



Amir Ajorlou, Ali Jadbabaie, Ali Kakhbod

## Dynamic Pricing in Social Networks: The Word-of-Mouth Effect.

Die Fähigkeit zu lieben und der Zugang zur Macht ist bei Männern und Frauen unterschiedlich gestaltet aufgrund ihrer Sozialisation und der gesellschaftlichen Lebensverhältnisse. Die vorherrschende Arbeitsteilung zwischen den Geschlechtern weist Frauen die Liebe im Privatbereich zu, Männern ermöglicht sie es, in der Öffentlichkeit Machtpositionen innezuhaben. Ausgehend von diesen Tatsachen geht der Artikel der Frage nach, ob Frauen nur Liebende und Männer nur Mächtige seien. Die traditionellen weiblichen Lebenszusammenhänge werden beschrieben und die Rolle der Frau als liebende, einfühlsame an den Bedürfnissen anderer orientierter Frau analysiert. Die unterschiedliche Moral von Männern und Frauen wird geschildert, das Modell der Moral von Frauen von Gilligan vorgestellt sowie das Modell von Haan skizziert. Liebe und Macht in den typischen Frauenrollen sowie bei Frauen, die versuchen, sich aus den tradierten Frauenrollen zu lösen, werden beschrieben. Abschließend wird dargelegt, wie Frauen indirekt beteiligt sind an der Aufrechterhaltung gesellschaftlicher Machtverhältnisse durch ihre typische Moral. (LF)