

13. Oktober 2009 in Wien

ARGE-Tagung Brennpunkt „Virtuelle Welten“



Unterschiede im Mediennutzungsverhalten von Frauen und Männern

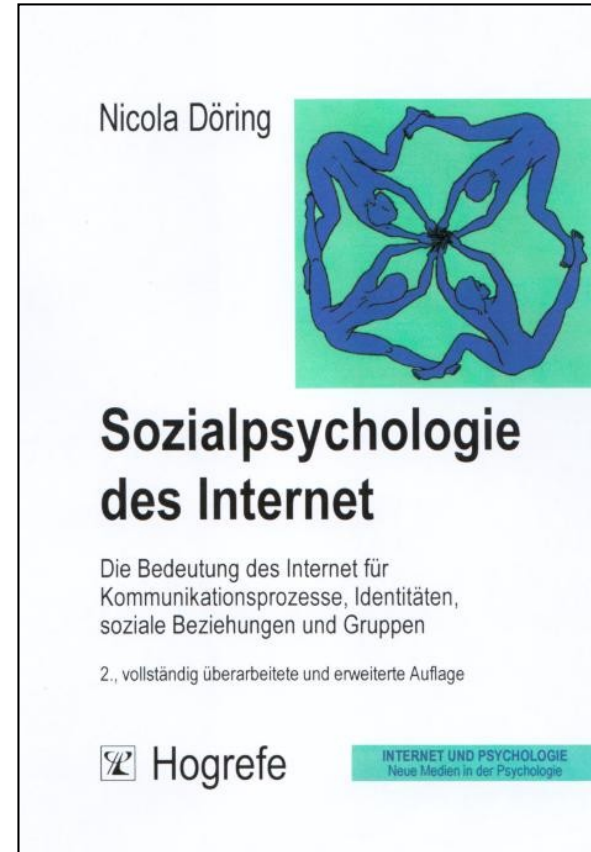
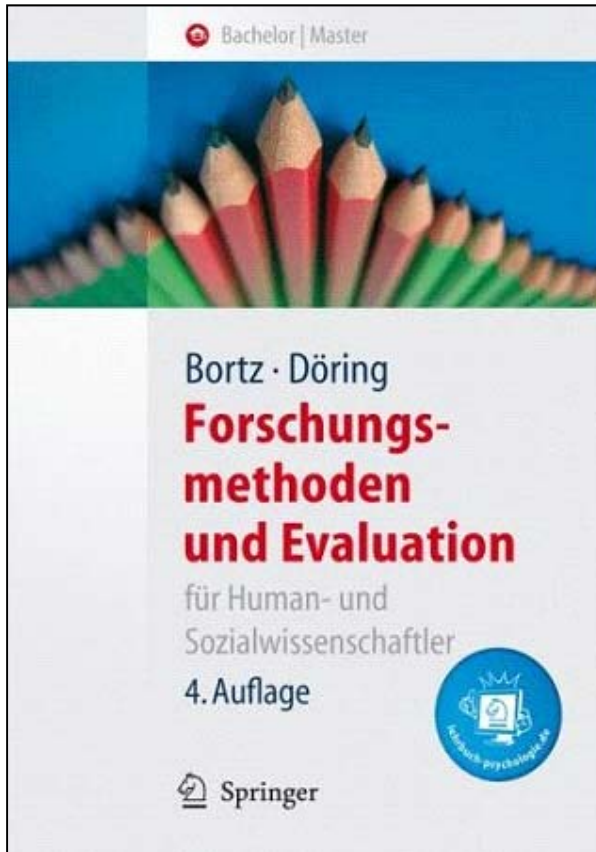
Prof. Dr. Nicola Döring
www.nicola-doering.de

