



Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit

Blog-Kommunikation

**Eine Analyse zum demokratischen Potential von politisch orientierten
Weblogs.**

Verfasserin

Helene Hagmann

angestrebter akademischer Titel:

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im Juli 2009

Studienkennzahl: A 301/295, Mat.Nr.: 0201550

Studienrichtung: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuer: Dr. Erik Bauer

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich erkläre ehrenwörtlich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne fremde Hilfe verfasst, andere als die angegebenen Quellen nicht benutzt und die den Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form an keiner anderen Universität eingereicht und auch noch nicht veröffentlicht. Die vorliegende Fassung entspricht der eingereichten elektronischen Version.

Datum:

Unterschrift:

Abstract

Weblogs haben sich in den vergangenen Jahren als eigenständiges, fest institutionalisiertes Medienformat im Rahmen der computervermittelten Kommunikation im Internet etabliert und unterscheiden sich von anderen Online-Formaten vor allem durch spezifische Gebrauchsmuster und Nutzungsweisen sowie durch bestimmte formale Merkmale, die eine sehr eigentümliche Form der Kommunikation möglich machen. Aufgrund ihrer technischen und formalen Eigenheiten auf der einen und dem sozialen Gebrauch des Medienformats auf der anderen Seite, ergeben sich zweifellos Potentiale für eine Demokratisierung der massenmedial dominierten Öffentlichkeitsstrukturen. In Hinblick auf Weblogs tritt das Internet erneut als virtueller Raum mit vielfältigen kommunikativen Möglichkeiten, als ein Marktplatz der Ideen und als Mittel zur gleichberechtigten Kommunikation in Erscheinung. Vor allem für den Bereich der politischen Kommunikation weisen Weblogs erhebliche Stärken auf, da mit der technischen Niederschwelligkeit von Weblogs und der Möglichkeit der unabhängigen Produktion und Veröffentlichung medialer Inhalte, die Hoffnung verbunden wird, dass der Dialog der Bürger untereinander begünstigt wird und individuelle Problemlagen gemeinschaftlich verhandelt werden können. Diese Arbeit geht der Frage nach, aufgrund welcher technischer Gegebenheiten, sozialen Gebrauchsmuster und spezifischen Strukturen der Blog-Kommunikation, sich die demokratischen Potentiale von Weblogs verortet lassen. Empirisch soll geklärt werden, welche Gemeinsamkeiten sich in Hinblick auf den persönlichen Zugang zur Tätigkeit des Bloggens, die Nutzungsweise des Formats bei politisch orientierten Weblog-Autoren feststellen lassen und wie diese selbst die Potentiale von Weblogs für den Bereich der politischen Kommunikation und in Hinblick auf öffentlichkeitsstrukturelle Veränderungen einschätzen.

Danksagung

Ich möchte mich an dieser Stelle herzlich bei allen InterviewpartnerInnen bedanken, die sich die Zeit genommen haben an der Untersuchung teilzunehmen. Ein herzlicher Dank geht auch an meinen Betreuer Dr. Erich Bauer, der mich den ganzen Weg über begleitet hat. Ganz besonderes Danken möchte ich all jenen Menschen, die mich mit viel Zuspruch immer wieder motiviert haben weiterzumachen. Dazu zählt neben vielen anderen, vor allem mein Freund, der alle Höhen und Tiefen der letzten Monate mitgemacht und mir durch seine große emotionale Unterstützung die nötige Kraft gegeben hat, um diese Arbeit zu beenden. Auch meinen Eltern, die mir mein Studium ermöglicht und immer an mich geglaubt haben, möchte ich besonders danken.

Inhaltsverzeichnis

Abstract	3
1.Zielsetzung und forschungsleitende Fragestellungen.....	8
a.Analysedimension 1 – Die Kommunikation in Weblogs.....	11
b.Analysedimension 2 – Demokratiefördernde Potentiale von Weblogs	11
c.Analysedimension 3 – Österreichische Blogosphäre: eine empirische Annäherung	12
2.Einleitung und theoretische Grundlagen.....	13
2.1.Kontextuelle Einbettung des Analysegegenstandes.....	13
2.2.Demokratisierungsversprechen und Weblogs	19
2.3.Allgemeine Begriffsdefinitionen.....	23
2.3.1.Begriff der Öffentlichkeit	23
2.3.2.Der Interaktivitätsbegriff.....	25
3.Theoretische Analyse.....	32
3.1.Analysedimension 1 – Die Kommunikation in Weblogs.....	32
3.1.1.Weblogs – Versuch einer Begriffsklärung (Begriff, Historie und Definition).....	32
3.1.2.Wesentliche Merkmale von Weblogs als Medienformat.....	37
3.1.3.Gebrauchsmuster der Weblog-Nutzung	40
Der mediale Institutionalierungsprozess als Rahmung	42
Regelvarianten in der Blog-Kommunikation	47
3.1.4.Die Spezifik weblogbasierter Kommunikation (Merkmale, Eigenheiten und Abgrenzung)	53
Softwaretechnische Verlinkungsformen in der Blog-Kommunikation.....	58
3.1.5.Die Blogosphäre – Eine Bestandsaufnahme.....	61
Vermessungsversuche der Blogosphäre.....	62
Die US-amerikanische und die deutschsprachige Blogosphäre im Vergleich – Aktuelle Daten zur Weblog-Nutzung.....	66
3.1.6.Politisch orientierte Weblogs (Definition, Verortung, Ermittlung).....	71
3.1.7.Politisches Blogging – Ursprünge und Anfänge.....	77
3.1.8.Schlussfolgerungen – kommunikative Potentiale von Weblogs	84
3.2.Analysedimension 2 – Demokratiefördernde Potentiale von Weblogs.....	85
3.2.1.Die Partizipationstheorie der Demokratie und das normative Konzept einer diskursiven Öffentlichkeit.....	86
3.2.1.1.Allgemeine Grundzüge der partizipatorischen Demokratietheorie	87

3.2.2. Starke Demokratie: Die Bedeutung des öffentlichen Sprechens bei Barber...	89
Die Institutionalisierung von „strong democratic talk“.....	91
3.2.3. Politische Öffentlichkeit nach Habermas.....	95
Strukturwandel der Öffentlichkeit.....	95
Das Diskursmodell politischer Öffentlichkeit(en) – Ansprüche und Funktionen.....	104
Das ambivalente Potential der Massenmedien.....	118
3.2.4. Weblogs und ihre Öffentlichkeit(en).....	121
3.2.4.1. Die Charakterisierung von Weblog-Öffentlichkeiten	122
3.2.4.2. Merkmale von einfachen Weblog-Öffentlichkeiten.....	124
3.2.4.3. Die Blogosphäre als Kommunikationsnetz – Vernetzte Weblog-Öffentlichkeiten	129
Weblogs als partizipative Vermittlungsform im Internet.....	129
Fokussierung von Aufmerksamkeit und wechselseitige Qualitätssicherung.....	136
Die Blogosphäre als soziales Netzwerk.....	138
Die strukturelle Beschaffenheit der Blogosphäre.....	143
3.2.4.4. Verhältnis zwischen weblogbasierten und massenmedialen Öffentlichkeiten	148
3.2.5. Schlussfolgerung: Das demokratische Potential von politisch orientierten Weblogs.....	157
4. Empirische Analyse.....	161
4.1. Zielsetzung und Fragestellungen.....	161
4.2. Datenerhebung und Erfassung	162
4.2.1. Untersuchungsgegenstand.....	162
4.2.2. Erhebungsmethode	162
4.3. Durchführung der Untersuchung	163
4.3.1. Stichprobenauswahl.....	163
4.3.2. Organisatorische Anmerkungen bezüglich Rekrutierung und Interview-Durchführung	164
4.3.3. Vorstellung der Interviewpartner.....	165
4.3.4. Entwicklung des Leitfaden-Interviews.....	168
4.4. Datenauswertung	170
4.4.1. Auswertungsmethode.....	170
4.4.2. Durchführung der Auswertung.....	170
4.4.2.1. Transkription.....	170
4.4.2.2. Festlegung der Analyseeinheiten.....	171
4.5. Forschungsergebnisse und Interpretation.....	172
4.6. Diskussion der Forschungsergebnisse und abschließende Reflexion.....	211

Analysedimension 1: Die kommunikativen Potentiale von Weblogs.....	212
Analysedimension 2: Demokratiefördernde Potentiale von Weblogs.....	214
Quellenverzeichnis.....	219

1. Zielsetzung und forschungsleitende Fragestellungen

Ziel meiner Auseinandersetzung mit der Thematik ist zu versuchen, einen unbefangenen Blick auf die Potentiale von politisch orientierten Weblogs zu werfen. Aus sozialwissenschaftlicher und speziell kommunikationswissenschaftlicher Perspektive soll analysiert werden, welche demokratietheoretisch relevanten Aspekte sich aufgrund der spezifischen Kommunikationsleistungen von Weblogs feststellen lassen und inwieweit die technischen Möglichkeiten auch tatsächlich realisiert werden.

