

Rezension:

Gerhard Jost

Julia Ahrens (2009). Going Online, Doing Gender. Alltagspraktiken rund um das Internet in Deutschland und Australien.

Bielefeld: Transcript Verlag; 321 Seiten; ISBN 978-3-8376-1251-6; 33,80 €

Keywords:

Soziologie des
Internets;
Alltagssoziologie;
qualitative
Inhaltsanalyse;
Medienanalyse;
Gender Studies

Zusammenfassung: Das Internet kann auf vielfältige Weise in den (häuslichen) Alltag integriert werden – die vorliegende, durchaus interessante Studie analysiert hauptsächlich auf der Basis von problemzentrierten Interviews und einer qualitativen Inhaltsanalyse (nach MAYRING) die (aktiven) Aneignungsmodi und die Integration dieses Mediums in den Alltag. Im Mittelpunkt der Studie stehen die Effekte der Nutzungs- und Kommunikationsformen des Internets, aufgegliedert in zeitliche, räumliche, inhaltliche und soziale Dimensionen. Im Besonderen werden die Wirkungen der Internetnutzung in Bezug auf Beziehungsstrukturen zwischen (Lebens-) Partner/innen und Geschlechterverhältnisse fokussiert. Dabei wird der Frage nachgegangen, inwieweit Ungleichheitsstrukturen auch im Bereich des *going online* reproduziert werden. Durch die Auswahl von jeweils zwölf Paaren in Deutschland und Australien werden Veränderungsprozesse in zwei Ländern verglichen, die sich in einer etwas differenten Phase des Diffusions- und Integrationsgrads befinden. Die Autorin verweist darauf, dass gerade qualitativ orientierte Studien die sich wandelnden Kommunikationsprozesse und Interaktionsstrukturen im häuslichen Alltag in den Blick nehmen können – das wird mit der Studie gezeigt, auch wenn "nur" ein eher explorativer Anspruch deutlich wird.

Inhaltsverzeichnis

- [1. Einführung](#)
- [2. Theoretischer Rahmen – Ausgangspunkte der Studie](#)
- [3. Methodisches Vorgehen](#)
- [4. Erkenntnisse der Studie](#)
 - [4.1 Erkenntnisse zur Integration des Internets in den \(häuslichen\) Alltag](#)
 - [4.2 Erkenntnisse über geschlechtsspezifische Internetnutzung – *doing gender*](#)
 - [4.3 Arbeitsteilung im Haushalt und das Internet](#)
- [5. Fazit und Bewertung](#)

[Literatur](#)

[Zum Autor](#)

[Zitation](#)

1. Einführung

Medien interessieren als (Mit-) Produzenten von (kollektiven) Bedeutungsgehalten als auch von Interaktions- und Kommunikationsformen. Während "ältere" Medien, seien es Zeitungen, Radio oder Fernsehen, noch stark als einseitige "Sender" von Formaten und Bedeutungen fungieren, hat sich mit dem "neuen" Medium Internet ein Netzwerksystem etabliert (vgl. KARDORFF 2008), das – wie z.B. institutionelle und personelle Selbstdarstellungen, E-Mail-

Kommunikation, Blogs oder Foren zeigen – Rückkoppelungs- und Eingriffsmöglichkeiten zulässt (vgl. SUTTER 2010). Damit bieten sich neue Möglichkeiten der Gestaltung von alltäglicher Kommunikation, auch wenn man berücksichtigt, dass das Internet einen eigenlogischen Rahmen der Realität und Wirklichkeitskonstruktion ausbildet (vgl. WILLEMS 2008, S.7ff.). [1]

Nun erscheinen nicht nur Fragen nach den Wirkungen des Internets auf einzelne Felder wie Wirtschaft, Politik oder Wissenschaft interessant, sondern auch die Frage nach Veränderungen lebensweltlicher Strukturen und Kommunikationsformen (z.B. SUTTER & MEHLER 2010). Alltägliche Handlungen wie Einkaufen, Verkaufen, Beraten, Informieren oder das Thematisieren des Selbst können durch neue mediale Optionen – auch über Bilder und Bilderwelten – neu arrangiert und strukturiert werden. Dabei werden privat wie beruflich neue Modi in der Konstitution von Vertrauen, Glaubwürdigkeit, Kooperation oder Gemeinschaftsbildung virulent (vgl. SEBALD 2008). Solche sozialpsychologischen Kategorien verweisen bereits darauf, dass das Internet Beziehungsstrukturen und Sozialität strukturell verändert. [2]

