Discussion Paper, FS III 90-101. Wissenschaftszentrum Berlin.

Habermas, Jürgen, 1994, Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats. Frankfurt a.M. Suhrkamp.

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

Harders, Cilja; Franka Hesse, 2006, Partizipation und Geschlecht in der deutschen Blogosphäre, femina-politica 2/2006: 90-101.

Herring, Susan C.; Inna Kouper; John C Paolillo.; Lois Ann Scheidt;, Michael Tyworth; Peter Welsch;, Elijah Wright; Ning Yu, 2005, Conversations in the Blogosphere: An Analysis "From the Bottom Up". Online-Publikation: http://www.blogninja.com/hicss05.blogconv.pdf (Stand: 11.11.2007)

Herring, Susan C.; Inna Kouper; *Lois Ann Scheidt*; *Elija L. Wright*, 2004a, 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 verfügbar: http://www.blogninja.com/DDGDD04.doc (Stand: 15.11.2007)

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

Herrmann, Friederike, 2001, Der kleine Unterschied in der Darstellungsweise und seine Folgen für private Themen: Überlegungen zu ethischen und professionellen Kriterien des Journalismus. S. 49-64, in: Friederike Herrmann und Margret Lünenborg (Hg.): Tabubruch als Programm. Privates und Intimes in den Medien. Opladen. Leske + Budrich.

Hesse, Franka, 2007, Die Geschlechterdimension von „Social Software" am Beispiel von Weblogs, onlinejournal kultur & geschlecht 1. Online-Publikation: http://www.ruhr-uni-bochum.de/genderstudies/kulturundgeschlecht/abstracts/pdfs/Hesse_Beitrag.pdf (Stand: 19.11.2007)

Holland-Cunz, Barbara, 2006, Sprechen und Schweigen in der Demokratie. Ideale politische Kommunikation und mediatisierte ‚Massendemokratien', femina-politica 2/2006: 21-32

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

Imhof, Kurt, 1999, Die Privatisierung des Öffentlichen: Zum Siegeszug der Primärgruppenkommunikation in den Medien. S. 666-681, in: Claudia Honegger, Stefan Hradil und Franz Traxler (Hg.): Gren-

zenlose Gesellschaft? Verhandlungen des 29. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Freiburg/Breisgau 1998. Opladen. Leske + Budrich.

Klaus, Elisabeth, 2001, Das Öffentliche im Privaten – Das Private im Öffentlichen. Ein kommunikationstheoretischer Ansatz. S. 15-36, in: Friederike Herrman, und Margret Lünenborg (Hg.): Tabubruch als Programm. Privates und Intimes in den Medien. Opladen. Leske + Budrich.

Klaus, Elisabeth, 2004, Öffentlichkeit und Privatheit: Frauenöffentlichkeiten und feministische Öffentlichkeiten. S. 209-216, in: Ruth Becker und Beate Kortendiek (Hg.): Handbuch der Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie. Wiesbaden. VS Verlag für Sozialwissenschaften

Klaus, Elisabeth, 2006, Von der Beschränktheit unserer Öffentlichkeitstheorien im europäischen Kontext. S. 93-106, in: Wolfgang R. Langenbucher und Michael Latzer (Hg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden. VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Kompetenzzentrum Technik – Diversity – Chancengleichheit e.V., 2006, Internetnutzung von Frauen und Männern in Deutschland 2006. Gender-Sonderauswertung des (N)ONLINER Atlas 2006. Bielefeld. Online-Publikation: http://www.kompetenzz.de/content/download/11853/99037/file/Nonliner_Sonderauswertung_2006_151206.pdf (Stand: 26.11.2007)

Lang, Sabine, 2004, Politik-Öffentlichkeit-Privatheit. S. 65-81, in: Siglinde K. Rosenberger und Birgit Sauer (Hg.): Politikwissenschaft und Geschlecht. Wien. WUV Facultas.

Miller, Carolyn R.; Dawn Shepherd, 2004, Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog, in: Laura Gurak et al. (Hg.): Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs. Online-Publikation: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action.html (Stand: 15.6.2005)

Mohr, Fabian, 2004, Mehr Online als Journalismus: Zehn Jahre Copy and Paste. Online-Publikation: http://www.onlinejournalismus.de/webwatch/10jahrebilanz.php (Stand: 1.11.2005)

Möller, Erik, 2004: Die heimliche Medienrevolution - Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern. Hannover. Heise-Verlag Online verfügbar: http://medienrevolution.dpunkt.de/files/Medienrevolution-1.pdf (Stand: 1.11.2007)

Mortensen, Torill, 2004, Personal Publication and Public Attention, in: *Laura Gurak* et al. (Hg.): Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs. Online-Publikation: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/personal_publication.html (Stand: 29.11.2007)

Neuberger Christoph, 2003, Google, Blogs & Newsbots. Mediatoren der Internetöffentlichkeit. Vortrag gehalten auf dem Kongress „Strukturwandel der Öffentlichkeit 2.0. Kongress zum Verhältnis von Medien und Demokratie“. 1.-2. Dezember 2003 in Berlin.