Weblogs ziehen seit einigen Jahren auch im deutschsprachigen Raum große Aufmerksamkeit auf sich: „Wohl kaum eine andere Form der Kommunikation steht derzeit so stark im Mittelpunkt multidisziplinären wissenschaftlichen und öffentlichen Interesses wie Weblogs“¹, konstatierten Perschke/Lübke bereits im Jahr 2005, und auch Coenen stellte fest, dass sich eine vormals kaum beachtete „netzkulturelle Praxis zu einem Gegenstand massenmedialen Interesses“² entwickelt hat. Tatsächlich hat das Phänomen des Weblogging mittlerweile auch Einzug in die Berichterstattung der traditionellen Massenmedien gefunden. Aufmerksame Zeitungsleser werden bestätigen, dass auch in den Print-Ausgaben verstärkt über Blogger berichtet wird und Weblogs immer wieder, wenn meist auch nur am Rande, Erwähnung finden. Auch die Integration des Blog-Formats in die Online-Auftritte etablierter Massenmedien³ lässt auf den ersten Blick vermuten, dass das Medienformat insgesamt in den letzten Jahren auch im deutschsprachigen Raum eine enorme Popularität gewonnen hat. In den USA unterhielten im Jahr 2007 bereits 95 Prozent der Top 100 Nachrichtenzeitungen- und Zeitschriften mindestens einen in ihren Webseiten integrierten Journalisten-Blog.⁴ Ähnlich wie im US-Präsidentenwahlkampf 2004 und 2008 sowie im Bundestagswahlkampf in Deutschland 2005, wurde das Online-Format auch im letzten Nationalratswahlkampf 2008 in Österreich dazu eingesetzt, einen direkten Kontakt zwischen Politikern und Wählern zu ermöglichen und Diskussionen über brisante politische Themen anzuregen. So hat zum Beispiel das Wochenmagazin Profil einen eigenen Wahl-Blog eingerichtet um den Austausch zwischen Politikern und Wählern zu ermöglichen.⁵

¹ PERSCHKE, R./LÜBCKE, M. (2005): Zukunft Weblog!? – Lesen, Schreiben und die Materialität der Kommunikation. Anmerkungen zu einem neuen Typus der Online-Kommunikation aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht. S. 1

² COENEN, C. (2005): Weblogs als Mittel der Kommunikation zwischen Politik und Bürgern – Neue Chancen für E-Democracy? S. 1

³ Hier einige Beispiele österreichischer Tageszeitungen: <http://diepresse.com/blogs/index.do>; <http://www.kurier.at/interaktiv/blog/>; <http://www.kleinezeitung.at/allgemein/meinekleine/index.do>; <http://mein.salzburg.com/meinung/blogs.html>;

⁴ BIVING GROUP REPORT (2007): American Newspapers and the Internet. Threat or Opportunity?

⁵ Der Wahl-Blog zur Nationalratswahl ist heute nicht mehr aktiv. Siehe auch: ORF-Futurezone: Wahlkampf 2008: Durchbruch für Blogs. In: ORF Online, 09.10.2008

Die Debatte über die politischen Aspekte des Bloggens, die in den USA bereits in den Anfangsjahren des neuen Jahrtausends eingesetzt hat, wird nun auch im deutschen Sprachraum zum Teil stark polarisierend geführt. Wie weiter unten dargelegt wird, werden mit dem Phänomen des „Weblogging“ weitreichende demokratiethoretische Hoffnungen verbunden, die es nicht gerade einfach machen, einen realistischen Blick auf das Phänomen zu werfen. Denn ähnlich wie bereits beim Internet zuvor, schwankt auch in der spezifischen Auseinandersetzung mit dem jungen Online-Kommunikationsformat der „Tenor zwischen Technikeuphorie und Kulturpessimismus“⁶. Bei einer eingehenden Beschäftigung mit dem Thema wird rasch ersichtlich, dass zwischen dem öffentlich geführten Weblog-Diskurs und der wissenschaftlichen Analyse von Weblogs zum Teil erhebliche Unterschiede bestehen.⁷ Die häufig sehr idealistischen Beschreibungen über die Möglichkeiten, die sich durch das Weblogging für demokratiethoretische Hoffnungen zu eröffnen scheinen, stehen den nach wie vor sehr spärlichen empirischen Erkenntnissen gegenüber, die in Bezug auf die tatsächliche Nutzung von Weblogs vorliegen.

Um das demokratische Potential von politisch orientierten Weblogs im Rahmen einer kommunikationswissenschaftlichen Betrachtungsweise darzulegen, liegen dieser Arbeit folgende forschungsleitende Fragestellungen zugrunde:

Welches demokratiethoretische Potential besitzen politisch orientierte Weblogs im Horizont der Partizipationstheorie der Demokratie?

Die Beantwortung dieser im Zentrum stehenden Forschungsfrage soll sich im Zuge einer Annäherung durch folgende Subfragen ergeben:

- *Welche Art der Kommunikation wird durch diese neue Medientechnik möglich?*

Hier geht es im Wesentlichen darum, der Frage nachzugehen, welche spezifischen Kommunikationsleistungen das Online-Format „Weblog“ im Allgemeinen und politisch orientierte Blogs im Speziellen, erbringen.

- *Inwiefern können Weblogs im Horizont der partizipatorischen Demokratiethorie dem Anspruch, eine aktive und partizipative Öffentlichkeitsstruktur zu fördern, gerecht werden?*

Dazu gilt es zunächst die Spezifik der durch Weblogs bzw. die Blog-Kommunikation konstituierte(n) Öffentlichkeit(en) herauszuarbeiten. Anschließend soll erläutert wer-

⁶ Vgl. SCHMIDT, J./SCHÖNBERGER, K./STEGBAUER, C. (2005): Erkundungen der Weblog-Forschung-Nutzungen. Anmerkungen zum Stand der Forschung. In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 4, S. 2

⁷ Vgl. dazu NEUBERGER, C. (2007): Weblogs=Journalismus? Kritik an einer populären These. In: Diemand/Mangold/Weibel [Hrsg] (2007): Weblogs, Podcasting und Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potentialen. S. 107

den, wie anschlussfähig Weblogs an massenmediale Diskursstrukturen sind. Zuletzt geht es hier auch darum, festzustellen, wie sich Weblogs als Form der partizipativen Vermittlung im Internet beschreiben lassen. Die theoretische Herausarbeitung dieser Aspekte soll abschließend dazu dienen, das demokratische Potential von Weblogs im Sinne der Partizipationstheorie der Demokratie verorten zu können.

- *Mit welchem Selbstverständnis und welchen Intentionen führen Weblog-Autoren ein politisch orientiertes Weblog und wie wird der Einfluss des politischen Bloggings auf die politische Kommunikation von den Autoren selbst eingeschätzt? Werden die kommunikativen Potentiale von Weblogs von den Politbloggern auch tatsächlich genutzt und welche Praktiken liegen der Nutzung des Online-Formats zugrunde?*

Diese Fragestellung bezieht sich vor allem auf den empirischen Teil der Arbeit. Die Durchführung von insgesamt 11 themenzentrierten Leitfadeninterviews mit exemplarisch ausgewählten österreichischen Weblog-Autoren soll Aufschluss darüber geben, mit welchen Intentionen zu im weitesten Sinne politischen und gesellschaftlichen Themen gebloggt wird und wie die Blogger selbst die kommunikativen Potentiale des Online-Formats sowie deren Einfluss auf den öffentlichen Kommunikationsraum einschätzen.

Methodische Herangehensweise

Prinzipiell erfolgt die Annäherung an das Thema Weblogs im Rahmen der vorliegenden Arbeit sowohl von theoretischer als auch von empirischer Seite. Der theoretische Teil gliedert sich in zwei Analysedimensionen. Die dritte Analysedimension ist in Zusammenhang mit der empirischen Untersuchung zu betrachten.

a. Analysedimension 1 – Die Kommunikation in Weblogs

Zunächst geht es im Rahmen dieser Analyse darum, den Untersuchungsgegenstand – politisch orientierte Weblogs - ausführlich zu beschreiben. Diese Beschreibung umfasst neben einer einführenden allgemeinen Begriffsdefinition, der Erfassung der wesentlichen technischen und formalen Charakteristika sowie eines kurzen historischen Abrisses über die Entstehungs- und Entwicklungsgeschichte von Weblogs in weiterer Folge den Versuch einer Kategorisierung jener wiederum in sich ausdifferenzierten Weblogs, die hier als „politisch“ verstanden werden. Das Ziel dieses ersten Analyseschrittes ist in erster Linie die Herausarbeitung der kommunikativen Eigenheiten des Weblog-Formats mit besonderem Fokus auf politisch orientierte Blogs. Dieser Analysekomplex dient der theoretischen Beantwortung der ersten Subfrage im Rahmen der forschungsleitenden Fragestellung (siehe Kapitel 1).

b. Analysedimension 2 – Demokratiefördernde Potentiale von Weblogs

Um die im Mittelpunkt dieser Arbeit stehende Frage beantworten zu können, inwieweit Weblogs ein ernst zu nehmendes demokratieförderndes Potential in Hinblick auf eine Demokratisierung vorhandener Öffentlichkeitsstrukturen besitzen, muss in einem weiteren Analyseschritt der theoretische Bezugsrahmen dargelegt werden, von dem ausgehend die demokratischen Potentiale abgeleitet werden können, um sie im Anschluss in Hinblick auf die Blog-Kommunikation untersuchen zu können. Dieser umfasst zwei grundlegende Theoriekomplexe und dient der Beantwortung der zweiten Subfrage im Rahmen der forschungsleitenden Fragestellung.

Zum Einen wird die *partizipatorische Demokratietheorie* und die damit verbundene Öffentlichkeitsvorstellung im Sinne Benjamin Barbers und Jürgen Habermas herangezogen, zwei Theoretiker, welche Deliberation und Diskursivität – also verständigungsorientierte Kommunikation zwischen den Mitgliedern einer Gemeinschaft – als notwendige Basis für ein demokratisches Gemeinwesen sowie die Rolle einer partizipierenden Zivilgesellschaft an politischen Entscheidungsprozessen in den Mittelpunkt ihres Demokratieverständnisses stellen.⁸ Dieser erste theoretische Bezugsrahmen dient dazu,

⁸ Vgl. BEIERWALTES, A. (2000): Demokratie und Medien: der Begriff der Öffentlichkeit und seine Bedeutung für die Demokratie in Europa. S. 159

die Relevanz und Funktion öffentlicher Diskurse in demokratisch verfassten Gesellschaften offenzulegen. Des Weiteren geht es darum, die damit verbundenen Ansprüche, die im Horizont der partizipatorischen Theorie der Demokratie, einer Idee von Öffentlichkeit zugrunde liegen, verorten zu können bzw. als Leitfaden für die weitere Analyse von Weblogs als Teil der politischen Öffentlichkeit herauszuarbeiten.