In der vorliegenden Arbeit von Julia AHRENS wird diese Thematik aus einem spezifischen Blickwinkel beleuchtet, der das alltägliche *doing* in der Produktion und Aneignung von Medieninhalten fokussiert. Im Mittelpunkt stehen die Integration des neuen Mediums im häuslichen Alltag und die daraus entstehenden vielschichtigen Nutzungs- und Kommunikationsformen. Dabei wird zwischen Deutschland und Australien verglichen. Die Wahl von Deutschland ist aufgrund der Herkunft der Autorin naheliegend. Australien wurde vergleichend herangezogen, da dieses Land, so AHRENS, ein fortgeschrittenes Diffusions- und Domestizierungsstadium aufweise und der Internetzugang bei ähnlichen Geschlechterrollen ausgeglichener sei. Letzteres ist wichtig, da im Ländervergleich auch das Geschlechterverhältnis thematisiert wird, nämlich die Frage, inwieweit Ungleichheitsstrukturen auch im Bereich des *going online* reproduziert werden. Die Autorin verweist darauf, dass gerade eine qualitative – in diesem Fall eine als ethnografisch bezeichnete – Studie das Internet und die sich damit wandelnden Kommunikationsprozesse in den Blick nehmen kann. [3]

2. Theoretischer Rahmen – Ausgangspunkte der Studie

Nach einer Einleitung werden zu Beginn der Arbeit (Kapitel 2) zunächst die theoretische Rahmung – das "Domestizierungskonzept" im Kontext anderer Theorien – und Forschungen zur Diffusion des Internets in Australien und Deutschland thematisiert. Daran schließt eine Diskussion von Befunden zur (häuslichen) Alltagsintegration von (neuen) Medien und geschlechtsspezifischen Aspekten der Internetaneignung und -nutzung an. [4]

Die Autorin übernimmt dabei die in (britischen) *Cultural Studies* entwickelte Perspektive, dass Mediennutzung immer mit einem Prozess der Aneignung verbunden ist. Sie verweist auf Arbeiten von SILVERSTONE, HIRSCH und MORLEY (1991) sowie LIVINGSTONE (1992), die sich speziell mit dem häuslichen Kontext als Ort der Medienaneignung auseinandersetzen und

fokussieren, wie Medien Teil häuslicher Alltagsprozeduren werden. "Domestizierung" meint folglich das Ineinandergreifen von Aneignungsprozessen und Einflussfaktoren bzw. Interessen von medialen Institutionen. Damit wird der Blick primär darauf gerichtet, wie Medienhandeln mit dem nicht-medialen Alltagshandeln verknüpft wird. Die Frage, welche Werthaltungen und Inhalte durch das Medium Internet bei Paaren bzw. Familien forciert werden, wird in dieser Studie folglich etwas zurückgestellt. Stattdessen erfolgt eine diffizile Analyse der alltäglichen Routinen, die letztendlich die Basis für die Diffusionsprozesse neuer Kommunikationstechnologien darstellen. Medienhandeln wird damit auch stärker innerhalb milieuspezifischer, familialer Handlungsweisen und der dort vorfindbaren gesellschaftlichen Dominanzstrukturen betrachtet. Die Autorin folgt damit einem Diskurs über Domestizierung, den RÖSER (u.a. 2007a, 2010; vgl. auch HARTMANN 2007) im deutschsprachigen Raum wesentlich vertritt und der die situative und soziale Einbettung von alten wie neuen Medien, sei es (Mobil-) Telefon, Radio, Fernsehen oder Internet, ins Zentrum stellt. *Digital divide* und Diffusionstheorie werden von der Autorin diesem Ansatz gegenübergestellt. An diesen Zugängen wird von AHRENS bemängelt, dass sie einerseits "nur" die Nutzung – als digitale Spaltung – in Abhängigkeit von sozioökonomischen Indikatoren und andererseits die (schrittweise) Diffusion eines Mediums analysieren, jedoch nicht näher auf die Bedeutungszuschreibungen und auf die (aktive) Aneignung bzw. Adaption eines Mediums durch die Nutzenden selbst eingehen. Eine ethnografisch orientierte (Alltags-) Forschung kann das der Autorin zufolge, indem sie die Wirkungen des Internets auf soziale Beziehungen – an dieser Stelle geht es besonders um Paare – nachvollziehen kann. [5]

In den beiden darauffolgenden Abschnitten des Kapitels werden Befunde zur Nutzung des Internets, vor allem im Hinblick auf Differenzen zwischen Australien und Deutschland sowie zwischen den Geschlechtern, aufbereitet: Hiernach ist in Australien der Anteil Internet nutzender Haushalte etwas höher und der geschlechtsspezifische Zugang geringer ausgeprägt als in Deutschland. In beiden Ländern werden sozioökonomische Unterschiede bei den Nutzungsgruppen zu Beginn der Implementierung deutlich, die sich jedoch mit zunehmender Diffusion des Internets – wie bei anderen Medien – reduzieren. [6]

