

Networked Gender Bias?

Geschlechterspezifische Diskursdominanzen in vernetzten Öffentlichkeiten

Doktorandin: Miriam Siemon

Betreuerin: Prof. Dr. Margreth Lünenborg

Die Journalismusforschung hat vielfach gezeigt, dass Frauen in journalistischer Berichterstattung stereotypisiert und unterrepräsentiert sind und insbesondere als Expert*innen zu wenig zu Wort kommen (z.B. Armstrong 2004; Huber 2014; Lünenborg 2008; Magin und Stark 2010; Pallaver und Lengauer 2008; Prommer und Stüwe 2020; Ross und Carter 2011). Allerdings ist Journalismus nicht allein für das Entstehen von Öffentlichkeit verantwortlich. Vielmehr werden öffentliche Diskurse von einer Vielzahl an Akteur*innen, die sich auf verschiedenen Plattformen vernetzen, performt (z.B. Lünenborg und Raetzsch 2018; Pfetsch, Löblich und Eilders 2018). Daraus resultiert die Frage, inwiefern soziale Medien *game changer* für geschlechterspezifische Diskursdominanzen darstellen. Die Ausgestaltung von Geschlechterverhältnissen muss auch im digitalen Raum immer wieder neu verhandelt werden, wobei gesellschaftliche Strukturen teilweise aufgebrochen, häufig aber auch reproduziert werden (Drüeke und Zobl 2013).

Öffentlichkeit konstituiert sich relational über kommunikative Beziehungen (Klinger 2018), weswegen auch Machtdynamiken relational betrachtet werden müssen (McGregor und Mourão 2016). Der Frage danach, wer Diskurse strukturell dominiert und damit auch interpretative Macht besitzt, lässt sich daher sinnvoll aus einer netzwerktheoretischen und -analytischen Perspektive nachgehen. Erste solcher Studien geben bereits Hinweise dafür, dass Frauen auch in sozialen Medien weniger gut vernetzt sind und eher in der Diskursperipherie auftreten (e.g. Armstrong und Gao 2011; Ausserhofer und Maireder 2013; Heil und Piskorski 2009; Naaman, Boase und Lai 2010) oder, etwas differenzierter, dass Frauen und Männer zumindest unterschiedliche Arten von Diskursmacht besitzen (Hayat, Lesser und Samuel-Azran 2017; McGregor und Mourão 2016). Damit können soziale Medien nicht als „the great equalizer“ (Brandtzaeg 2017) gehandelt werden. Den meisten dieser Studien liegt allerdings ein binäres Geschlechterverhältnis und fehlende intersektionale Perspektiven bzgl. der Verschränkung von *gender* mit *class*, *race* oder *(dis)ability* zugrunde. Im Fokus dieses Dissertationsprojekts steht daher folgende Forschungsfrage:

Wie sind vernetzte Öffentlichkeiten in Bezug auf geschlechterspezifische und intersektionale Diskursdominanzen strukturiert?

Die Arbeit hat dabei zwei Ziele. Auf einer theoretischen Ebene sollen Erkenntnisse aus den stark qualitativ geprägten Gender Media Studies mit netzwerktheoretischen und -analytischen Ansätzen zusammengebracht und der Frage nachgegangen werden, wo Chancen und Grenzen automatisierter Analyseverfahren für die intersektionale Geschlechterforschung in der Kommunikationswissenschaft liegen. Empirisch sollen geschlechtsspezifische Netzwerkstrukturen und deren Intersektion mit anderen sozialen Kategorien anhand verschiedener Fallstudien analysiert werden. Dabei steht zum einen der (deutschsprachige) #MeToo-Diskurs auf Twitter als ein langfristiger Diskurs über sexualisierte Gewalt im Fokus. Diesem soll außerdem eine weitere Fallstudie mit einem weniger ausgeprägten feministischen Bezug gegenübergestellt werden. Die ausgewählten Diskurse sollen sowohl auf einer strukturellen, als auch auf einer inhaltlichen Ebene untersucht werden. Für die Analyse struktureller Diskursdominanzen eignet sich die Netzwerkanalyse. Hierbei sollen besonders langfristige und dynamische Entwicklungen von Diskurshegemonien analysiert werden. Die strukturelle Dominanz spezifischer Akteur*innen wirkt sich auch auf die inhaltlichen Perspektiven aus, die einen Diskurs bestimmen. Aus diesem Grund wird die Netzwerkanalyse mit Verfahren der automatisierten Inhaltsanalyse kombiniert. Dieses Dissertationsprojekt verfolgt insgesamt das Ziel, theoretische Entwicklungen und empirische Erkenntnisse aus den stark qualitativ geprägten Gender Media Studies mit automatisierten Analyseverfahren zu kombinieren, um anhand von großen Datensätzen geschlechtsspezifische Machtstrukturen in sozialen Medien aufzudecken.