Ausgehend davon soll in einem zweiten Schritt theoretisch erörtert werden, inwiefern es möglich ist mit der Nutzung des Weblog-Formats eigene Öffentlichkeiten zu schaffen, wie sich diese konkret beschreiben lassen und ob damit neue Potentiale für eine breitere Beteiligung der „Peripherie“ am öffentlichen Diskurs freigesetzt werden. Dazu gilt es zunächst die Spezifik weblogbasierter Öffentlichkeiten herauszuarbeiten und mit den zuvor beschriebenen Öffentlichkeitsformen zu vergleichen. Im Anschluss daran soll analysiert werden, inwieweit durch die Möglichkeit des unabhängigen Publizierens eigener Informationen und Meinungen in Weblogs, der sich aufgrund ihrer technischen Merkmale ergebenden Niederschwelligkeit und einer weitgehenden Unabhängigkeit von den Ansprüchen des professionellen Journalismus sowie den damit verbundenen ökonomischen Zwängen und hierarchischen Strukturen ein emanzipatorischer Mediengebrauch gefördert wird und sich eine potentielle Demokratisierung vorhandener massenmedial dominierter Öffentlichkeitsstrukturen feststellen lassen kann.

c. Analysedimension 3 – Österreichische Blogosphäre: eine empirische Annäherung

Nach dieser hermeneutischen Annäherung an den Analysegegenstand wird abschließend die Blogosphäre der politisch orientierten Weblogs in Österreich beleuchtet. Der Fokus liegt dabei auf jenen Blogs, die sich mit politischen Themen kritisch auseinandersetzen und sich in diesem Sinne systemanalytisch in den gesellschaftspolitischen Diskurs einbinden.

Durch die exemplarische Auswahl von elf österreichischen Weblogs, die der im Theorieteil beschriebenen Klassifikation eines politisch orientierten Weblogs (siehe dazu Kapitel 4.1.6) entsprechen und die Durchführung von *themenzentrierten Leitfadenterviews* mit diesen ausgewählten Weblog-Autoren, gilt es die Frage zu beantworten, welche Motivation und Intention für das Betreiben eines politischen Weblogs zugrunde liegt, welche Erfahrungen und Erwartungen mit dem Online-Format verbunden sind und wie die Blogger selbst den Einfluss von Weblogs auf die politische Kommunikation einschätzen. Die Auswertung der Interviews erfolgt anhand einer *qualitativen Inhaltsanalyse* nach Phillip Mayring. Die empirische Herangehensweise in Form eines qualitativen Untersuchungsdesigns unter Bezugnahme auf eine persönlich durchgeführte Be-

fragung von Weblog-Autoren soll helfen, die dritte und letzte Subfrage im Rahmen der forschungsleitenden Fragestellung zu beantworten (siehe Kapitel 1).

2. Einleitung und theoretische Grundlagen

2.1. Kontextuelle Einbettung des Analysegegenstandes

Um das Erkenntnisinteresse meiner Arbeit darzulegen und den Untersuchungsgegenstand zu skizzieren, erlaube ich mir einleitend, einige Erörterungen zu dessen Umfeld und kontextueller Einbettung in Hinblick auf den aktuell geführten Diskurs zum Weblog-Phänomen.

Die Entzauberung des „Mythos Internet“

Die Verbreitung der computervermittelten Kommunikation wurde stetig von einem Diskurs begleitet, der dem Internet auch die Rolle einer politischen „Wunschmaschine“ zuschrieb.⁹ Die Hoffnungen und Prognosen galten dabei nicht nur möglichen wirtschaftspolitischen und bildungspolitischen Effekten, sondern auch der politischen Kommunikation selbst. Lange Zeit galt das Internet als eine Art Garant für die Demokratisierung der öffentlichen Meinungsäußerung, „als eine partiell demokratische Gegenöffentlichkeit, die sich nicht von Politikern, Militärs und Konzernen kontrollieren und instrumentalisieren lässt [...]“¹⁰. Diese Zuschreibungen ergaben sich einerseits aus der Tatsache, dass praktisch jedermann – sofern die technischen Voraussetzungen gegeben sind – das Internet für sich nutzen kann sowie aus dem anfänglichen Glauben an eine prinzipielle Unmöglichkeit, die Internetkommunikation kontrollieren und reglementieren zu können.¹¹ Andererseits liegt der Grund dafür, warum in der Entwicklung des Internets eine neue Chance für eine stärker partizipatorisch angelegte Demokratie gesehen wird, in den Begrenzungen des öffentlichen Diskurses, die sich durch die Bedingungen der traditionellen Massenmedien Presse und Rundfunk zwangsläufig ergeben haben. So wurden schon lange bevor das Internet sich in seiner heutigen Form zu entwickeln begonnen hat, bereits große Hoffnungen in neue Kommunikationstechniken gesetzt, die in der Lage wären, gesellschaftliche Diskurse in Gang zu setzen, den Individuen eine freiere Entfaltung zu gewähren, Demokratie-relevante Prozesse zu erleichtern, vor allem aber die vielbeklagte Einseitigkeit der Massenkommunikation zu überwinden im Stande sind. Beispielhaft hierfür ist die Forderung Bertolt Brechts in den 1930er Jahren

⁹ Vgl. BECK, K. (2006): Computervermittelte Kommunikation im Internet. S. 204

¹⁰ DIEKMANNSHENKE, H. (2007): Netz-Demokratie. Von den Hoffnungen und Enttäuschungen einer Politik mit Mouse In: OBST, 72, S. 35

¹¹ Vgl. Ebd.

nach einem „großartigen Kommunikationsapparat“, der es „verstünde nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur zu hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen“¹².

Ob das Radio, das Fernsehen oder nun das Internet, jede neue Medientechnik ist zwangsläufig mit großen Demokratisierungsversprechen verbunden, die sich durch die Hoffnung auf eine Erweiterung und Erleichterung des Zugangs zu Informationen sowie über die Implementierung direkt-demokratischer Verfahren in die Struktur moderner repräsentativer Demokratien ausdrücken.¹³

Mitte der 1990er Jahre setzte eine breit geführte Kontroverse über das Potential des Internets mit einem Fokus auf die demokratiethoretische Frage ein, wie die Chance für eine umfassende Demokratisierung vorhandener Öffentlichkeitsstrukturen durch das Netz einzuschätzen sei und ob es zur Stärkung der politischen Informations-, Diskussions- und Partizipationschancen der Bürger beiträgt.¹⁴ Der „großartige Kommunikationsapparat“, den Brecht beschrieben hatte, schien in Form eines digitalen Netzwerkes, in welchem, gemessen an den technischen Voraussetzungen der computervermittelten Kommunikation, jeder prinzipiell sowohl als Sender wie auch als Empfänger an öffentlichen Kommunikationsprozessen teilnehmen kann, Realität geworden zu sein.¹⁵ Euphorisch blickte man vermeintlich unbegrenzten Möglichkeiten für die Erfüllung politisch-partizipativer Vorstellungen von einer alle Personengruppen einbeziehenden und zudem unmittelbaren Willensbildung entgegen.¹⁶ Der Begriff der Interaktivität nahm in der Debatte über die Potentiale des Internets für die politische Kommunikation eine entscheidende Rolle ein. Die in Zusammenhang mit dem Internet viel diskutierten Interaktivitätspotentiale gaben Anlass zur Hoffnung auf neue diskursive Kommunikationsmöglichkeiten, die zu einer besseren Interessenvermittlung, vor allem aber zu einer höheren Beteiligung der Bürger am politischen Geschehen beitragen könnten.¹⁷

Die Meinungen über den tatsächlichen Einfluss des Internets auf die politische Öffentlichkeit gingen allerdings sowohl in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung wie auch in den teilweise mit starkem Engagement geführten Debatten im Internet selbst, weit auseinander. So standen den zum Teil sehr idealistisch formulierten Erwartungs-

¹² BRECHT, B. (1967): Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. zit. nach: HAAS, H./LANGENBUCHER, W. (2002): Medien- und Kommunikationspolitik. Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. S. 5.

¹³ Vgl. BEIERWALTES, A. (2000), S. 188

¹⁴ Vgl. ARMBORST, M. (2006): Kopfjäger im Internet oder publizistische Avantgarde? Was Journalisten über Weblogs und ihre Macher wissen sollten. S. 29

¹⁵ Vgl. ROESLER, A. (1997): Bequeme Einmischung. Internet und Öffentlichkeit. In: Münkler, S./Roesler, A. [Hrsg.] (1997): Mythos Internet. S. 180f.

¹⁶ Vgl. DIEMAND, V./MANGOLD, M./WEIBEL, P. (2007): Weblogs, Podcasting und Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potentialen. Ausgangspunkt und Zielsetzung der Tagung. In: Dies. [Hrsg.] (2007) S. 4ff.

¹⁷ Vgl. BECK, K. (2006), S. 204

haltungen der Befürworter, deren Vorstellungen von „Electronic Government“ über „Electronic Democracy“ und „Cyberdemocracy“ bis hin zur „Digitalen Demokratie“ reichten und das Netz zum idealen Raum deliberativer Öffentlichkeit und diskursiver Entscheidungsfindung erklärten, die Skeptiker oder radikalen Kritiker gegenüber, die eine ambivalente Betrachtungsweise der Internettechnologie einnahmen und neben den Chancen und Möglichkeiten auch die Gefahren und vermeintlich negativen gesellschaftlichen Auswirkungen in ihre Analysen miteinbezogen. Im Rahmen dessen bemühte man sich gegen Ende des letzten Jahrtausends um eine realistischere Betrachtung der Internet-Technik und richtete den Blick auf die gesellschaftlichen Folgen, die die zunehmende Vernetzung bislang bewirkt hatte und in Zukunft mit sich bringen könnte: „Der erste Online-Rausch ist dahin, und es ist an der Zeit, einen unverstellten Blick auf die realistischen Chancen und Risiken der Netzwelten zu werfen. Doch das ist gar nicht so einfach. In, aber vielleicht auch gerade wegen seiner kurzen Geschichte ist das Internet zugleich mehr als ein real-existierendes Symbol der aufziehenden Ära der Informationsgesellschaft. Das Internet ist vor allem *ein Mythos*“¹⁸, konstatierten Munker/Roesler im Jahr 1997 und plädierten dafür, das Medium Internet in einem umfassenden, sozio-kulturellen Kontext zu diskutieren. Denn nur auf diese Weise würde es gelingen, „einen Blick hinter den Schleier des Mythos zu werfen, der es umgibt“¹⁹.