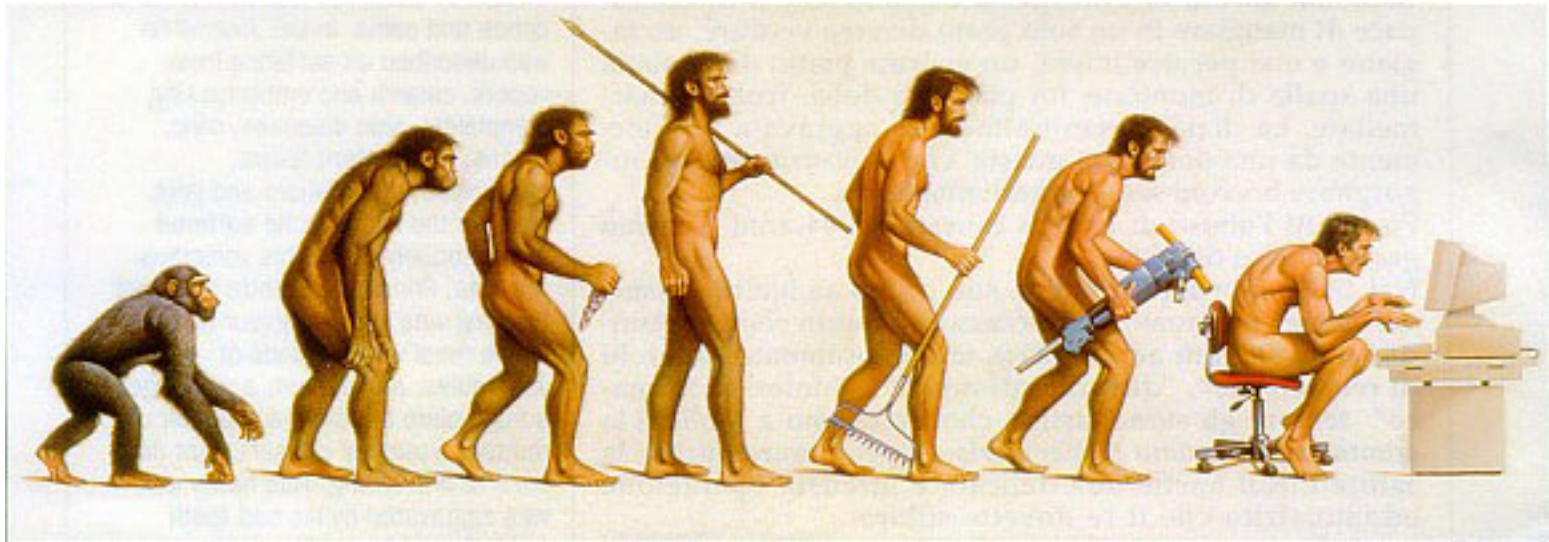
Technische Universität Ilmenau