Literatur

- Armstrong, Cory L. 2004. „The Influence of Reporter Gender on Source Selection in Newspaper Stories“. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 81 (1): 139–54. <https://doi.org/10.1177/107769900408100110>.
- Armstrong, Cory L., und Fangfang Gao. 2011. „Gender, Twitter and News Content“. *Journalism Studies* 12 (4): 490–505. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2010.527548>.
- Ausserhofer, Julian, und Axel Maireder. 2013. „National Politics on Twitter: Structures and topics of a networked public sphere“. *Information, Communication & Society* 16 (3): 291–314. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.756050>.
- Brandtzaeg, Petter Bae. 2017. „Facebook Is No “Great Equalizer”: A Big Data Approach to Gender Differences in Civic Engagement across Countries“. *Social Science Computer Review* 35 (1): 103–25. <https://doi.org/10.1177/0894439315605806>.
- Drüeke, Ricarda, und Elke Zobl. 2013. „#aufschrei als Gegenöffentlichkeit: eine feministische Intervention in den Alltagssexismus?“ *Femina Politica - Zeitschrift für feministische Politikwissenschaft* 22 (2): 125–28.
- Hayat, Tsahi (Zack), Ofrit Lesser, und Tal Samuel-Azran. 2017. „Gendered Discourse Patterns on Online Social Networks: A Social Network Analysis Perspective“. *Computers in Human Behavior* 77 (Dezember): 132–39. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.041>.
- Heil, Bill, und Mikolaj Piskorski. 2009. „New Twitter Research: Men Follow Men and Nobody Tweets“. *Harvard Business Review*, 1. Juni 2009. <https://hbr.org/2009/06/new-twitter-research-men-follo>.
- Huber, Brigitte. 2014. *Öffentliche Experten: Über die Medienpräsenz von Fachleuten*. Springer-Verlag.
- Klinger, Ulrike. 2018. „Aufstieg der Semiöffentlichkeit: Eine relationale Perspektive“. *Publizistik* 63 (2): 245–67.
- Lünenborg, Margreth. 2008. „Die Aufmacher — Geschlechterverhältnisse im Politikressort“. In *Medien — Politik — Geschlecht*, herausgegeben von Johanna Dorer, Brigitte Geiger, und Regina Köpl, 155–71. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91096-3_11.
- Lünenborg, Margreth, und Christoph Raetzsch. 2018. „From Public Sphere to Performative Publics: Developing Media Practice as an Analytic Model“. In *Media Practices, Social Movements, and Performativity: Transdisciplinary Approaches*, herausgegeben von

- Susanne Foellmer, Margreth Lünenborg, und Christoph Raetzsch, 13–35. Abingdon: Routledge.
- Magin, Melanie, und Birgit Stark. 2010. „Mediale Geschlechterstereotype: Eine ländervergleichende Untersuchung von Tageszeitungen“. *Publizistik* 55 (4): 383–404. <https://doi.org/10.1007/s11616-010-0097-y>.
- McGregor, Shannon C., und Rachel R. Mourão. 2016. „Talking Politics on Twitter: Gender, Elections, and Social Networks“. *Social Media + Society* 2 (3): 2056305116664218. <https://doi.org/10.1177/2056305116664218>.
- Naaman, Mor, Jeffrey Boase, und Chih-Hui Lai. 2010. „Is it really about me? message content in social awareness streams“. In *Proceedings of the 2010 ACM conference on Computer supported cooperative work*, 189–192. CSCW '10. Savannah, Georgia, USA: Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/1718918.1718953>.
- Pallaver, Günther, und Günther Lengauer. 2008. „Weibliche Repräsentanz und Media Frames“. In *Medien — Politik — Geschlecht*, herausgegeben von Johanna Dorer, Brigitte Geiger, und Regina Köpl, 104–23. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91096-3_8.
- Pfetsch, Barbara, Maria Löblich, und Christiane Eilders. 2018. „Dissonante Öffentlichkeiten als Perspektive kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung“. *Publizistik* 63 (4): 477–95. <https://doi.org/10.1007/s11616-018-0441-1>.
- Prommer, Elizabeth, und Julia Stüwe. 2020. „Geschlechterverteilung in der Corona-Berichterstattung im deutschen Fernsehen. Studie im Auftrag der MaLisa Stiftung.“ Berlin: MaLisa Stiftung. https://malisastiftung.org/wp-content/uploads/Studie_MaLisa_Geschlechterverteilung_in_der_Corona_Berichterstattung.pdf.
- Ross, Karen, und Cynthia Carter. 2011. „Women and News: A Long and Winding Road“. *Media, Culture & Society* 33 (8): 1148–65. <https://doi.org/10.1177/0163443711418272>.