In der Darstellung von Forschungsergebnissen wird in der Folge auf geschlechtsdifferente Aneignungsweisen des Internets, Einstellungen und inhaltliche Nutzungsweisen eingegangen. Unter anderem zeige sich, so AHRENS, dass Frauen weniger zur Gruppe der Innovator/innen und stärker zu der *late adopters* gehören. Eine wichtige Erklärung scheine in der Technikkonnotation des Computers zu liegen, wodurch das Handlungsfeld entsprechend den Rollenbildern eher als männliches definiert werde. In diesem Kapitel werden noch Daten zur Mediennutzung präsentiert, die das Problem aufweisen, dass (nicht-mediale) Paralleltätigkeiten und der Nutzungsbereich (Arbeit und/oder Freizeit) nur bedingt bzw. länderspezifisch uneinheitlich erhoben wurden. Zitiert werden daneben einige (ältere) Studien, in denen festgestellt wird, dass die Internetnutzung keine bzw. nur eine marginale langfristige Veränderung

zeitlicher und sozialer Strukturen bewirke und weitgehend vorhandene Lebensstile fortgeführt würden. [7]

3. Methodisches Vorgehen

Die Autorin ordnet ihr Vorgehen in einen ethnografischen Ansatz ein, da "es um die situationsbezogene Einbettung kultureller Praktiken geht" (AHRENS, S.78). Als Erhebungsverfahren wurde dann das problemzentrierte Interview (WITZEL 2000) verwendet (ergänzt durch einen Fragebogen zu Beginn des Besuchs zur Abfrage von demografischen Daten und der Medienausstattung); außerdem eine Wohnungsbegehung. [8]

Zwischen 2005 und 2006 wurden in Deutschland und Australien in jeweils zwölf Haushalten Interviews durchgeführt. Diese 24 Paare, die mit einer Ausnahme einen gemeinsamen Wohnsitz und zum Teil Kinder hatten, wurden getrennt voneinander befragt. Die Erhebung bezog sich primär auf die sozialen Dynamiken zwischen den (Lebens-) Partner/innen, weniger auf die gesamte Familie. Die Interviewten wurden – Internetanschluss vorausgesetzt – nach dem "Schneeballsystem" (AHRENS, S.89) ausgewählt. Ziel war es, eine möglichst breite Streuung im Hinblick auf Alter, Bildung und Beruf zu erreichen. Die Interviewten waren zwischen 19 und 80 Jahre alt und lebten in Großstädten von Australien und Deutschland (Canberra, Sydney, Melbourne sowie Köln, Berlin, Frankfurt). [9]

Interviewleitfaden und Fragebogen sind in der Studie im Anhang publiziert, außerdem Auszüge aus dem Kodierschema zu Dimensionen der Alltagsintegration. Alle Interviews wurden transkribiert und einer qualitativen Inhaltsanalyse (MAYRING 2000, 2010) unterzogen. AHRENS begründet die Wahl dieses Auswertungsverfahrens damit, dass einerseits "Bedeutungszuweisungen und latente Sinnstrukturen der Interviewten" extrahiert¹ und andererseits die Materialien übergreifend verallgemeinert werden könnten (S.97). Vorzüge der Methode werden aber auch in den expliziten Regeln und den festgelegten Schritten der Auswertung gesehen. Unterstützend wurde das Computerprogramm NVivo eingesetzt. Mit dieser Auswahl an Verfahrensschritten und deren Begründung zeigt sich bereits eine Tendenz, die Vergleichbarkeit von Daten prioritär zu werten. Von interpretativen und auf gegenstandsbezogene Theorien abzielende Verfahren wird Abstand genommen (S.103; vgl. dazu die Ausführungen in Abschnitt 5). [10]

4. Erkenntnisse der Studie

Zunächst werden (in Kapitel 4) Formen der Internet-Alltagsintegration behandelt, insbesondere wird auf geschlechts- und länderspezifische Differenzen der empirischen Erhebung eingegangen. Die Daten werden hinsichtlich vier Dimensionen betrachtet (S.107f. und 268):

1 Die Rekonstruktion von latenten Sinnstrukturen ist eigentlich nicht die Stärke dieser Form von qualitativer Inhaltsanalyse, erfolgt doch wesentlich eine Kategorisierung von manifesten Inhalten.