Auch wenn man sich in diesem ersten Diskurs über die demokratischen Potentiale des Internets weitgehend einig war, dass der Übergang von analogen zu digitalen Medien und die Verbreitung des Internets als globales Computernetzwerk bzw. des World Wide Webs als weltweit verzweigtes Hypertext-Informationssystem²⁰, den Instrumentenkasten politischer Interaktions- und Partizipationsmöglichkeiten zweifellos beachtlich erweitert hat,²¹ zeigten sich viele der formulierten Hoffnungen auf veränderte demokratischere Öffentlichkeitsstrukturen im Netz zunächst als deutlich überhöht.²²

So kam es Ende der 90er Jahre zu einer weitgehenden Entzauberung des „Mythos Internet“, die auf der grundlegenden kommunikationssoziologischen Einsicht basierte, dass man bei einem Medium zwischen seinem technischen Potential und seinem selektiven, sozial regulierten Gebrauch unterscheiden muss.²³ Denn die hoffnungsvollen Thesen von den partizipations- und demokratiefördernden Effekten des Internet bezogen sich oftmals auf die falsche Annahme, dass die vorherige Nicht-Teilnahme an politischer Kommunikation vorrangig einer fehlenden Technik zuzuschreiben wäre: „Der

¹⁸ MÜNKER, S./ROESLER, A. (1997): Mythos Internet. S. 8

¹⁹ Ebd. S. 12

²⁰ Als *Hypertext* wird eine Methode zur Vernetzung von Informationen im Internet bezeichnet. Bei Hypertextdokumenten handelt es sich um Textdateien, die über besonders hervorgehobene Schlüsselwörter, Verzweigungen in andere Textdokumente ermöglichen. Vgl. IT Wissen: Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie.

²¹ Vgl. BUCHSTEIN, H. (1996): Bittere Bytes: Cyberbürger und Demokratietheorie. In: Deutsche Zeitschrift für Philosophie. Jg. 1996, 44./4, S. 583

²² Vgl. BEIERWALTES, A. (2000), S. 196

²³ Vgl. NEUBERGER, C. (2007): In: Diemand/Mangold/Weibel [Hrsg.] (2007), S. 108

Grundirrtum des Mythos besteht darin zu glauben, dass Öffentlichkeit ein *technisches* Problem darstellt, das sich mit einem geeigneten technologischen Instrumentarium lösen lässt²⁴. Das Internet versorge bestimmte Gruppen zwar mit einem neuen Werkzeug, um auf andere, einfachere Weise Öffentlichkeit herzustellen, das prinzipiell von allen benutzt werden kann, aber allein auf der Basis eines anderen Instrumentariums öffentlicher Kommunikation, wird sich eine ideale demokratische Öffentlichkeit nicht allein durch das Vorhandensein der Internettechnologie und ihrer neuen Dienste und Angebotstypen von selbst verwirklichen²⁵, so ein von vielen Autoren geteilter Einwand.²⁶ Zehn Jahre nach jenem Blick hinter den Schleier gewinnt man leicht den Eindruck, der „Mythos Internet“ würde gegenwärtig eine Renaissance erfahren.²⁷ In den vergangenen Jahren wurden einige onlinebasierte Kommunikationsformate entwickelt, welche die Kommunikation, Interaktion und Zusammenarbeit im Internet wesentlich erleichtern und das Entstehen sowie den Erhalt von sozialen Netzwerken auf innovative Weise unterstützen.²⁸ Die Vorläufer dieser Online-Anwendungen, die gegenwärtig unter dem Sammelbegriff der „Social Software“ (dt. „soziale Medien“) zusammengefasst werden, lassen sich bereits Anfang der 1980er Jahre finden.²⁹ Beispiele für diese frühen asynchronen Formen onlinebasierter Kommunikation sind die sogenannten „Bulletin Board Systems“ (BBS)³⁰, Mailing-Listen oder das dezentrale Diskussionsnetzwerk „Usenet“, das von Beginn an auf öffentliche Teilnahme und als „Broadcasting“-Medium ausgelegt war.³¹ Diese machten bereits vor der Entwicklung des WWW und damit der breiten Diffusion des Internets als Massenmedium (im Sinne von „massenhaft“ genutzt³²) deutlich, dass es sich hierbei nicht um ein einziges Medium handelt, sondern vielmehr um eine technische Infrastruktur, welche die Entwicklung verschiedener Medienapplikationen ermöglicht³³. Aufgrund seiner Multioptionalität ist dem Internet, mehr als jedem anderen Medium, eine ungebremste Dynamik inhärent, die sich in seiner fortwährenden techni-

²⁴ ROESLER, A. (1997) In: Münkler, S./Roesler, A. [Hrsg.] (1997), S. 191 (Hervorhebung i. Orig.). Siehe auch ARM-BORST, M. (2006), S. 31

²⁵ Vgl. ROESLER, A. (1997) In: Münkler, S./Roesler, A. (1997), S. 191

²⁶ Vgl. z.B. auch SCHMAL-BRUNS, R. (2000): Internet-Politik. Zum demokratischen Potential der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien. In: Martinsen, T./ Saretzki, R./Simonis, G. [Hrsg.] (2000): Politik und Technik - Analysen zum Verhältnis von technologischem, politischem und staatlichem Wandel am Anfang des 21. Jahrhunderts. PSV Sonderheft. S. 125f.; NEUBERGER, C. (2003): Google, Blogs & Newsbots. Mediatoren der Internetöffentlichkeit. S. 1; HOECKER, B. (2002): Mehr Demokratie via Internet? Die Potentiale der digitalen Technik auf dem empirischen Prüfstand. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 39-40/2002

²⁷ Vgl. DIEMAND, V./MANGOLD, M./WEIBEL, P. (2007) In: Diemand/Mangold/Weibel [Hrsg.] (2007), S. 4ff.

²⁸ Vgl. SCHMIDT, J. (2006b): Social Software: Onlinegestütztes Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement. In: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen, Nr. 2/2006, S. 37

²⁹ Einen Abriss der historischen Entwicklung von Social Software bieten z.B. ALLEN, C. (2004): Tracing the evolution of social software. (Blog-Eintrag) sowie auch MÖLLER, E. (2005): Die heimliche Medienrevolution. Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern. S. 20-40.

³⁰ *Bulletin Board Systems* sind Zusatzdienste von Mailboxen in Form von internetbasierten Pinnwände (schwarzen Brettern), die von den Nutzern zum Meinungs- und Informationsaustausch oder zum Austausch von Dateien verwendet werden. Vgl. IT Wissen. Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie.

³¹ Vgl. MÖLLER, E. (2005), S. 32

³² Vgl. SCHMIDT, J. (2006b), S. 38

³³ Vgl. MÖLLER, E. (2005), S. 32

schen Weiterentwicklung und einen permanenten Angebotswandel ausdrückt.³⁴ Während man sich zunächst lange Zeit auf die ökonomischen Potentiale des WWW konzentriert hatte und klassische one-to-many-Kommunikationsformen (Homepages, Online-Auftritte der traditionellen Massenmedien) die Öffentlichkeitsstrukturen im Netz dominierten, haben sich in den letzten Jahren Online-Anwendungen entwickelt, die auf den Prinzipien des kollaborativen Bearbeitens und Teilens von Information aufbauen und die innovativen Potentiale des Internets auf neue Weise zu nutzen verstehen.³⁵ In Form von Weblogs, Microblogging-Diensten wie Twitter³⁶, Wikis³⁷, gemeinsam erstellten Verschlagwort- und Klassifikationssystemen³⁸, verschiedensten Networking-Plattformen³⁹ oder auch Tausch- und Auktionsbörsen⁴⁰ sind diese relativ neuen Kommunikations- bzw. Publikationstools derzeit von einer starken Konjunktur begriffen. Auf der Basis des sogenannten „Peer-to-Peer“-Prinzips, bei dem das Sammeln, Aufbereiten und Veröffentlichen sowie die Qualitätskontrolle der Inhalte einer dezentralen Regelung unterliegen, sind es die redaktionelle Selbstorganisation („Graswurzelgeneration“⁴¹) sowie die Stärke kollektiver Intelligenz, die zum grundlegenden Selbstverständnis dieser Anwendungen gehören. Im Gegensatz zu rein onlinebasierten Präsentationstechnologien bzw. der Nutzung des Internets als bloßes Transaktionsmittel (z.B.: E-Gouvernement-Angebote oder E-Commerce-Angebote) oder zum nichtöffentlichen interpersonellen Austausch (z.B.: persönliche E-Mail), dienen Social Software-Anwendungen in erster Linie dem aktiven Informationsaustausch, der sozialen Vernetzung sowie der kollaborativen Erstellung elektronischer Inhalte.⁴² In diesem Sinn handelt es sich um onlinebasierte Software-Anwendungen, „die das Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement in den (Teil-)Öffentlichkeiten hypertextueller⁴³ und sozialer Netzwerke un-

³⁴ Vgl. NEUBERGER, C. (2004): Wandel der aktuellen Öffentlichkeit im Internet. S. 3

³⁵ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a): Weblogs eine kommunikationssoziologische Studie. S. 2

³⁶ *Twitter* ist eine Kommunikationsart im Internet, die sich zwischen Kurznachrichtendienst (SMS), Blog, E-Mail und Instant-Messaging verorten lässt. Übersetzen lässt sich Twitter mit „Gezwitscher“. Alle partizipierenden Teilnehmer können persönliche Details über alle anderen Teilnehmer erfahren: Vorlieben, Interessen, Hobbys und Tagesablauf. Twitter wird v.a. genutzt um den anderen mitzuteilen „was man gerade tut“ oder „wo man gerade ist“. Vgl. IT Wissen. Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie.