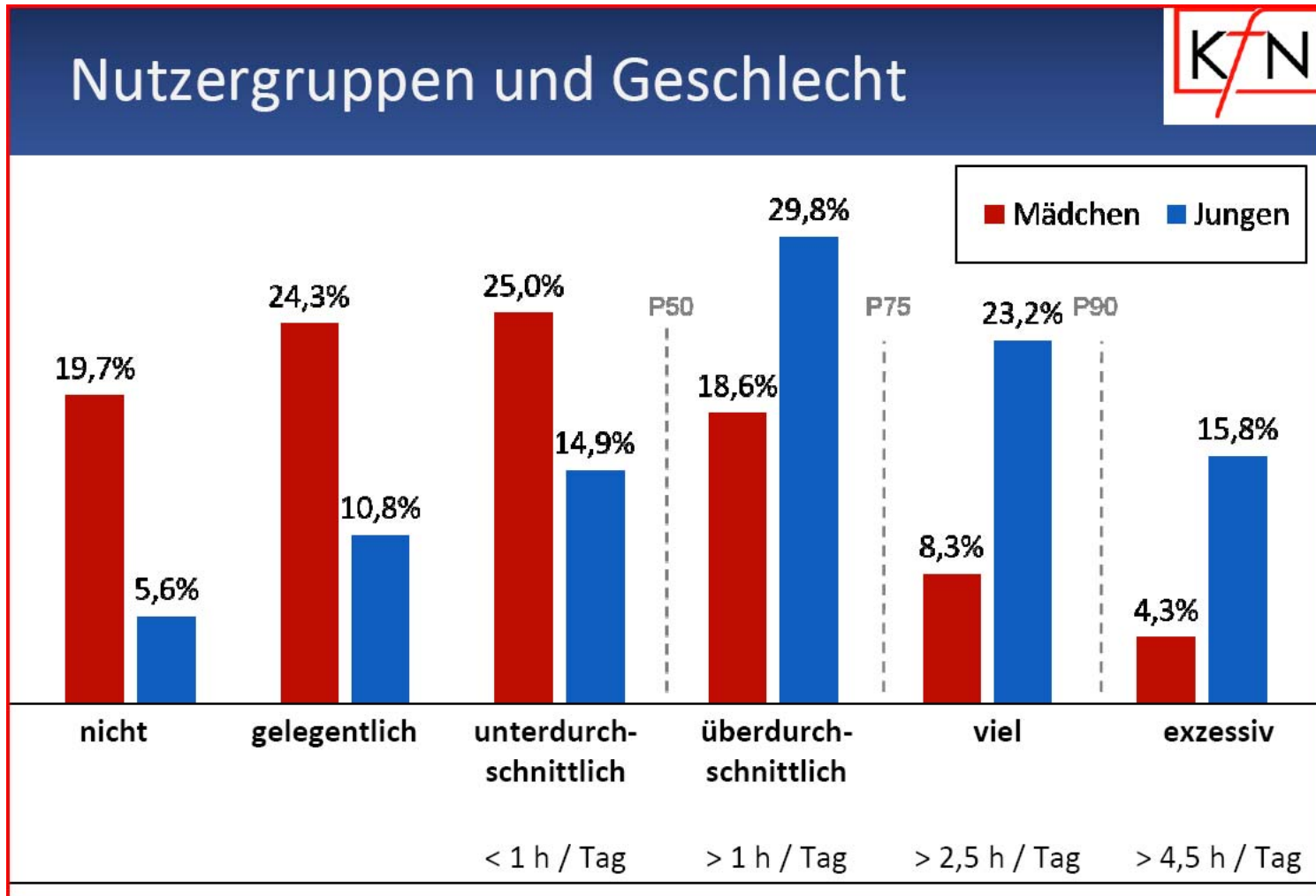
Institut für **M**edien- und
Kommunikationswissenschaft