- Zeit: Nutzungsdauer, Nutzungsrhythmen, zeitlicher Nutzungsmodus;
- Inhalt: Spektrum der Onlineaktivitäten, Hauptaktivitäten, Motive und Bewertung der Internetnutzung;
- Raum: Platzierungsort, Raumhoheit als Verfügungsmacht über den Ort, Ästhetik;
- Soziales: Fragmentierung (z.B. durch Konflikte oder Rückzug über das Medium), Gemeinschaftsstiftung (z.B. durch gemeinsame Nutzung). [11]

Daran schließt unter dem Titel "Internet, Technik und Geschlecht" (in Kapitel 5) eine Abhandlung darüber an, inwieweit das Internet erstens schon eine alltagskulturelle (und nicht mehr eine technische) Rahmung hat und zweitens geschlechtskulturell geprägt ist. Schließlich wird (in Kapitel 6) noch die Frage behandelt, wie die Verteilung von Haushaltsaufgaben aussieht und welche Rolle das Internet dabei einnimmt. [12]

4.1 Erkenntnisse zur Integration des Internets in den (häuslichen) Alltag

Im ersten Teil dieses Abschnitts wird analysiert, wie die Nutzungsdauer, die Nutzungsrhythmen und die zeitlichen Modi der Internetnutzung aussehen. Obwohl das Internet im Vergleich zur Fernsehnutzung einen zeitlich flexibleren Umgang ermöglicht, wird es speziell bei den australischen Paaren häufig zu bestimmten Zeitpunkten genutzt. Eine solche zeitliche Ritualisierung lässt sich – so die Befunde – nur bei "Vielnutzern" in Deutschland beobachten. Ausschlaggebend für die zeitliche Fixierung sind, so AHRENS, die vom Alter, Beruf und Familiensituation abhängigen Lebensumstände. Die Dauer der Internetnutzung ist in der (kleinen) Stichprobe unterschiedlich: Es sind sowohl Wenig- (bis zu durchschnittlich 5 Minuten pro Tag) als auch Vielnutzende (mehr als 60 Minuten am Tag) vertreten. Bezüglich der Nutzungsrhythmen werden von der Autorin drei Gruppen unterschieden: die "Unregelmäßigen", die an der Tageszeit Orientierten und die an Markierungspunkten (wie z.B. Mahlzeiten) Orientierten. Auch bei den Nutzungsmodi werden drei Typen unterschieden: Im "pragmatischen Nutzungsmodus" wird das "Online-Sein" als Tätigkeit betrachtet, die zügig, ohne andere (Parallel-) Handlungen, vorgenommen und abgeschlossen wird. Das betrifft etwa die Haushaltsorganisation und -aufgaben, konkret z.B. die Literaturbeschaffung für Kinder. Damit geht auch eine Zeitersparnis einher. Im zweiten Modus, dem "frei(e)-Zeit"-Modus, wird das Internet als Hobby betrachtet, bei dem gleichzeitig auch Paralleltätigkeiten vorgenommen werden. Wird das Internet in beiden Modi genutzt, dann richtet sich die Nutzung nach den situativen Komponenten ("situativer Modus"). [13]

Bei der Betrachtung der inhaltlichen Dimension behandelt die Autorin die Frage, zu welchem Zweck und aus welchen Motiven das Internet hauptsächlich genutzt wird und welchen Stellenwert es im medialen "Menü" einnimmt. Die Ergebnisse der Studie gehen dahin, dass im Zuge der Alltagsintegration des Internets die Männer stärker ihre (Eigen-) Bedürfnisse wahrnehmen, die Frauen dagegen die Möglichkeit von Onlinediensten für familiale Angelegenheiten (Haushalt, Kinder) nutzen. Entsprechend positiver bewerten Männer das Medium. In Deutschland

scheint das Internet in AHRENS' Sample weniger in den Alltag integriert zu sein wie in Australien, es ist eher "nur" begleitendes Hilfsmittel. Einzelne Funktionen, wie z.B. die Aufrechterhaltung des Kontakts mit Verwandten und Freund/innen, würden nun statt per Telefon über das Internet abgewickelt. Dabei wird auch auf die Bi-Funktionalität des Internets verwiesen: Während Fernseher und Radio fast ausschließlich als Medien im Freizeitbereich angesiedelt seien, werde das Internet genauso aus beruflichen Gründen wie in der Freizeit (inklusive Haushalt) eingesetzt. [14]

Werden Medien installiert, stellt sich immer die Frage, wo sie platziert werden. Die Platzierung im Haushalt erfolgt damit nicht nur räumlich, sondern auch sozial. Arbeitsräume z.B. sind "Hoheitsgebiete", die meist nur einer Person zugeschrieben werden, Wohnräume dagegen werden meist gemeinsam genutzt. Mit der Frage nach der räumlichen (und sozialen) Verortung des Internets behandelt die Autorin gleichzeitig auch die Frage, ob bei der Aufstellung und Nutzung des Geräts auch ästhetische Momente von Bedeutung sind. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass für den Einstieg in das Internet meist feste Orte gewählt würden, selbst wenn ein flexibler Anschluss über einen Laptop installiert wurde. In Australien erfolge die Platzierung sehr häufig in offenen Wohnbereichen, die an die Küche grenzen und von beiden Partner/innen genutzt werden können. Nur im Fall beruflicher Arbeit zu Hause erfolge eher eine Installation des Geräts in einem Arbeitszimmer. Familien mit Kindern legen nach AHRENS großen Wert darauf, dass der PC in einem gemeinsamen Raum aufgestellt ist, um Kontrolle über die Internetaktivitäten der Kinder zu haben. Auch kann bei einer solchen Platzierung den Kindern bei schulischen Aufgaben geholfen werden, falls der Computer dazu benötigt wird. In Deutschland werde der PC dagegen primär im Arbeitszimmer oder zumindest separiert von der restlichen Familie platziert. Selbst wenn er aus Platzgründen im Wohnbereich aufgestellt werde, komme es häufiger vor, dass er räumlich von anderen Bereichen abgetrennt werde. AHRENS erklärt dies damit, dass der PC noch technologisch konnotiert sei und Technologie ihren Platz im Arbeitszimmer habe(n solle). [15]

