

Gender Bias: Scheinobjektivität der Expertendiskussion

Projekt: Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen –
„Visibility Box“

Modul: Hacking Gender Bias - SoSe 2019

Studentin: Marie Munzert

DozentInnen: Dr. Clemens Striebing, Ronja Ullrich, Regina Sipos

Technische Universität Berlin

Inhaltsverzeichnis

1.	<u>EINLEITUNG.....</u>	<u>2</u>
2.	<u>AKTUELLER KENNTNISSTAND.....</u>	<u>2</u>
3.	<u>METHODIK.....</u>	<u>3</u>
4.	<u>ERGEBNIS.....</u>	<u>3</u>
	4.1 DIE VISIBILITY BOX.....	3
	4.2 KERNBOTSCHAFT	4
	4.3 ZIELGRUPPE.....	5
	4.4 SENSIBILISIERUNG	5
5.	<u>FAZIT.....</u>	<u>5</u>

1. Einleitung

Innerhalb der aktuellen wissenschaftlichen Diskussion ist ein Ungleichgewicht der Geschlechter erkennbar, wodurch man diese nicht mehr als objektiv bezeichnen kann. Doch dieses Ungleichgewicht wird von der Öffentlichkeit als solches nicht wahrgenommen. In diesem Projekt habe ich mich daher mit dem Problem einer verzerrten Wahrnehmung der Diskussion von WissenschaftlerInnen befasst. Sie basiert auf der Annahme, dass Expertendiskussionen sachlich fundiert und vor allem aus einer Vielzahl von Perspektiven heraus stattfinden. Wie mein Projekt verdeutlicht, entspricht dies nicht der Realität und löst damit ganze Kreisläufe von Symptomen aus. Um eine vielseitige Diskussion zu fördern, welche die Interessen und Bedürfnisse der gesamten Gesellschaft berücksichtigen kann, ist es daher von hoher Bedeutung das herrschende Ungleichgewicht zu adressieren und mehr Bewusstsein über diese Thematik zu erzeugen.

In diesem Bericht werde ich zuerst auf den aktuellen Kenntnisstand bezüglich des von mir bearbeiteten Gender Bias eingehen. Daraufhin erkläre ich die bei der Ideengenerierung und Prototypentwicklung verwendete Methodik sowie die Schritte des Critical Making. Anschließend werde ich mich auf mein Ergebnis dieser Prozesse, die „Visibility Box“, ihrer Herstellung sowie ihrer Botschaft beziehen.

2. Aktueller Kenntnisstand

In den heutigen Nachrichten und Zeitschriften herrscht eine Heterogenität an Experten, welche nicht mehr unbemerkt bleiben kann. In den Nachrichtenräumen selbst, sowie auch in den Artikeln, dominieren Männer mit einem Anteil von drei zu eins.¹ Dies bestätigen auch die Erkenntnisse von Ed Yong, ein Autor bei „The Atlantic“, welche er aus der Analyse seiner publizierten Artikel des Jahres 2016 ableitet. In den 23 Artikel, die er auf einen Gender Bias untersuchte, waren nur 24 Prozent der zitierten Quellen Frauen. Zudem wiesen 35 Prozent dieser Artikel überhaupt keine weibliche Stimme auf.² Dieses Gender Ungleichgewicht kann darauf zurückgeführt werden, dass bestimmte Felder historisch männlich dominiert wurden, beispielsweise die Naturwissenschaft und Wirtschaft. Außerdem tendieren Frauen stärker dazu Möglichkeiten des öffentlichen Auftritts abzulehnen und ihre eigenen Leistungen und Fähigkeiten herunterzuspielen. Die Gründe hierfür liegen wiederum an einer Reihe von Faktoren, wie häufiger Diskriminierung, vertikaler Netzwerkstrukturen und strukturellen Gründen (bspw. Kindererziehung). Durch diese Unterrepräsentation von Wissenschaftlerinnen in Expertendiskussionen kommt es zu einer verzerrten Annahme von Objektivität und einem einseitigen Dialog. Die Folge hiervon ist eine einseitige Auswahl an Forschungsfragen. Des Weiteren kann die Überrepräsentation von Wissenschaftlern zu dem falschen Fazit führen, dass die Stimme der Autorität männlich ist.