www.ifmk.de





Computerspiel-Nutzung: „Medienverwahrlosung“ der Jungen (Christian Pfeiffer, Kriminologisches Forschungsinstitut Niedersachsen)



N=44.000 Jugendliche NRW

WORLD OF WARCRAFT

Allianz

Horde



Mensch



Männlich



Krieger



Hautfarbe



Gesicht



Frisur



Haarfarbe



Gesichtsbehaarung



Zufällig



Name



Allianz

Die Allianz besteht aus vier Völkern: den edlen Menschen, den abenteuerlustigen Zwergen, den geheimnisumwitterten Nachtfeln und den genialen Gnomen. Sie alle verbindet die Abscheu gegenüber allem Dämonischen und sie



Mensch

Die Menschen sind noch ein junges Volk und daher äußerst vielseitig. Sie beherrschen die Künste des Kampfes, des Handwerks und der Magie erstaunlich gut. Durch ihren Wagemut und Optimismus haben sie es geschafft, einige der größten Königreiche der Welt aufzubauen. In diesen unruhigen Zeiten, nach von Konflikten gekennzeichneten Generationen, ist die Menschheit bestrebt, zu ihrer ursprünglichen Blüte



Krieger

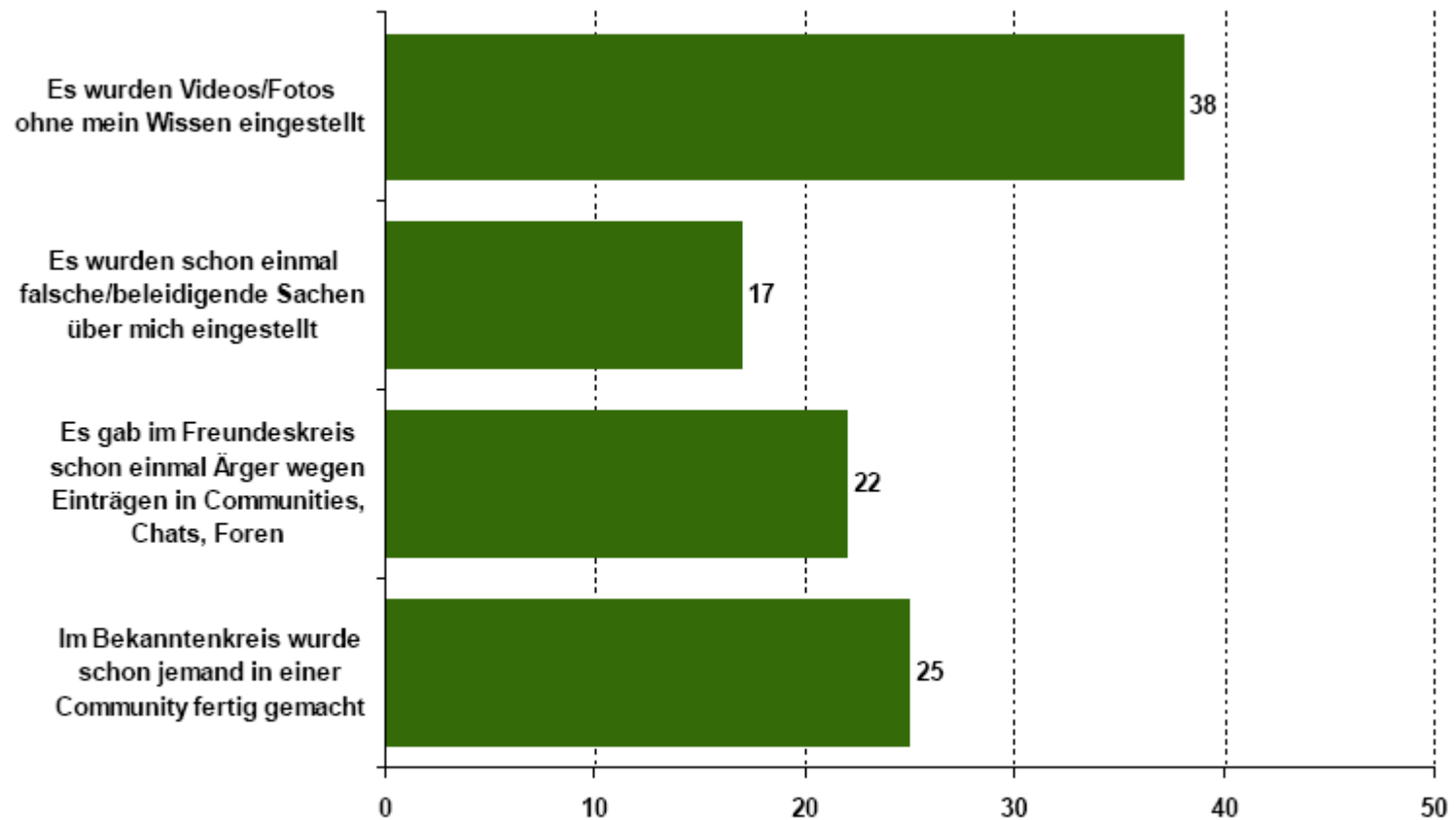
Krieger hören niemals auf zu trainieren und streben nach Perfektion im bewaffneten Kampf. Ganz gleich was ihr Stand einst gewesen sein mag, jetzt stehen sie gleichberechtigt Seite an Seite, um sich mit absolutem Einsatz in einem glorreichen Kampf zu bewähren. Viele Krieger dienen als Söldner, während

Annehmen

Zurück



Probleme mit Communities



Quelle: JIMplus 2008 (n=106), Angaben in Prozent

Basis: Nutzer, denen eine Community gut gefällt, n=76

Studentin in einem Online-Forum:

hallo,

ich **sitze bis spät nachts vor der glotze**, obwohl ich müde bin und mein rücken vom krumm sitzen schon weh tut... ich galube ich komme allein von der glotze nicht weg, ich habe grade noch semesterferien und schaue fast jeden tag von mittags bis nach mitternacht fernsehen... dabei sollte ich hausarbeiten schreiben und könnte mein leben wirklich sinnvoller nutzen... nachts vor dem einschlafen schäme ich mich so dafür und schwöre mir, es morgen anders zu machen, aber im endeffekt klappt es nicht...