³⁷ Als *Wikis* werden Webseiten bezeichnet, die von den Nutzern sowohl gelesen wie auch direkt verändert werden können. Jeder Leser kann als Autor aktiv werden, an den Inhalten mitschreiben bzw. vorhandene Beiträge bearbeiten oder neue Artikel verfassen. Die Nutzer sind daher quasi alle gleichberechtigt. Das bekannteste Wiki ist die Online-Enzyklopädie Wikipedia (www.wikipedia.org). Vgl. IT Wissen. Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie.

³⁸ Unter *kollaborativen Verschlagwortungssystemen* versteht man ein gemeinsames Indexieren (engl. „social tagging“), d.h. das Klassifizieren von Informationen nach selbstgewählten Kategorien oder „tags“ (freie Schlagwörter). Durch die Sammlung dieser Schlagworte entstehen Ordnungssysteme (engl. „folksonomies“), die allen Nutzern zugänglich sind. Dazu zählt z.B.: die Plattform „*last.fm*“, worauf Nutzer Musiktitel online stellen, zuordnen, persönliche Empfehlungen weitergeben etc.; „*librarything.com*“ fungiert als Online-Buchclub, indem die Nutzer gemeinsam Bücher katalogisieren und sich über gemeinsam Gelesenes austauschen oder auf „*qype.com/at*“ können Bewertungen sowie Empfehlungen persönlicher Lieblingsorte abgegeben und anderen zur Verfügung gestellt werden. Vgl. IT Wissen. Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie.

³⁹ Z.B. Online-Plattformen wie StudiVZ, MeinVZ, MySpace, Facebook, etc.

⁴⁰ Plattformen auf denen Konsumgüter, Fotos, Audiobeiträge (Podcasts) oder Videos veröffentlicht oder getauscht werden. Dazu zählen beispielsweise eBay, Flickr, YouTube etc.

⁴¹ Vgl. BRÜCKMANN, B. (2007): Web 2.0 – Social Software der neuen Generation. In: Sciencegarden – Magazin für junge Forschung.

⁴² Vgl. BRÜCKMANN, B. (2007)

⁴³ Damit sind jene Netzwerke gemeint, die durch Hyperlinks gebildet werden. Einige Angebote aus dem Bereich der Social Software stellen so genannte *Permalinks* zur Verfügung, über die einzelne Texte (z.B.: ein Weblog-Eintrag) direkt adres-

terstützen“.⁴⁴ Das Vermitteln von personalisierter Kommunikation und Information sowie die Rückkanalfähigkeit stehen bei der Nutzung dieser Anwendungen im Vordergrund.⁴⁵ Da sie größtenteils kostenfrei und technisch einfach zu handhaben sind, stehen sie jedem Online-Nutzer zur Verfügung.⁴⁶ „User Generated Content“⁴⁷ wird zu einem integrativen Bestandteil, womit die Auflösung der klassischen Rollenverteilung zwischen Produzent und Konsument bzw. Rezipient zum Ausdruck gebracht werden soll.⁴⁸ Die niedrigen Zugangsbarrieren zur computervermittelten Kommunikation sowie die benutzerfreundliche Software erleichtern es auch journalistischen Laien, in bislang unbekanntem Maße eigene Inhalte zu publizieren und damit einer potentiell unbegrenzt großen Öffentlichkeit zugänglich zu machen.⁴⁹

Erwartungsvoll spricht man nun vom „neuen Internet“, das unter dem mittlerweile allgegenwärtigen Schlagwort „Web 2.0“, die Entwicklung hin zu einem nutzerzentrierten Internet markieren soll, in dessen Mittelpunkt erweiterte Handlungs- und Beteiligungsmöglichkeiten für jedermann stehen.⁵⁰ Während das Internet lange Zeit vor allem dazu gebraucht wurde, um bekannte Konzepte eins zu eins in Online-Umgebungen zu übertragen (klassische Homepage), wird mit dem Web 2.0 der interaktive Charakter des Webs erstmals wirklich genutzt. Das Zentrum des Web 2.0 bildet der Mensch als Anwender: „Die Technik scheint ihm nicht mehr vorauszuweichen, sondern wird entsprechend seinen Bedürfnissen entwickelt.“⁵¹ Die Erscheinungsformen des Web 2.0 basieren prinzipiell auf Informationstechnologien, die Vernetzung leicht herstellbar machen. Neben der Kommunikationsdynamik weisen sie auch ein Element der Verfestigung auf, das in der Archivierung großer Kommunikationsausschnitte begründet ist. Sie haben hypertextuelle Strukturen, die sich in diversen Verlinkungsformen manifestieren und ermöglichen zudem virtuelle Gruppenbildungen.⁵² Neben dem Begriff der Interaktivität ist es nun in erster Linie auch der Netzwerkcharakter, der in einen engen Zusammenhang mit dem Web 2.0 gebracht wird: „Web 2.0 ist ein Name, den wir einem tief sitzenden, langfristigen Trend anhängen: Alles wird miteinander verknüpft. Das Internet wird zu ei-

siert werden können und nicht ganze Webseiten referenziert werden müssen. Vgl. SCHMIDT (2006b), S. 46

⁴⁴ SCHMIDT, J. (2006b), S. 38

⁴⁵ Vgl. DIEMAND, V./MANGOLD, M./WEIBEL, P. (2007): In: Diemand/Mangold/Weibel [Hrsg.] (2007), S. 10

⁴⁶ Vgl. Ebd.

⁴⁷ Der Ausdruck *User generated content* (auch „User driven content“ oder „Consumer generated content“) steht für nutzer-generierte Inhalte im Internet, d.h. für jene, die nicht von den Anbietern eines Webangebots erstellt werden, sondern von den Nutzern selbst. Vgl. IT Wissen. Das große Online-Lexikon für Internettechnologie.

⁴⁸ Vgl. DIEMAND, V./MANGOLD, M./WEIBEL, P. (2007): In: Diemand/Mangold/Weibel [Hrsg.] (2007), S. 4ff.

⁴⁹ Vgl. BECK, K. (2006), S. 208

⁵⁰ Vgl. DIEMAND, V. (2007): Gesicht wahren im Web 2.0 – Blogs zwischen Authentizität und Inszenierung. In: Diemand/Mangold/Weibel [Hrsg.] (2007), S. 58

⁵¹ Ebd. S. 58

⁵² Vgl. BUCHER, H.J. (2007): Netzwerkkommunikation im Internet: diskursiver Mehrwert oder kommunikatives Chaos? In: OBST, Heft 72, S. 18

nem Kleber, der alles verbindet, was wir anfassen“⁵³, beschreibt der Softwareentwickler Tim O’Reilly, dem die Erfindung des Ausdrucks Web 2.0 nachgesagt wird⁵⁴, das Phänomen.

2.2. Demokratisierungsversprechen und Weblogs

Seit dem Aufkommen und der zunehmenden Nutzung von Social Software, die hohe Gestaltungs- und Kommunikationsmöglichkeiten auch für technisch nicht-versierte Internet Nutzer zulassen, ist eine deutliche Wiederbelebung des Diskurses über die demokratischen Effekte der Internetkommunikation zu beobachten. Neue Potentiale für die politische Kommunikation werden vor allem in jenen Angebotstypen von Social Software verortet, die als „partizipatorischer Journalismus“⁵⁵ oder auch als „pseudo-“ oder „parajournalistische“ Kommunikationsformen⁵⁶ bezeichnet werden.

Das Weblog als ein Prototyp dieser neuen partizipativen Anwendungen⁵⁷ bzw. als „communicative avantgarde of social software“⁵⁸ erfährt im Rahmen dessen eine besondere Beachtung. Weblogs, oder kurz Blogs, sind Onlineangebote, in denen in regelmäßigen Abständen Einträge verfasst werden, die in umgekehrter Weise chronologisch dargestellt und üblicherweise durch Verweise und Kommentare untereinander sowie mit anderen Online-Quellen verbunden sind.⁵⁹ Die Nutzung von Weblogs und die Online-Distribution der mittels dieses Formats entstehenden Informationen füllen die im Zuge der Verbreitung des Internets bereits vielfach formulierten Erwartungsräume erneut mit den alten Verheißungen.⁶⁰ So lässt die für jeden bestehende Möglichkeit einer unabhängigen Veröffentlichung von eigenen Inhalten im Sinne eines „Personal Web Publishing“⁶¹ vertraute medientheoretische Hoffnungen, vor allem in Bezug auf die Demokratisierung der vorhandenen Öffentlichkeitsstrukturen, aktueller werden denn je.⁶² Soweit sie nicht die Funktion von persönlichen Online-Tagebüchern erfüllen, hat sich mit dem Weblog als „quasi-journalistische Publikationsform“⁶³ ein neues Medienformat etabliert, das an öffentliche massenmediale Diskurse anschließt⁶⁴, die Grenzen zwischen individuellem und öffentlichem Handeln überschreitet und dem aufgrund seiner

⁵³ Vgl. Interview mit Tim O’REILLY: SPIEGEL Online: 3D-Drucker werden unser Leben verändern. In: Spiegel Online, 20.11.2006

⁵⁴ Vgl. O’REILLY, Tim (2005): What is Web 2.0. In: O’Reilly Media (Website)

⁵⁵ Vgl. NEUBERGER (2004), S. 11

⁵⁶ Vgl. BECK, K. (2006), S. 209

⁵⁷ Vgl. BUCHER, H.J. (2007): In: OBST Heft 72, S. 10

⁵⁸ BURG, T. N. (2004b): Social Software – an emanzipation? In the manifold ways of making ideas and individuals present and visible. In: Ders. (2004): BlogTalks 2.0. The European Conference on Weblogs. Donau-Universität Krems. S. 7-14

⁵⁹ Vgl. SCHMIDT, J./SCHÖNBERGER, K./STEGBAUER, C. (2005) In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 4, S. 2

⁶⁰ Vgl. DIEMAND, V./MANGOLD, M./WEIBEL, P. (2007) In: Diemand/Mangold/Weibel [Hrsg.] (2007), S. 5f.