Pax, Salam, 2003, Let's get bombed - Schöne Grüße aus Bagdad. Berlin. Econ.

Pew Internet and Life Project, 2006, Bloggers. A portrait of the internet’s new storytellers. Online-Publikation: http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%202006.pdf (Stand: 15.11.2007)

Proximity Germany GmbH, 2005, Corporate Blogging - Chancen für den Dialog. Hamburg. Online verfügbar: http://www.bbdo.de/de/home/studien.download.Par.0035.Link1Download.File1Title.pdf (Stand: 23.11.2007)

Ratliff, Clancy, 2004, Whose Voices Get Heard? Gender Politics in the Blogosphere. Online-Publikation: http://culturecat.net/node/303 (Stand: 16.11.2007)

Ratliff, Clancy, 2005, Where Are the Women? Rhetoric and Gender on Weblogs. Online-Publikation: http://culturecat.net/files/NewMediaResearch_Ratliff.pdf (Stand: 16.11.2007)

Reichmayr, Ingrid, 2005, Weblogs von Jugendlichen als Bühnen des Identitätsmanagements. Eine qualitative Untersuchung, in: Jan Schmidt, Klaus Schönberger und Christian Stegbauer (Hg.): Erkundungen des Bloggens. Sozialwissenschaftliche Ansätze und Perspektiven der Weblogforschung. Sonderausgabe von kommunikation@gesellschaft, Jg. 6. Online-Publikation: Online-Publikation: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B8_2005_Reichmayr.pdf (Stand: 22.11.2007)

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

Rössler, Beate, 2001, Der Wert des Privaten. Frankfurt a.M. Suhrkamp.

Schinzel, Britta, 2005, Das unsichtbare Geschlecht der Neuen Medien, in: Martin Warnke, Wolfgang Coy und Georg Christoph Tholen (Hg.): Hyperkult II. Zur Ortsbestimmung analoger und digitaler Medien. Bielefeld. transcript Verlag. Online verfügbar: http://mod.iig.uni-freiburg.de/cms/fileadmin/publikationen/online-publikationen/unsichtbare-geschl-neuer-medien.pdf (Stand: 13.9.2007).

Schmidt, Jan, 2005, Praktiken des Bloggens: Strukturierungsprinzipien der Online-Kommunikation am Beispiel von Weblogs. Berichte der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“, Nr. 05-01. Bamberg. Online-Publikation: http://www.bamberg-gewinnt.de/wordpress/wp-content/pdf/ PraktikenDesBloggens.pdf (Stand: 11.11.2007)

Schmidt, Jan, 2006a, „Doch eine Million deutsche Blogs?“ Online-Dokument: http://www.bamberg-gewinnt.de/wordpress/archives/548 (Stand: 15.6.2007)

Schmidt, Jan, 2006b, Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie. Konstanz. UVK.

Schmidt, Jan; Christian Stegbauer; Klaus Schönberger (Hg.), 2005, Erkundungen des Bloggens. Sozialwissenschaftliche Ansätze und Perspektiven der Weblogforschung. Sonderausgabe von kommunikation@gesellschaft, Jg. 6. Online-Publikation: http://cms-sprachlabor.split.uni-bamberg.de/kommunikation-gesellschaft/?page_id=7 (Stand: 1.1.2007)

Schmidt, Jan; Martin Wilbers, 2006, Wie ich blogge?! Erste Ergebnisse der Weblogbefragung 2005. Berichte der Forschungsstelle "Neue Kommunikationsmedien", Nr. 06-01. Bamberg. Online-Publikation: http://www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkbericht0601.pdf (Stand: 11.11.2007)

Schönberger, Klaus, 1999, Internet zwischen Spielwiese und Familienpost. Doing Gender in der Netznutzung. S. 259-280, in: Eike von Hebecker, Frank Kleemann, Harald Neymanns und Markus Stauff (Hg.): Neue Medienumwelten. Zwischen Regulierungsprozessen und alltäglicher Aneignung. Frankfurt/M./New York. Campus. Online verfügbar: http://max.lui.uni-tuebingen.de/fp/gender.pdf (Stand: 15.9.2007)

Schönberger, Klaus, 2005, Persistente und rekombinante Handlungs- und Kommunikationsmuster in der Weblog-Nutzung. Mediennutzung und soziokultureller Wandel. S. 276-294, in: Astrid Schütz; Stephan Habscheid; Werner Holly; Josef Krems und Günther G. Voß (Hg.): Neue Medien im Alltag. Befunde aus den Bereichen: Arbeit, Leben und Freizeit. Lengerich. Pabst Science Publishers.