Medienzeit-Budget der Medien-Nutzer/innen Österreich 2009

	Minuten	Stunden
Radio (Begleitmedium)	207	3,4
Internet (Multifunktionsmedium)	173	2,8
Fernsehen (Leitmedium)	168	2,8
Tageszeitung	45	
Zeitschriften	35	
Bücher	32	
Hörbücher	14	
Handy/Festnetztelefon* (Individualmedium)	11	
SUMME	685	11,4

Bedeutung der Gender-Perspektive:

Gender-Mainstreaming:

Berücksichtigung der besonderen Lebensumstände von Frauen und Männern in allen gesellschaftlichen Bereichen

Voraussetzung:

Analyse von Geschlechts-Unterschieden

Konsequenz:

Geschlechtersensible Gestaltung von Maßnahmen

Gender-Perspektive hinsichtlich Mediennutzung und Suchtproblematik:

Geschlechtsspezifische Ausprägungen von Mediensüchten
(z.B. männliche Computerspiel-Sucht versus weibliche Chat-Sucht)

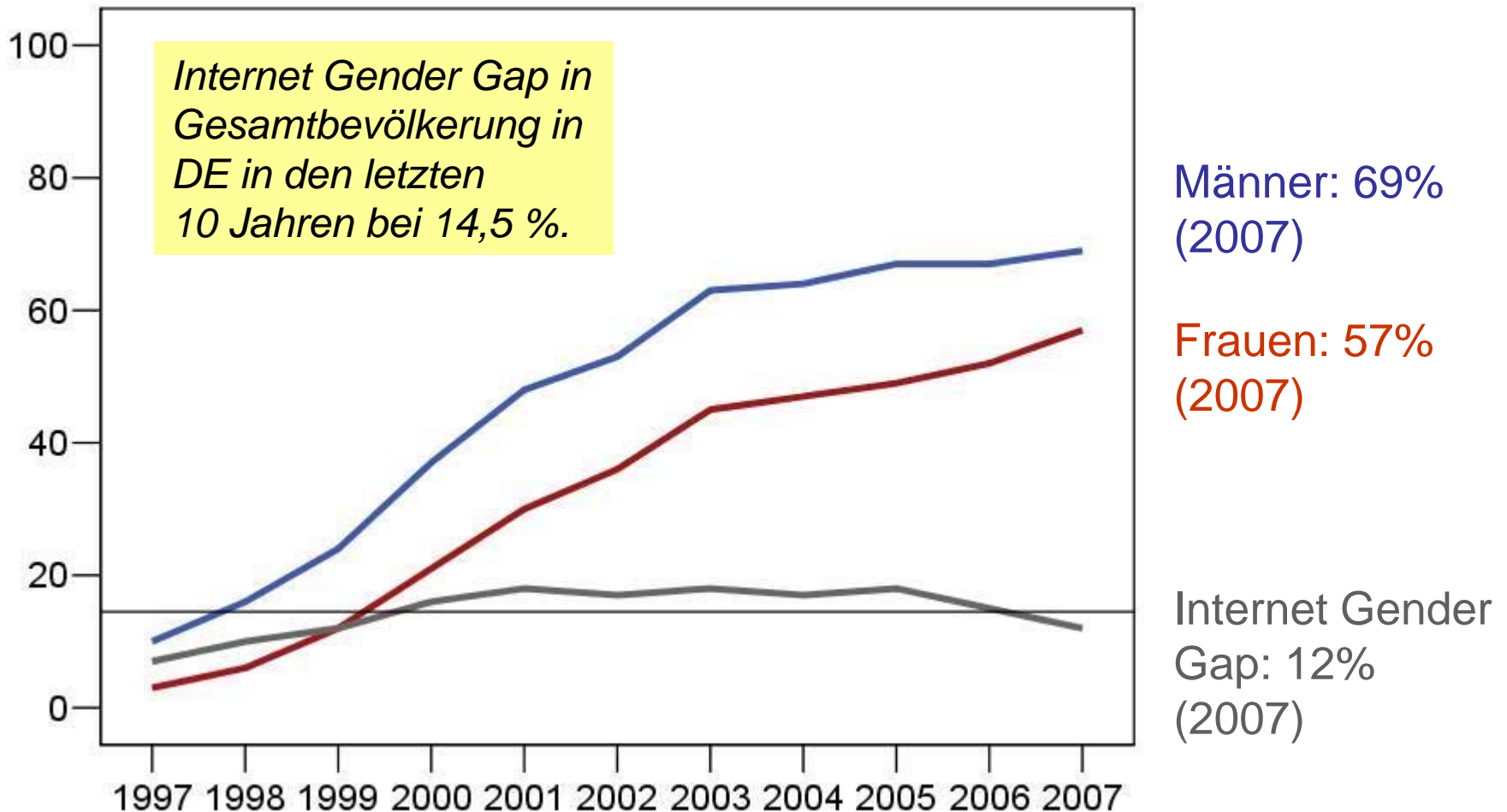
Geschlechtsspezifische Prävention/Intervention bei Mediensüchten
(z.B. Stärkung männlicher und weiblicher Identität als Ressource gegenüber Mediensucht)