⁶¹ Vgl. ZERFASS, A./BOLTER, D. (2005): Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien. S. 22

⁶² Vgl. DIEMAND, V./MANGOLD, M./WEIBEL, P. (2007) In: Diemand/Mangold/Weibel [Hrsg.] (2007), S. 5f.

⁶³ Vgl. SCHMIDT, J. (2006b), S. 7

⁶⁴ Vgl. FRAAS, C. (2005): Diskurse on- und offline. In: Fraas, C./Klemm, M. [Hrsg.] (2005), S. 7

dynamischen Produktions- und Rezeptionsbedingungen die Eröffnung einer neuen Dimension der Online-Kommunikation zugesprochen wird⁶⁵. Während die Weblog-Pionierin Rebecca Blood neue Chancen zu „participatory media“⁶⁶ erkennt, sprechen Eigner/Leitner/Nauser/Schneider von der „sozialen Rückeroberung des Netzes“⁶⁷, zu der Weblogs einen entscheidenden Beitrag leisten. Möller beschreibt die „Blogosphäre“ als Vorhut einer sich in kleinen Schritten vollziehenden „heimliche[n] Medienrevolution“⁶⁸. Für Fraas/Barczok ergibt sich durch das neue Online-Genre erstmals „wirklich die Chance zur Transformation vom passivem Publikum zur aktiv partizipierenden Öffentlichkeit, von passiven Konsumenten zu aktiven Akteuren, die Einfluss auf öffentliche Kommunikationsprozesse nehmen können“, indem sie sich als „Bestandteil des Medienverbundes“ etabliert haben⁶⁹. Einige Autoren sind zudem der Ansicht, dass mit der Blog-Kommunikation ein neuerlicher Strukturwandel der Öffentlichkeit verstärkt wird, der sich u.a. als weitere Ausdifferenzierung von Teilöffentlichkeiten beschreiben lässt.⁷⁰ Mit den technischen Merkmalen von Weblogs, vor allem der vereinfachten Weise, Texte bzw. multimediale Inhalte zu publizieren und damit der Möglichkeit, „die eigene Stimme im World Wide Web einzubringen“⁷¹, wird die Hoffnung genährt, dass auch bislang marginalisierten Personen und Gruppen erweiterte Informationsmöglichkeiten und ein neues Forum für Austausch geboten wird, wodurch unabhängige, alternative Öffentlichkeiten geschaffen werden können.⁷² Der japanische Internetunternehmer Joi Ito betrachtet Weblogs aufgrund ihrer interaktiven und dialogfördernden Potentiale als einen wichtigen Baustein einer neuen „emergent democracy“⁷³. Weblogs gelten als neue Form des „Graswurzeljournalismus“, werden mit den Pamphletisten des 18. Jahrhunderts verglichen⁷⁴ und aufgrund einzelner Aufdeckungsleistungen sogar als „Fünfte Gewalt“⁷⁵ bezeichnet. Vielfach werden die diskursiven Kommunikationsmuster der Blog-Kommunikation betont, die sich durch die Nutzung des Weblog-Genres als Forum für die Erörterung öffentlicher, entscheidungsrelevanter Angelegenheiten im

⁶⁵ Vgl. FRAAS, C./BARCZOK, A. (2006): Intermedialität – Transmedialität. Weblogs im öffentlichen Diskurs. In: Androutsopoulos, J./Runkehl, J./Schlobinski, P./Siever, T. [Hrsg.] (2006), S. 8

⁶⁶ Vgl. BLOOD, R. (2003): Weblogs and Journalism: Do they connect? In: Nieman Reports, 57/2007, S. 62

⁶⁷ Vgl. EIGNER, C./LEITNER, H./NAUSNER, P./SCHNEIDER, U. (2003): Online-Communities, Weblogs und die soziale Rückeroberung des Netzes.

⁶⁸ vgl. MÖLLER, E. (2005), S. 2

⁶⁹ FRAAS, C./BARCZOK, A. (2006), In: Androutsopoulos, J./Runkehl, J./Schlobinski, P./Siever, T. [Hrsg.] (2006), S. 8f.

⁷⁰ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 128; BUCHER, H.J./BÜFFEL, S. (2005): Vom Gatekeeper Journalismus zum Netzwerk-Journalismus. Weblogs als Beispiel journalistischen Wandels unter den Bedingungen globaler Medienkommunikation. In: Behmer, M./Blöbaum, B./Scholl, A./Stöber, R. [Hrsg.] (2005): Journalismus und Wandel. Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien. S. 90

⁷¹ SCHMIDT, J. (2006a), S. 128

⁷² Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 128

⁷³ Vgl. ITO, J. (2004): Weblogs und Demokratieentwicklung.

⁷⁴ Vgl. HEIDEGGER, G. (2003): „Bloggen“ im 18. Jahrhundert. In: Telepolis. 15.09.2003

⁷⁵ Vgl. SEEBER, T. (2008): Weblogs – die 5. Gewalt? Eine empirische Untersuchung zum emanzipatorischen Mediengebrauch von Weblogs, S. 102; o.V. (2004): Die fünfte Gewalt. In: Süddeutsche.de, vom 15.07.2004

Sinne deliberativer Demokratie ergeben.⁷⁶ Durch die einfache Handhabung der kostenlosen Weblog-Software werden „Potentiale für eine breitere Beteiligung der Peripherie am öffentlichen Diskurs freigesetzt“⁷⁷, da heute jeder Internet-Nutzer dazu in der Lage ist, „einer zumindest theoretisch unbegrenzten Öffentlichkeit seine Gedanken, Ideen, Empfindungen, Beobachtungen etc. mitzuteilen“⁷⁸ und damit eigene Inhalte und Perspektiven in die öffentliche Debatte einzuspeisen, ohne an die massenmedialen Strukturen gebunden zu sein. Neben der potentiellen Größe der Leserschaft wird in der Kommentarfunktion ein weiteres gewichtiges Argument gesehen, mit dem die prinzipielle Rückkanalfähigkeit des Publikationstools angesprochen und dessen zusätzliche kommunikative Dimension betont wird. Denn im Unterschied zu den traditionellen Offline-Medien sind Blogs so angelegt, dass über die Kommentarfunktion eine unmittelbare Kontaktaufnahme von Rezipient und Produzent erfolgen⁷⁹ bzw. ein fließender Austausch von Argumenten und Gegenargumenten stattfinden kann, womit diskursive und deliberative Kommunikationsmuster realisiert werden können⁸⁰. Die klassische, die Massenkommunikation weitgehend prägende Trennung zwischen den Verbreitern und Empfängern von Informationen wird hiermit aufgehoben, womit der passive Nutzer zum aktiven Teilnehmer werden kann.⁸¹

Aufgrund dieser wesentlichen Charakteristika und Potentiale der Blog-Kommunikation werden in Zusammenhang mit dem Weblog-Format basisdemokratische Hoffnungen und Demokratisierungsversprechen neu formuliert.⁸² Es wird die Frage diskutiert, ob sich dieses relativ neue Kommunikationsformat als Metapher einer neuen Form der Demokratie eignet oder es die Voraussetzungen dafür schafft, dass der öffentliche Diskurs allgemein zugänglicher und „herrschaftsfreier“ wird.⁸³ Für Seeber haben Weblogs einen „massenhaften emanzipatorischen Mediengebrauch“ – ganz im Sinne Brechts – in Gang gesetzt. Sie dienen der „produktiven Vernetzung zivilgesellschaftlicher Gruppen“, unterstützen die interpersonale Meinungsbildung und „bieten einen Resonanzraum, in welchem Themen entstehen, verbreitet und Eingang in den Nachrichtenraum klassischer Medienangebote finden“, wodurch die „diskursive Vitalität innerhalb einer

⁷⁶ Vgl. LEGGEWIE, C. (2007): Rampensäue, bitte zurücktreten! Vom Blogger-Narzissmus zum Paradigma Kollaboration. In: DIEMAND/WEIBEL/MANGOLD [Hrsg.] (2007), S. 49

⁷⁷ DIEMAND, V./MANGOLD, M./WEIBEL, P. (2007) In: Diemand/Mangold/Weibel [Hrsg.] (2007), S. 6f.