Schließlich wurde der Frage nachgegangen, inwieweit Internethandeln mit fragmentierenden oder gemeinschaftsstiftenden Funktionen behaftet ist. Exemplarisch werden an einem Fallbeispiel die Wirkungen des Internets auf die Beziehungsstrukturen herausgearbeitet: In diesem Fall neige der Partner dazu, das Internet täglich und über längere Zeiträume für Spiele zu nutzen. Dieser Rückzug des Partners aus dem Familienleben erzeuge Konfliktpotenzial. Es zeigten sich folglich Formen der Fragmentierung, wenngleich – auf die gesamte Stichprobe bezogen – der Befund überwiegt, dass der Internetzugang eher zu einer Gemeinschaftsstiftung als zu einer Fragmentierung führe (S.272). Gemeinschaftsstiftung trete etwa auf, indem Gespräche über das Internet oder gemeinsame Aktivitäten am Bildschirm stattfänden. Solche gemeinsam genutzte Zeit entwickle sich eher, wenn der Internetanschluss im Wohnzimmer oder in der Wohnküche platziert sei. Die Autorin stellt auch die These auf (S.183), dass sich

bei der Internutzung der Beziehungstypus ("individualitätsorientierte" oder "gemeinschaftsorientierte" Partnerschaft²) verlängert. [16]

In einem Fazit entwirft AHRENS sechs Typen der Alltagsintegration des Internets (S.274ff.):

- *Multitasking-Mutter*: Dieser Typus fasst Frauen zusammen, die das Internet sehr pragmatisch und zielorientiert zur Unterstützung der Reproduktionsarbeit (Haushalt und Kinderbetreuung) einsetzen. Er findet sich in der untersuchten Stichprobe nur in Australien.
- *Me-time-Onliner/in*: Diese Personen gehören häufig zu den Vielnutzenden; in der Stichprobe vor allem australische Väter und kinderlose Männer. Mit dem Internet werden vor allem Freizeittätigkeiten, aber auch berufliche und organisatorische Funktionen verfolgt. Die Internetnutzung führt hier zum Rückzug, selbst wenn der Computer in familiär genutzten Räumen installiert ist. In der Regel will der Nutzer bei seinen Internethandlungen von anderen Familienmitgliedern nicht gestört werden.
- *Bi-funktional orientierte Onliner/in*: Jüngere australische Frauen und ältere Australier/innen verkörpern diesen Typus, der dadurch gekennzeichnet ist, dass das Internet im beruflichen, familialen und selbst orientierten Bereich genutzt wird. Der Computer ist meist in Gemeinschaftsräumen untergebracht und hat häufig eine erhebliche Bedeutung in der Beziehungsgestaltung.
- *Limitierende Onliner/in*: Diese Nutzenden verwenden das Internet häufig für begrenzte Zwecke wie für die Informationssuche und E-Mails. Die soziale und räumliche Integration hängt stark davon ab, zu welchem Typus der/die Partner/in zu rechnen ist. In diesem Typus sind daher vor allem Wenig- und schwache Normalnutzer/innen vereinigt, doch erfolgt ein Austausch über Inhalte des Internets. In diese Kategorie fallen vor allem Deutsche und einzelne Australier/innen.
- *Additionalist/in*: Wird das Internet in unregelmäßigen Abständen genutzt, erfolgt die Nutzung erst seit kurzer Zeit oder ist der PC in einem abgelegenen Bereich der Wohnung platziert, wird dies dem Typus "Additionalist/in" zugeordnet: Das Internet wird für wenige Onlineaktivitäten genutzt und es finden keine anderen Aktivitäten daneben statt. Wieder nutzen vor allem Deutsche und vereinzelt Australier/innen in dieser Form das Internet.
- *Nichtnutzer/in*: Bei dieser Personengruppe nutzt nur der/die Partner/in das Internet. Die Person selbst möchte sich dezidiert nicht dem Medium widmen. Trotzdem gibt sie Aufträge an den/die Partner/in, etwa um Informationen zu besorgen. Allerdings wird sie sozial durch das Internet betroffen, da es sich aufgrund der Nutzung durch den/die Partner/in um eine allein verbrachte Zeit handelt. [17]

Aus dieser Typenbildung wird noch ein Phasenmodell der Alltagsintegration abgeleitet, das bei der Addition beginnt, über die Phase der Adaption bis hin zur

2 Diese Differenz wird von der Autorin nur kurz angesprochen und meint, inwieweit die Paare Wert auf Unabhängigkeit und eigene Handlungssphäre in der Partnerschaft legen. Als wichtiger Indikator scheint die gemeinsam verbrachte Zeit zu fungieren.