Sennett, Richard, 1998, Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität. Frankfurt a. M. Fischer.

Shirky, Clay, 2003, Power laws, weblogs, and inequality. Online-Publikation: http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html (Stand: 14.11.2007)

Siedschlag, Alexander, 2003, Politologische Annäherungen an die digitale Demokratie – Ein Kommentar zum Forschungsstand. S. 9-19, in: Arne Rogg (Hg.): Wie das Internet die Politik verändert. Einsatzmöglichkeiten und Auswirkungen. Opladen. Leske + Budrich. Online verfügbar: http://amor.cms.hu-berlin.de/~h0936dbk/iup_sota.pdf (Stand: 11.11.2007)

Sifry, David, 2006, State of the Blogosphere, August 2006. Online-Publikation: http://www.sifry.com/alerts/archives/000436.html (Stand: 22.11.2007)

Stegbauer, Christian, 2001a, Grenzen virtueller Gemeinschaft – Strukturen internetbasierter Kommunikationsforen. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.

Stegbauer, Christian, 2001b, Aufmerksamkeitssteuerung durch Schließung am Beispiel von Mailinglisten. S. 159-174, in: Klaus Beck und Wolfgang Schweiger, (Hg.): Attention please! Online-Kommunikation und Aufmerksamkeit. München. Reinhard Fischer.

Stiegler, Barbara, 2000, Wie Gender in den Mainstream kommt: Konzepte, Argumente und Praxisbeispiele zur EU-Strategie des Gener Mainstreaming. Bonn. FES Library. Online verfügbar: http://www.fes.de/fulltext/asfo/00802toc.htm (Stand: 1.12.2007)

Stiftung Digitale Chancen, 2006, „Politische Beteiligung, bürgerschaftliches Engagement und das Internet." Interview mit Prof. Dr. Claus Leggewie. Online-Publikation: http://www.digitale-chancen.de/content/stories/index.cfm/key.2362/secid.16/secid2.48/aus.10/nlnum.54 (Stand: 10.11.2007)

Thomas, Kim, 2006, Sag mir wo die Frauen sind, in: Financial Times Deutschland v. 30.11.2006. Online verfügbar: http://www.ftd.de/technik/it_telekommunikation/131184.html (Stand: 11.8.2007)

TNS Infratest, 2006, Monitoring Informationswirtschaft. 9. Faktenbericht - April 2006. München. Online-Publikation: http://www.tns-infratest.com/06_BI/bmwi/Faktenbericht_9/pdf/FB9_EK_Internet-Nutzung.pdf (Stand: 27.11.2007)

Tricas, Fernando; Victor Ruiz; Juan Merelo, 2003, Do we live in a small world? Measuring the spanish-speaking blogosphere. S. 158-173, in: Thomas N. Burg (Hg.): BlogTalks. Norderstedt. Books on Demand. Online verfügbar: http://www.blogalia.com/pdf/20030506blogtalk.pdf (Stand: 30.11.2007)

Unger, Frank, 2005, Die Blogosphäre - Inhaltliche Strukturen deutschsprachiger Weblogs. Eine Analyse von publizistischen Potenzialen und thematischen Schwerpunkten. Unveröff. Magisterarbeit. Online verfügbar: http://static.twoday.net/neuronal/files/magisterarbeit.pdf (Stand: 11.11.2007)

Wetterer, Angelika, 2002, Arbeitsteilung und Geschlechterkonstruktion. „Gender at Work" in theoretischer und historischer Perspektive. Konstanz. UVK.

Winker, Gabriele; Drüeke, Ricarda; Sude, Kerstin, 2004, Neue Öffentlichkeiten durch frauenpolitische Netze im Internet? S. 239-257, in: Heike Kahlert und Claudia Kajatin (Hg.): Arbeit und Vernetzung im Informationszeitalter. Frankfurt/New York. Campus.

Kontakt zur Autorin:

Franka Hesse, Diplom-Sozialwissenschaftlerin. 2005/2006 Mitarbeiterin im Projekt Gender Blogging an der Ruhr-Universität Bochum.

Bitte diesen Artikel wie folgt zitieren:

Hesse, Franka (2008): Die Geschlechterdimension von Weblogs: Inhaltsanalytische Streifzüge durch die Blogosphäre. In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 9, Beitrag 1. Online-Publikation: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B1_2008_Hesse.pdf