⁷⁸ VOSSKAMP, P. (2007): Blogs – Manifestation oder Revolution? Weshalb Blogs (noch) dazu beitragen, bestehende Kompetenzklüfte zu vergrößern. In: OBST, Heft 72, S. 69

⁷⁹ Vgl. VOSSKAMP (2007) In: OBST, Heft 72, S. 69

⁸⁰ Vgl. DIEMAND, V./MANGOLD, M./WEIBEL, P. (2007) In: Diemand/Mangold/Weibel [Hrsg.] (2007), S. 6

⁸¹ Vgl. ALPHONSO, D. (2004) Warum diese Blogger? Warum nicht die anderen? In: Alphonso, D./Pahl, K. [Hrsg.] (2004), S. 24

⁸² Vgl. SCHLOBINSKI, P./SIEVER, T. (2005): Editorial zum Projekt „Sprachliche und textuelle Aspekte in Weblogs“, In: Ders.: [Hrsg.], S. 16

⁸³ Vgl. PLAKE, K./JANSEN, D./SCHUHMACHER, B. (2001): Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit im Internet. Politische Potentiale der Medienentwicklung, S. 10 oder auch Vgl. WIJNIA, E. (2004): Understanding Weblogs: a communicative perspective. In: Burg, T. [Hrsg.] (2004), S. 38-92

Demokratie⁸⁴ befruchtet wird. Als eine Art Korrektiv zur Arbeit traditioneller Massenmedien können Weblogs in demokratisch verfassten Gesellschaften daher eine nicht zu unterschätzende Kontrollfunktion einnehmen und ergänzend auf bestehende Öffentlichkeitsstrukturen wirken⁸⁵, während ihnen innerhalb autoritärer Regime mit restriktiven Mediensystemen die Funktion von kritischen Gegenöffentlichkeiten zugesprochen wird.⁸⁶

Erneut wird die Frage gestellt, wie sich die mit diesen Anwendungen entstandenen neuartigen diskursiven und partizipativen Kommunikationsmuster, durch die vor allem Potentiale für eine breitere Beteiligung der Peripherie an öffentlichen Diskursen freigesetzt werden, auf vorhandene Öffentlichkeitsstrukturen auswirken.⁸⁷ Es werden Erwartungen aufgebaut, welche die teilweise alten partizipativen und basisdemokratischen Heilsversprechen ebenso nähren wie die bekannten Relativierungen, es handle sich um einen nicht ernst zu nehmenden Internet-Hype, dessen wahres Gesicht sich schon noch offenbaren würde. Diemand/Weibel/Mangold verorten im gegenwärtigen Diskurs über die Möglichkeiten und Grenzen von so genannter „Social Software“ im Allgemeinen und Weblogs im Speziellen daher eine gewisse „*Re-Mythisierung des Netzes*“⁸⁸.

Während die zum Teil weitaus idealistischen Zuschreibungen in Bezug auf Weblogs und die im Rahmen der Weblog-Szene stattfindende Kommunikation durchaus an den inzwischen durch die weitgehend berechtigte Kritik an den demokratischen Netz-Utopien entzauberten „Mythos Internet“⁸⁹ erinnern, der die 1990er Jahre begleitete, sind es gegenwärtig auch ganz ähnliche Gegenargumente, die den „Weblog-Utopisten“ die Grenzen ihrer euphorischen Einschätzungen und Hoffnungen in Hinblick auf die demokratischen Potentiale der Blog-Kommunikation aufzeigen. Diese Argumente sollen im Sinne eines realistischen Blicks auf das Phänomen der Blog-Kommunikation mit Bezug auf die bestehenden empirischen Untersuchungen umfassend diskutiert werden.

⁸⁴ Vgl. SEEBER, T. (2008), S. 101f.

⁸⁵ Im IT-Bereich fungieren Weblogs als Medium zur niederschweligen Publikation von Einschätzungen, Ankündigungen und Ergebnissen professioneller Experten, die für fachlich Interessierte oder Fachjournalisten eine wichtige Quelle für spezifische Informationen, die noch nicht über andere Kanäle publiziert wurden, darstellen können. Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 130; siehe auch BAR-ILAN, J. (2005): Information hub blogs. In: Journalism of Information Science, Jg. 31, Nr. 4, S. 297-307. Eine besondere Rolle nehmen Weblogs vor allem auch in Kriegs- und Krisenzeiten ein. Beispiele wie der Irak-Krieg, der Tsunami, Hurrikan „Kathrina“ oder die Bombenanschläge von London zeigen, dass hier Blogger als „Mikropublizisten“ agierten, die aus erster Hand berichteten und ihre Leser über aktuelle Ereignisse, persönliche Eindrücke und die eigene Sicherheitslage informierten. Da die Massenmedien nicht selten diese Schilderungen aufgriffen und in ihre Berichterstattung inkludierten, wurden Blogger zu „Mikrokorrespondenten“ in Krisensituationen. Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 130f. Nicht zuletzt können Weblogs auch im Bereich der Lokalberichterstattung (Stichwort: „Bürgerjournalismus“, „citizen media“ bzw. „Graswurzeljournalismus“) eine ergänzende Funktion zur etablierten massenmedial hergestellten Öffentlichkeit einnehmen. Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 131

⁸⁶ Vgl. SCHMIDT (2006a), S. 130; SEEBER (2008), S. 102

⁸⁷ Vgl. DIEMAND, V./MANGOLD, M./WEIBEL, P. (2007), In: Diemand/Mangold/Weibel [Hrsg.] (2007), S. 6

⁸⁸ Vgl. DIEMAND, V./MANGOLD, M./WEIBEL, P. (2007), In: Diemand/Mangold/Weibel [Hrsg.] (2007), S. 4ff.

⁸⁹ Vgl. MÜNKLER, S./ROESSLER, A. (1997)

2.3. Allgemeine Begriffsdefinitionen

2.3.1. Begriff der Öffentlichkeit

Der Öffentlichkeitsbegriff birgt eine Vielzahl an Bedeutungen und wird in der sozialwissenschaftlichen Literatur uneinheitlich gebraucht – ein Tatbestand, der die wissenschaftliche Verwendung des Begriffs nicht gerade vereinfacht. Vor allem im deutschen Sprachraum ist die Bedeutung der Kategorien „öffentlich“ und „Öffentlichkeit“ durchaus wechselhaft. Dies wird vielfach damit begründet, dass beide Ausdrücke im deutschsprachigen Raum keine eigentliche Tradition haben, sondern als Übersetzung aus dem romanischen und angelsächsischen Raum stammen, wo die Begriffe „publicité“ bzw. „publicity“ bereits seit längerem Verbreitung fanden.⁹⁰ Im deutschen Sprachraum ist das Substantiv Öffentlichkeit eine Neubildung der politischen Terminologie des späten 18. Jahrhunderts und bezeichnet seither „eine für den west- und mitteleuropäischen Sprachraum spezifische Kategorie des politisch-sozialen Lebens“⁹¹. Es wurde aus dem älteren Adjektiv „öffentlich“ gebildet⁹², welches bereits lange Zeit vorher gebräuchlich war. Die Kategorien „öffentlich“ und „privat“ sind Kategorien, deren Ursprung bis in die griechische Antike zurückreicht.⁹³ So waren im griechischen Stadtstaat, die Sphäre der Polis, welche den gemeinsamen Bereich der freien Bürger bezeichnete und die Sphäre des Oikos⁹⁴, welche jedem einzelnen zu Eigen war, strikt voneinander getrennt. Das öffentliche Leben, das bios politikos, spielte sich auf der agora, dem Marktplatz ab. Allerdings war dieses nicht prinzipiell räumlich gebunden, sondern „Öffentlichkeit konstituierte sich im Gespräch (lexis) [...], ebenso wie im gemeinsamen Tun (praxis) [...]“⁹⁵. Während im Laufe des 17. Jahrhunderts mit der Etablierung des modernen Staatsrechts „öffentlich“ die Bedeutung von „staatlich“ annahm und im Gegensatz zum „Privaten“ und „Geheimen“ stand, veränderte sich das Begriffsverständnis in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts ein weiteres Mal dahingehend, dass „öffentlich [...]“ seitdem nicht nur den Geltungsbereich staatlicher Autorität, sondern zugleich den geistigen und sozialen Raum, in dem diese sich legitimieren und kritisieren lassen muss⁹⁶ beschreibt. Damit verlor das Geheime im Politischen seine Legitimität, und der Öffentlichkeitsbegriff wurde zu einem entscheidenden Kriterium der politischen Vernunft,⁹⁷

⁹⁰ Vgl. HABERMAS, J. (1990a): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchung zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. S. 55f.; HÖLSCHER, L. (1978): Öffentlichkeit, In: Brunner, O. [Hrsg.] (1978): Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland. Bd. 4, S. 446

⁹¹ HÖLSCHER, L. (1978), s. 447

⁹² Vgl. HABERMAS, J. (1990a), S. 55; HÖLSCHER, L. (1978): In: Brunner, O [Hrsg.] (1978), S. 413-467

⁹³ Vgl. HABERMAS, J. (1990a), S. 56

⁹⁴ Im antiken Griechenland bezeichnete *oikos* die Hausgemeinschaft. Sie bildete den Mittelpunkt des Lebens.

⁹⁵ HABERMAS, J. (1990a), S. 56

⁹⁶ HÖLSCHER, L. (1978), In: Brunner, O [Hrsg.] (1978), S. 438

⁹⁷ Vgl. HÖLSCHER, L. (1978), In: Brunner, O [Hrsg.] (1978), S. 413

denn „was allen unmittelbar klar ist, ist selbstevident wahr und richtig“⁹⁸. Zugleich zählte der Begriff – bedingt durch die kantische Überzeugung, dass die Vernunft des Volkes allein imstande ist, das Richtige zu erkennen⁹⁹ und die Aufklärungsphilosophie insgesamt, welche den Menschen in anthropologischer Hinsicht als „kommunikatives Wesen“ definiert¹⁰⁰ – zu den zentralen revolutionären Begriffen des späten 18. und frühen 19. Jahrhunderts: „Denn Öffentlichkeit ist das soziale Medium, in dem sich die politische Autorität nicht nur legitimieren, sondern auch – und dies ist ein spezifischer Zug der modernen Welt seit dem 18. Jahrhundert – allererst bilden soll“¹⁰¹. Der aufklärerische Vernunftanspruch führte somit dazu, dass politische Akteure sich selbst und ihre Entscheidungen gegenüber der Öffentlichkeit zu rechtfertigen haben.¹⁰² Zudem war es vor allem die gesellschaftliche Ausdifferenzierung, welche von einem neuen Orientierungs- und Legitimationsdiskurs über Gesellschaft und Staat begleitet wurde, die dazu führte dass eine Diskussion über das „Öffentliche“ am Ende des 18. Jahrhundert einsetzte und nach entsprechenden Strukturen gefragt wurde, die gesellschaftlichen Zusammenhalt ermöglichen. „Die Öffentlichkeitstheorien beschreiben daher ein Bindeglied von Individuum und Kollektiv, dessen Funktion unter anderem darin besteht, das Verhältnis von Individuum und Masse mit einem Sinngehalt zu füllen und eine handlungsfähige Beziehung herzustellen“.¹⁰³