Geschlechtsspezifische Medienangebote zur Prävention/Intervention bei Suchterkrankungen
(z.B. Ansprache von männlichen Sexsüchtigen oder weiblichen Magersüchtigen im Internet)

Art des Umgangs mit Medien

Männer	Frauen
<p>Interesse an technischen Grundlagen der Medien</p> <ul style="list-style-type: none">- Mehr medientechnische Kompetenz- Mehr Gestaltungsmacht in medialen Räumen	<p>Fokus auf Anwendung der Medien</p> <p>(Technik als Black Box)</p>
<p>Interesse an medientechnischen Innovationen (Early Adopters)</p> <ul style="list-style-type: none">- Mehr Anwendungskompetenz- Anwendungsvorsprung	<p>Fokus auf Nutzwert / Ästhetik</p>

Die Geschlechterkluft beim Internet-Zugang



Anteil der Onliner/innen an der männlichen/weiblichen Bevölkerung ab 14 Jahre

ARD/ZDF Onlinestudie 2007

Auswahl an Programmen/Angeboten eines Mediums

Genutzte web 2.0-Angebote 2008

zumindest selten genutzt

Angaben in Prozent

	Gesamt	weibl.	männl.	14-19 J.	20-29 J.	30-39 J.	40-49 J.	50-59 J.	60 +
Videoportale	51	42	58	90	77	59	43	18	9
Wikipedia	60	58	61	91	76	54	59	45	31
Fotosammlungen	23	25	22	38	33	20	17	15	18
Lesezeichensammlungen	3	2	4	5	3	5	3	3	1
berufliche Netzwerke	6	5	8	8	10	9	6	2	1
private Netzwerke	25	24	25	68	57	20	7	1	1
Weblogs	6	4	7	9	9	8	4	1	1
virtuelle Spielewelten	5	2	7	11	10	3	3	2	1

Basis: Onlinenutzer ab 14 Jahre in Deutschland (2008: n=1186)

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2008

Umgang mit dem jeweiligen Medienangebot ?

Online-Informationsabruf

Inhalte / Themen (PEW Internet & American Life 2005)

	Männer	Frauen	Differenz
Sport	59	27	+32
Finanzen	56	33	+23
Internet-Radio	38	20	+18
Erotik	21	5	+16
Gesundheit	58	74	-16
Religion	34	25	-9
Email senden	88	94	-6
Routenplaner	82	87	-5
Suchmaschine	90	91	n.s.
Reiseinformation	74	71	n.s.
Etc.	

Web2.0-Angebote: Vielfalt der Nutzungsmöglichkeiten

- 13 Mio registrierte Nutzer
- 380 Mio Visits im Januar 2009 (IVW.de)

Social Networking Sites

- StudiVZ / SchülerVZ / MeinVZ
- MySpace
- Facebook
- Lokalisten
- Wer-kennt-wen
- Xing

Online-Spiele

- World of Warcraft
- Browsergames

Foto- und Videoportale

- YouTube
- MyVideo
- Flickr

Weblogs

Microblogs

- Twitter

Ethno-Portale

- theinder.net
- vaybee.de
- turkdunya.de
- polonium.de

Online-Foren

Chat-Communities

- knuddels.de

Avatar-Welten

- Second Life

Grenzen/Gefahren des Gender-Mainstreaming-Ansatzes:

Viel „Sex“ wenig „Gender“

Gegenüberstellung von Personen gemäß biologischem Geschlecht (sex)
Keine Betrachtung des sozialen Geschlechts (gender)

Geschlecht „pur“ statt Intersektionalität

Vernachlässigung anderer Benachteiligungs-Faktoren
(Bildung, Alter, Schicht, Ethnizität), die differenziell mit
Geschlecht zusammenwirken

-> Gefahr der Verfestigung von Geschlechter-Stereotypen