Integration verläuft. Dabei verweist die Autorin darauf, dass wenig über die Entwicklungsdynamik (z.B. Linearität; Brüchigkeit etc.) gesagt werden könne, da es sich um keine Längsschnittstudie handele. [18]

Inwieweit und wie schnell der Prozess der Domestizierung verläuft, hänge von mehreren Faktoren ab. Ein Faktor sei in der Angebotsseite im Internet zu sehen: Wenn das Internet-Angebot z.B. in Bezug auf Lebensmitteleinkäufe weit ausgebaut ist, dann bestehe eine stärkere Motivation zur Internetnutzung. Ein weiterer Faktor seien bedeutende Lebensereignisse wie Arbeitslosigkeit, Pensionsantritt oder die Geburt eines Kindes, wobei geschlechtsbezogen unterschiedliche Wirkungen vorlägen. Hinzu komme, dass sich mit zunehmendem Diffusionsgrad der Druck erhöhe, diese technische Entwicklung in den eigenen Alltag zu integrieren. Schließlich werden soziale und geografische Momente als weitere Einflussfaktoren angeführt, wenn etwa – wie in Australien – viele Verwandte und Freund/innen emigriert sind und Kontakte über das Internet kostengünstiger aufrechterhalten werden können. [19]

4.2 Erkenntnisse über geschlechtsspezifische Internetnutzung – *doing gender*

Da Technikkompetenz gesellschaftlich weitaus stärker den Männern zugeschrieben werde, sei eine solche Tendenz auch im Kontext des Internets feststellbar. Allerdings unterscheiden sich, so AHRENS, die australischen und deutschen Internet-User ihrer Stichprobe. In Australien habe der Computer bzw. das Internet bereits eine alltagskulturelle Rahmung, in Deutschland noch eine technische. Aufgrund dieser Konnotation sei nachvollziehbar, dass in Deutschland der "Expertenstatus" in der Internetanwendung (nicht nur in der Computer-Reparatur und -Technik) eher an Männer übertragen werde und Frauen die eigene Kompetenz dazu geringer einstufen. In der Stichprobe seien aber auch Abweichungen erkennbar gewesen: Manche der befragten Frauen besaßen sehr gute Informatik- und Internetkenntnisse und hatten diese Kompetenz auch in ihrem Selbstbild entsprechend verankert. Insgesamt verweist AHRENS darauf, dass Internethandeln nicht von gesellschaftlichen Macht- und Dominanzverhältnissen ausgenommen sei und sich ungleiche Geschlechterverhältnisse wie in anderen Bereichen abbildeten. Betrachtet man das Internethandeln als zweigliedrigen Tätigkeitsbereich, dann geht dieser Studie zufolge die geschlechtsselektive, männliche Konnotation bei der alltäglichen Nutzung zurück – im Bereich der Behandlung von (technischen) Internet-Problemen lasse sie sich jedoch noch feststellen. [20]

4.3 Arbeitsteilung im Haushalt und das Internet

Im Kapitel "Internet zwischen Haushaltsgerät und Medientechnologie" wird die Frage behandelt, wie die Arbeitsteilung im Haushalt zwischen den Geschlechtern beschaffen ist und ob sich daran durch das Internet etwas ändert. Hier zeige AHRENS' Stichprobe sehr stark herkömmliche Rollenverteilungen, also die ungleiche Verteilung der Reproduktionsarbeit speziell in Familien mit Kindern, in denen die Mütter Haushalts- und Betreuungstätigkeiten in weitaus größerem

Ausmaß als die Väter übernehmen (S.244). Bei jüngeren Paaren bestehe hingegen eine relative Ausgeglichenheit in der Arbeitsteilung. Das Internet verändere die Grundkonstellation in der Arbeitsteilung kaum, auch nicht im Bereich der Tätigkeitsformen: Männer seien stärker für Reparaturen und handwerkliche Tätigkeiten, Frauen für fast alle (anderen) Hausarbeiten (u.a. Kochen, Bügeln, Putzen) zuständig. Auffällig ist in diesem Zusammenhang etwa das Detail, dass in Anfangsphasen der Diffusion, in denen das Medium stärker technisch konnotiert ist, Bankgeschäfte oder Online-Einkäufe von Männern ausgeführt werden. Wird es zur Routinetätigkeit und das Medium alltagsweltlicher konnotiert, übernehmen Frauen diese Tätigkeiten. [21]