Die Medien beeinflussen die Denkweise, Meinungen und Handlungen von Menschen. Dadurch haben sie die Fähigkeiten eine Gesellschaft in ihren Annahmen bis zu einem gewissen Grad, zu formen. Aus dieser Eigenschaft heraus folgt, dass in diesem Bereich besonders darauf geachtet werden muss, welche Vorurteile und Tendenzen eventuell unbewusst verstärkt werden. Es muss aktiv daran gearbeitet werden aus Routinen heraus zu kommen und Wissenschaftlerinnen für ihre Arbeiten und Leistungen mehr Anerkennung zu geben. Wie LaFrance feststellt: „Inequality in one place is never an excuse for inequality elsewhere.“³

Abgesehen von wenigen Journalisten, welche ihre eigenen Arbeiten auf diesen Gender Bias hin geprüft haben, und einer Studie des European Journalism Observatory ist die Forschung in diesem

¹ LaFrance, ‘I Analyzed a Year of My Reporting for Gender Bias and This Is What I Found’.

² Yong, ‘I Spent Two Years Trying to Fix the Gender Imbalance in My Stories’.

³ LaFrance, ‘I Analyzed a Year of My Reporting for Gender Bias and This Is What I Found’.

Bereich bislang sehr gering. Dies führt zu einem mangelnden Bewusstsein über dieses Ungleichgewicht in der Gesellschaft.⁴

3. Methodik

Mit Hilfe eines Critical Thinking Ansatzes, welcher in dem Seminar vermittelt wurde, habe ich mich mit dem Gender Bias vertraut gemacht und mögliche Ursachen und Wirkungen (direkte sowie indirekte) herausgearbeitet. Anhand von kollektiven Brainstorming-Intervallen wurden konkrete Probleme von verschiedenen Gender Vorurteilen, vor allem im direkten Bezug zu einer Zielgruppe festgehalten. Hierzu haben wir uns als Gruppe gezielt die Fragen gestellt, welche spezifische Person von dem Problem betroffen ist, aus welchen Gründen es dazu gekommen ist und wie sie sich dadurch fühlt. Durch diese Übung wurden die Berührungspunkte der Folgen verdeutlicht. Daraufhin haben wir mit der gleichen Methodik die Fragestellung formuliert: „How might we...?“. Hierdurch gelang es uns die Auswirkungen dieser Geschlechtervorurteile auf die betroffenen Personen erkennbarer zu machen und unsere Fragestellung zu konkretisieren. Die Fragen, auf welche ich mich in meinem Projekt bezogen habe, sind hierbei „Wie können wir Frauen für jüngere Generationen sichtbarer machen, um Vorbilder zu schaffen?“ sowie die Frage: „Wie können wir die Männlichkeit aus Technik nehmen, um angehende Technikerinnen Ängste vor Ausschluss zu nehmen?“. Die zweite Frage habe ich für mich thematisch erweitert, da nicht nur aus den Technikwissenschaften, sondern auch aus den Naturwissenschaften, Wirtschaftswissenschaften und Politikwissenschaften die Männlichkeit entnommen werden muss. Fachliche Bereiche sollten keine Verbindung zu Sex oder Gender haben und dadurch Personen abschrecken oder ausschließen. Durch eine Speculative Ideation Exercise haben wir als Gruppe viele verschiedene Ideen für ein mögliches Artefakt zusammengetragen, welches unsere Botschaft verkörpern und verbreiten kann und gemeinsam an den einzelnen Projekten gearbeitet. So entwickelte sich meine Projektidee zum Thema der Förderung der Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen.

4. Ergebnis

Im Folgenden werde ich mein Ergebnis dieses Projektes vorstellen. Dabei gehe ich auf die Botschaft des Artefaktes ein sowie dessen Zielgruppe. Abschließend beziehe ich mich auf die sensibilisierenden Eigenschaften des Artefakts und was ich mir als mögliche Folgen erhoffe.