5. Fazit und Bewertung

Das Buch endet mit einem Zitat (S.290): "Nicht Medien sind es, 'die den Wandel von Alltag und Kultur vorantreiben, sondern die Menschen in ihrem Umgang mit den Medien' (Krotz 2007: 33)". Damit wird die grundlegende Perspektive der Studie treffend charakterisiert. Medienintegration wird aus einer Alltagsperspektive betrachtet und Medienhandeln als Prozess aufgefasst. Die Idee und Anlage der Studie, das (Alltags-) Geschehen und die Integration des Mediums Internet Länder vergleichend und in Bezug auf Geschlechterverhältnisse ins Zentrum zu stellen, ist prinzipiell interessant und gut platziert. In der methodischen Durchführung lassen sich einige Auffälligkeiten feststellen:

- Die Studie wird an mehreren Stellen als eine ethnografische bezeichnet, durchaus in Verlängerung ähnlicher *Cultural Studies*. Nun sind klassische ethnografische Studien damit verbunden, an den alltäglichen Handlungsweisen teilzunehmen bzw. diese über einen längeren Zeitraum zu beobachten. AHRENS verweist auf eine Wohnungsbegehung, das problemzentrierte Interview, die Verwendung eines Fragebogens und auf die qualitative Inhaltsanalyse als Auswertungsverfahren. Insofern evoziert der Begriff der Ethnografie etwas andere Vorstellungen, bevor Lesenden die konkreten methodischen Schritte vorgestellt werden.
- Handelt es sich im ersten Punkt eher um eine möglicherweise irreführende Begriffsbestimmung, ist die – immer wieder auftretende – quantitativ akzentuierte Verarbeitung und Darstellung der qualitativen Daten irritierend. Aussagen wie z.B. "Die australischen Männer sind überwiegend Vielnutzer" (S.111) bei einer Stichprobe von zwölf Personen sind bei einem Bezug auf Länder wie Australien (und in anderen Fällen Deutschland) wenig aussagekräftig. Die Studie steht damit exemplarisch für Arbeiten, die einerseits keine Repräsentativität für statistisch zuverlässige Aussagen aufweisen und die andererseits die qualitativen Daten nicht genug im Hinblick auf die Herausarbeitung struktureller Zusammenhänge im Einzelfall nutzen.
- Wenn schon Partner/innen mit Kindern in die Studie einbezogen wurden, wäre es interessant gewesen, zumindest in diesen Fällen den Umgang der (Schul-) Kinder mit dem Internet und die damit einhergehende familiale Dynamik stärker mit einzubeziehen. Betrachtet man neuere Daten für

Deutschland, ist bereits ein großer Prozentsatz der Schüler/innen im Internet aktiv. [22]

Durch die Vielfalt der in der Studie behandelten Dimensionen wird nachvollziehbar, wie wichtig es ist, sich mit Fragen der Konstitution einer neuen (Alltags-) Realität im Zuge der Diffusion des Internets auseinanderzusetzen. Besonders positiv hervorzuheben sind die grundsätzliche Konzeption und die mit der Erhebung vorgenommenen Exploration von Dimensionen bzw. Erarbeitung von Kategorien (im Sinne der verwendeten Inhaltsanalyse). So werden zahlreiche Aspekte der Alltagsintegration des Internets und Einflussfaktoren in der Nutzung deutlich. Wenn Kritik angebracht ist, dann wäre ein stärkerer Bezug auf spezifische Vorgehensweisen und Überlegungen der Ethnografie (vgl. u.a. HONER 1993; AMANN & HIRSCHAUER 1997) wünschenswert gewesen, der vielleicht mehr an einzelfallorientierten Erkenntnissen über Muster und Strukturen erbracht hätte. Auch hätte der "Domestizierungsansatz" vielleicht mit konstruktivistischen Perspektiven – die ebenfalls die Frage stellen, was "Menschen mit den Medien" machen (SUTTER 2010) – ergänzt werden können, um den Aspekt der Rückkoppelung der selektiven Rezeption des Internets und der (virtuellen) Vergesellschaftungsprozesse aufzunehmen. Dass der Befund einer eher "gemeinschaftsstiftenden" Funktion des Internets (in der Familie) nur mit Blick auf die (kleine) Stichprobe vorgenommen wurde, ist evident (vgl. zur "fragmentierenden" Wirkung des Internets und neuen familialen Arrangements RÖSER & PEIL 2010). [23]

Literatur

Amann, Klaus & Hirschauer, Stefan (1997). Die Befremdung der eigenen Kultur. Ein Programm. In Stefan Hirschauer & Klaus Amann (Hrsg.), *Die Befremdung der eigenen Kultur* (S.7-52). Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Hartmann, Maren (2007). Domestizierung 2.0: Grenzen und Chancen eines Medienaneignungskonzeptes. In Carsten Winter, Andreas Hepp & Friedrich Krotz (Hrsg.), *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen* (S.401-416). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Honer, Anne (1993). *Lebensweltliche Ethnographie. Ein explorativ-interpretativer Forschungsansatz am Beispiel von Heimwerker-Wissen*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.