4.1 Die Visibility Box

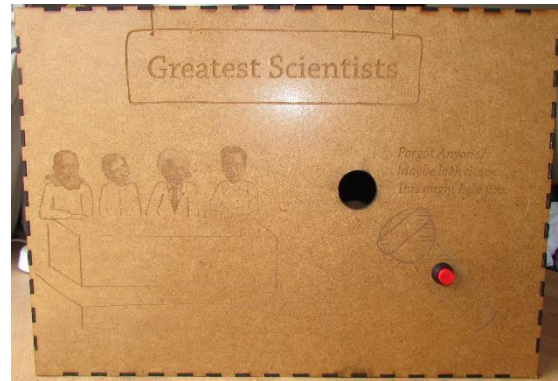
Das aus dem Ideationsprozess resultierende Artefakt ist die „Visibility Box“. Dabei handelt es sich um eine 3D-Box aus 3mm Holzplatten mit einem Schauloch zum Erkennen des Innenlebens. Auf der Vorderseite der Box ist ein wissenschaftliches Panel der „Greatest Scientist“ zu erkennen. Dieses besteht aus Galileo Galilei, Stephen Hawking, Albert Einstein und Erwin Schrödinger, wodurch es ein All-Male-Panel darstellt. Dies wird vermutlich von dem Betrachter zunächst einmal gar nicht hinterfragt. Rechts von diesem Panel ist der Schriftzug: „*Forgot anyone? Maybe look closer. This might help you.*“ zu sehen. Dieser befindet sich oberhalb einer eingefrästen Taschenlampe mit rotem Druckknopf und neben dem Schauloch. Die drei Elemente zusammen sollen das Interesse des Betrachtenden wecken in die Box hinein schauen zu wollen. Gleichzeitig soll das abgebildete Panel vom Betrachtenden hinterfragt werden. Durch drücken des Knopfes geht nun eine LED Lampe im

⁴ ‘Where Are The Women Journalists In Europe’s Media?’

Inneren der Box an und das eingefräste Bild auf der Rückwand der Box wird sichtbar. Es zeigt eine Gruppe stehender Wissenschaftlerinnen, von Marie Curie bis Rosalind Franklin.



1 Die Visibility Box



2 Vorderseite der Visibility Box "Greatest Scientists"

4.2 Kernbotschaft

Frauen bekommen in den Naturwissenschaften nicht die Aufmerksamkeit und Anerkennung für ihre Arbeit, wie ihre männlichen Kollegen. Diese Problematik taucht zudem auch in vielen weiteren Bereichen auf. Sie stehen unter einem ständigen Leistungsbeweis ihrer Fähigkeiten oder werden schlichtweg vergessen. Alle Personen mit denen ich mich über diese Problematik unterhalten habe, konnten mir als Beispiel für eine Forscherin lediglich Marie Curie nennen. Wenn man die Bekanntheit von WissenschaftlerInnen nun als einen Indikator für dessen Leistungen und Entdeckung betrachtet, wie es allgemein vielleicht geschieht, würde das bedeuten, dass nur Curies Arbeiten mit denen ihrer Kollegen mithalten können. Vergessen wurden die herausragenden Leistungen von unzähligen Forscherinnen, wie Rosalind Franklin, Hualan Chen und Emmy Noether. Die Botschaft dieses Projektes lautet daher, dass die Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen und ihren Leistungen erhöht werden muss. Eine verstärkte Repräsentation von Wissenschaftlerinnen führt zu einem neuen Ansehen von Frauen und hilft dabei, aus bestehenden Rollen-Vorurteilen herauszubrechen. Mehr Vorbilder für jüngere Generationen fördern zudem eine höhere Repräsentation von Frauen in bisher männerdominierten Bereichen und ebnen so den Weg zu einer vielseitigeren Arbeit und Diskussion der Wissenschaften.



3 Wissenschaftlerinnen auf der Innenseite der Box

4.3 Zielgruppe

Mit dieser Botschaft möchte ich vor allem Studentinnen und Schülerinnen ansprechen. Ich möchte sie dabei unterstützen, ihren Interessen nachgehen zu können, ohne sich durch gesellschaftliche Rollenvorstellungen beeinflussen zu lassen oder aus Angst vor dem „Nicht reinpassen“ sich nicht in bestimmte Felder zu trauen. Durch eine erhöhte Präsenz von Wissenschaftlerinnen in den Köpfen von jungen Studentinnen und Schülerinnen erhoffe ich mir, dass mehr von ihnen sich in bislang männlich-dominierte Berufsbereiche wagen und sich so eine ausgeglichene Zusammensetzung, beispielsweise in der Informatik- oder Ingenieursbranche, ergibt.⁵ Hierdurch kann langfristig eine Transformation von einer einseitigen zu einer vielseitigen Diskussion begonnen werden. Allerdings richte ich meine Botschaft auch an alle Journalisten, Redakteure und Editoren, welche die Auswahl der repräsentierten Stimmen treffen. Sie können die aktuelle Diskussion aktiv lenken und tragen daher eine ganz besondere Verantwortung in der Gestaltung der Expertendiskussionen. Ich möchte sie dazu auffordern, gezielt Wissenschaftlerinnen zu unterstützen und zu ermutigen und ihren Stimmen dadurch mehr Reichweite zu geben.

4.4 Sensibilisierung

Die vorurteilhaft belastete Darstellung von vier Wissenschaftlern auf der Front der Box, als „Greatest Scientists“ soll verdeutlichen, wie normal es für uns ist, Naturwissenschaft mit Männern zu verbinden. Das Bild eines All-Male-Panels fällt zunächst nicht einmal, als ein Ungleichgewicht auf und bleibt unhinterfragt. Durch das Entdecken der auf der Innenseite abgebildeten Wissenschaftlerinnen sollen genau diese Vorurteile des Betrachters, als solche aufgedeckt werden. Zudem fordert die Box durch die direkte Ansprache des Betrachters: *„Forgot anyone? Maybe look closer. This might help you.“* sowie durch den Druckknopf der Taschenlampe zur Interaktion auf. Allein durch die Betätigung der Taschenlampe wird es dem Betrachter überhaupt erst möglich die Wissenschaftlerinnen zu sehen. Dies soll die Handlungsnotwendigkeit innerhalb der Problematik verdeutlichen. Die Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen zu erhöhen ist kein Prozess, welcher sich selbst auslösen oder steuern kann. Natürliche Selektionsmechanismen, welche die „Spotlights“ der aktuellen Expertendiskussion lenken, werden auch in Zukunft auf die gleiche Art und Weise selektieren. Ein aktives Einschreiten und Bemühungen aus allen Ebenen ist daher eine Notwendigkeit.

5. Fazit

Die Visibility-Box sensibilisiert den Betrachter in Bezug auf die Unterrepräsentation von Wissenschaftlerinnen und die dadurch verzerrte Wahrnehmung einer erwarteten Objektivität innerhalb dieser Wissenschaften. Sie adressiert damit ein klassisches Thema der Genderdebatte, aber auch ein verstecktes, wie der geringe Forschungsstand zu dieser Thematik verdeutlicht. Das Artefakt soll Aufmerksamkeit auf diese Problematik lenken. Ein höheres Bewusstsein über die Ungleichgewichte in Medien, sowie in den Expertendiskussionen selbst, ist notwendig um den Wandel zu einer vielseitigen Diskussion zu starten. Jungen Generationen soll aufgezeigt werden, dass ihr Sex oder Gender nichts mit beruflichen Interessen und Fähigkeiten zu tun hat und sie in ihren Vorhaben bestärken. Hierdurch erhoffe ich mir, dass das Projekt dazu beitragen kann, eine vielseitige Diskussion zu entwickeln, welche nicht nur eine historisch privilegierte Schicht, sondern diverse Perspektiven unserer Gesellschaft enthält.

⁵ Hörath, 'Mühsames Tauziehen Um Junge Frauen Im Ingenieursberuf'.

Literaturverzeichnis

- Hörath, Ilona. 'Mühsames Tauziehen Um Junge Frauen Im Ingenieursberuf'. *VDI Nachrichten*, 29 April 2013. <https://www.vdi-nachrichten.com/Management-Karriere/Muehsames-Tauziehen-um-junge-Frauen-im-Ingenieurberuf>.
- LaFrance, Adrienne. 'I Analyzed a Year of My Reporting for Gender Bias and This Is What I Found'. *Medium*, 30 September 2013. <https://medium.com/ladybits-on-medium/i-analyzed-a-year-of-my-reporting-for-gender-bias-and-this-is-what-i-found-a16c31e1cdf>.
- 'Where Are The Women Journalists In Europe's Media?' European Journalism Observatory, 15 May 2018. <https://en.ejo.ch/research/where-are-all-the-women-journalists-in-europes-media>.
- Yong, Ed. 'I Spent Two Years Trying to Fix the Gender Imbalance in My Stories'. *The Atlantic*, 12 February 2013. <https://www.theatlantic.com/science/archive/2018/02/i-spent-two-years-trying-to-fix-the-gender-imbalance-in-my-stories/552404/>.

Abbildungsverzeichnis

1 Die Visibility Box	4
2 Vorderseite der Visibility Box "Greatest Scientists"	4
3 Wissenschaftlerinnen auf der Innenseite der Box	4