Kardorff, Ernst von (2008). Virtuelle Netzwerke – neue Formen der Kommunikation und Vergesellschaftung? In Herbert Willems (Hrsg.), *Weltweite Welten: Internet-Figurationen aus wissenssoziologischer Perspektive* (S.23-56). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Livingstone, Sonia (1992). The meaning of domestic technologies: A personal construct analysis of familial gender relations. In Roger Silverstone & Eric Hirsch (Hrsg.), *Consuming technologies. Media and information in domestic spaces* (S.113-139). London: Routledge.

[Mayring, Philipp](#) (2000). Qualitative Inhaltsanalyse. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 1(2), Art. 20, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0002204> [Zugriff: 10.3.2011].

Mayring, Philipp (2010). *Qualitative Inhaltsanalyse, Grundlagen und Techniken* (11. akt. und überarb. Aufl.). Weinheim: Beltz.

Röser, Jutta (2007a). Der Domestizierungsansatz und seine Potenziale zur Analyse alltäglichen Medienhandelns. In Jutta Röser (Hrsg.), *MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien* (S.15-30). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Röser, Jutta (2007b). Wenn das Internet das Zuhause erobert. Dimensionen der Veränderung aus ethnografischer Perspektive. In Jutta Röser (Hrsg.), *MedienAlltag. Domestizierungsprozesse alter und neuer Medien* (S.157-172). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Röser, Jutta & Peil, Corinna (2010). Räumliche Arrangements zwischen Fragmentierung und Gemeinschaft: Internetnutzung im häuslichen Alltag. In Jutta Röser, Tanja Thomas & Corinna Peil (Hrsg.), *Alltag in den Medien – Medien im Alltag* (S.220-241). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Sebald, Gerd (2008). Person und Vertrauen. Mediale Konstruktionen in den Online-Kooperationen der Free/Open-Source-Softwareentwicklung. In Christian Stegbauer & Michael Jäckel (Hrsg.), *Social Software. Formen der Kooperationen in computerbasierten Netzwerken* (S.11-26). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Silverstone, Roger; Hirsch, Eric & Morley, David (1991). Listening to a long conversation: An ethnographic approach to the study of information and communication technologies in the home. *Cultural Studies*, 5, 204-227.

Sutter, Tilmann (2010). *Medienanalyse und Medienkritik. Forschungsfelder einer konstruktivistischen Soziologie der Medien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Sutter, Tilmann & Mehler, Alexander (Hrsg.) (2010). *Medienwandel als Wandel von Interaktionsformen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Willems, Herbert (2008). Einleitung. In Herbert Willems (Hrsg.), *Weltweite Welten: Internet-Figurationen aus wissenssoziologischer Perspektive* (S.7-22). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Witzel, Andreas (2000). Das problemzentrierte Interview. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 1(1), Art. 22, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0001228> [Zugriff: 9.3.2011].

Zum Autor

Gerhard JOST, Dr., ao. Univ.Prof., Studium der Soziologie an der Universität Wien. Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Soziologie und empirische Sozialforschung an der Wirtschaftsuniversität Wien. Forschungs- und Lehrschwerpunkte: Biografieforschung und qualitative Sozialforschung; Durchführung verschiedener qualitativer Forschungsprojekte. Für FQS hat Gerhard JOST zudem besprochen: [Biographisches Lernen junger Frauen](#) (LEMMERMÖHLE, GROßE, SCHELLAK & PUTSCHBACH 2006), [Patchwork\(er\) on Tour. Berufsbiografien von Personalentwicklern](#) (NIEDERMAIR 2005) und [Mariantal. Das Dorf – Die Arbeitslosen – Die Studie](#) (MÜLLER 2008).

Kontakt:
Gerhard Jost
Institut für Soziologie und empirische Sozialforschung
Department für Sozioökonomie
Wirtschaftsuniversität Wien
Augasse 2-6
A-1090 Wien
Tel.: +43/1/31336-4743 (od. 4737)
E-Mail: Gerhard.Jost@wu.ac.at

Zitation

Jost, Gerhard (2011). Rezension: Julia Ahrens (2009). Going Online, Doing Gender. Alltagspraktiken rund um das Internet in Deutschland und Australien [23 Absätze]. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 12(2), Art. 17, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs1102177>.