Öffentlichkeit erscheint als „ein offenes Kommunikationsforum für alle, die etwas sagen wollen oder das, was andere sagen, hören wollen“¹⁰⁴. Der Öffentlichkeitsbegriff umschreibt damit in erster Linie zunächst einmal die objektive Eigenschaft allgemeiner Zugänglichkeit.¹⁰⁵ Schon Kant verstand jedoch unter dem Begriff der Publizität nicht nur Öffentlichkeit im Sinne einer spezifischen Eigenschaft von Handlungen, sondern verband damit auch die Vorstellung eines Raumes, in dem die öffentlichen Handlungen oder Wahrnehmungen reflektiert werden.¹⁰⁶ Damit wird mit dem Begriff zugleich eine weitere Bedeutung mit einer zusätzlichen politischen Qualität verbunden: „Öffentlichkeit entsteht dort, wo ein Sprecher vor einem Publikum kommuniziert, dessen Grenzen er nicht bestimmen kann“. Konstitutiv ist also mit den Worten Habermas', die „prinzipielle Unabgeschlossenheit des Publikums“¹⁰⁷. In diesem Bedeutungsgehalt stellt sich Öffent-

⁹⁸ HEININGER/M./ STEININGER, C. (2007): Zum Begriff der Öffentlichkeit. Eine sprachphilosophische Näherung. In: Medien Journals Jg. 31, Nr. 1/2007, S. 17

⁹⁹ Vgl. HÖLSCHER, L. (1978), In: Brunner, O [Hrsg.] (1978), S. 437

¹⁰⁰ Vgl. BÖDEKER, H.E. (1987a): Über den Prozess der Aufklärung in Deutschland im 18. Jahrhundert. S. 90 nach Liesegang, T. (2004): Öffentlichkeit und öffentliche Meinung. Theorien von Kant bis Marx (1780-1850), S. 14

¹⁰¹ HÖLSCHER, L. (1997) In: Brunner, O [Hrsg.] (1978), S. 7

¹⁰² Vgl. HÖLSCHER, L. (1978) In: Brunner, O [Hrsg.] (1978) S. 445

¹⁰³ LIESEGANG, T. (2004), S. 15

¹⁰⁴ NEIDHARDT, F. (1994): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung und soziale Bewegungen. In: KfSS, Sonderheft 34/1994, S. 7

¹⁰⁵ Vgl. HABERMAS, J. (1990a), S. 54

¹⁰⁶ SCHEYLI, M. (2000): Politische Öffentlichkeit und deliberative Demokratie nach Habermas, S. 70

¹⁰⁷ HABERMAS, J. (1990a), S. 98; Vgl. auch NEIDHARDT (1994) In: KfSS, Sonderheft 34/1994, S. 10

lichkeit gemäß Habermas als eine kommunikative Struktur dar, die sich „weder auf die Funktionen noch auf die Inhalte der alltäglichen Kommunikation bezieht, sondern auf den im kommunikativen Handeln erzeugten sozialen Raum“¹⁰⁸. In dieser Sphäre kommunikativen Handelns sind sowohl bestimmte Öffentlichkeitsakteure (Sprecher, welche öffentliche Äußerungen abgeben), als auch ein mehr oder weniger großes Publikum beteiligt, welche in einer untrennbaren Beziehung zueinander stehen. Bezeichnend für die Art und Weise der Kommunikation im Rahmen der politisch fungierenden Öffentlichkeit ist zudem, dass die Akteure „aus ihren privaten Lebenskreisen heraustreten, um sich über Angelegenheiten von allgemeinem Interesse zu verständigen“¹⁰⁹. Im sozialen Raum der politischen Öffentlichkeit geht es also prinzipiell um Geschehnisse oder Fragestellungen, die für alle Angehörigen einer Gemeinschaft von Bedeutung sind und daher eine unbestimmte Menge von Personen interessiert bzw. interessieren sollte. Das Öffentliche bezeichnet somit das Allgemeine, das, was jeden etwas angeht.¹¹⁰ Traditionell wird in Bezug auf den Gegenstand öffentlicher Diskurse in der Regel an politische Frage- und Problemstellungen gedacht, wobei sich hier allerdings die Frage stellt, was in diesem Sinne als „politisch“ zu bezeichnen ist. Prinzipiell sei laut Peters die Bandbreite dessen, was in einer „politischen“ Debatte thematisiert werden kann, sehr weit zu fassen. Es geht nicht nur um kollektive Probleme, die einer politischen Regelung schon unterliegen oder einer solchen erst zugeführt werden sollen, sondern in gleichem Maße können auch Auseinandersetzungen über allgemeine, gemeinschaftliche Orientierungen sowie über normative Prinzipien und Werte, welche sowohl die öffentlichen wie auch die privaten Lebensbereiche betreffen, Gegenstand öffentlicher Kommunikation sein.¹¹¹ In diesem Sinne werden im Rahmen öffentlicher Diskurse im Wesentlichen „praktische Fragen des kollektiven Zusammenlebens“¹¹² behandelt.

2.3.2. Der Interaktivitätsbegriff

Interaktivität gilt seit dem Aufkommen der ersten computervermittelten Medien Ende der 1980er Jahre als das zentrale Schlüsselwort der neuen Kommunikations- und Informationstechnologien, mit dem vor allem weit reichende Visionen in Hinblick auf die Überwindung der rückkoppelungsarmen, einseitigen „Massenkommunikation“ verbunden werden. Mit der Verwendung der Eigenschaftsbezeichnung „interaktiv“ wird seither vielfach versucht, die Andersartigkeit der computervermittelten Kommunikation zu erfassen. Mit dem Schlagwort „Interaktive Medien“, worunter heute vor allem diverse In-

¹⁰⁸ HABERMAS, J. (1992): Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaates, S. 436; siehe dazu auch PETERS, B (1994): Der Sinn von Öffentlichkeit. In: KfSS, Sonderheft 43/1994, S. 45

¹⁰⁹ PETERS, B. (1994) In: KfSS, Sonderheft 43/1994, S. 45

¹¹⁰ Vgl. PLAKE, K./JANSEN, D./SCHUHMACHER, B. (2001), S. 18

¹¹¹ Vgl. PETERS, B. (1994), S. 45; siehe auch HABERMAS (1992), S. 187-207

¹¹² PETERS, B. (1994), S. 46

ternetdienste sowie multimediale Systeme auf der Basis von PC-Software zu verstehen sind, wurde immer schon die Hoffnung verbunden, dass nun ein (inter-)aktiver Rezipient entstehe, der ohne Medienbruch und Zeitverzug direkt auf Kommunikatoren und Inhalte Einfluss nehmen oder sogar selbst zum Kommunikator werden kann. Die Ende der 1980er einsetzende Beschäftigung mit dem Interaktivitätsbegriff in der Kommunikationswissenschaft führte zwar zu einer Vielzahl an Klärungs- und Präzisionsversuchen, aber erst neuere Analysen unternahmen den Versuch einer umfassenden kommunikationswissenschaftlichen Begriffsklärung.¹¹³ Gerade in Hinblick auf die rasante Entwicklung neuer „interaktiver“ Online-Anwendungen (v.a. „Social-Software“, „Web 2.0“, Vgl. Kapitel 4), die auf dem Prinzip der interaktiven Teilnahme ihrer Nutzer aufbauen, auf dessen Basis sich neue Interaktivitätsermöglichende Medienformate im Internet etablieren, ist eine Schärfung des Interaktivitätsbegriffs nicht nur sinnvoll, sondern unbedingt notwendig, um theoretische Fehlschlüsse bei der Verwendung des Begriffs zu vermeiden. Es geht hierbei aber vor allem auch darum, zu zeigen, dass Weblogs im kommunikationstheoretischen Sinn als Interaktionsermöglichendes Medien-Format zu begreifen sind.

Um den Interaktivitätsbegriff im Kontext kommunikationswissenschaftlicher Betrachtungsweisen zu erfassen, ist eine kurze Betrachtung der Ursprünge des Begriffs und des damit verbundenen Bedeutungsgehaltes unerlässlich: Die Wurzeln des Interaktivitätsbegriffs gehen ursprünglich auf die soziologische Handlungstheorie zurück. „Interaktion“ wird hier als „die Beziehung zwischen zwei und mehreren Personen, die sich in ihrem Verhalten aneinander orientieren und sich gegenseitig wahrnehmen können“¹¹⁴, verstanden. Sie beschreibt eine Form der sozialen Handlung, wobei der Handelnde (Ego) mit seiner sozialen Handlung bei einem anderen (Alter) ebenfalls eine soziale Handlung bewirkt.¹¹⁵ Menschliche Kommunikation und Interaktion stehen handlungstheoretisch in enger Beziehung zueinander. Als Form des sozialen Handelns sind beide durch den wechselseitigen Bezug zwischen Alter und Ego bestimmt. Damit Kommunikation überhaupt möglich ist, müssen mindestens zwei Menschen zueinander in Beziehung treten – miteinander interagieren. Für die Kommunikationswissenschaft scheint es daher sinnvoll, Interaktion in diesem Zusammenhang als den allgemeineren Begriff aufzufassen und Kommunikation als eine spezifische Form der Interaktion zu beschreiben. Prototypisch für die wechselseitige Handlungsorientierung ist in der Soziologie die physische Präsenz der Interaktionspartner, womit im Idealfall, die (verbale,

¹¹³ Eine aktuelle Bestandsaufnahme und Analyse des Interaktivitätsbegriffs in der Kommunikations- und Medienwissenschaft bieten: QUIRING, O./SCHWEIGER, W. (2006): Interaktivität. In: M&K 54. Jg. 1/2006, S. 5-24 oder NEUBERGER, C. (2007a): Interaktivität, Interaktion, Internet. In: Publizistik, Heft 1, 3/2007, 52. Jg. S. 33-50.

¹¹⁴ JÄCKEL, M. (1995): Interaktion. Soziologische Anmerkungen zu einem Begriff. In: Rundfunk und Fernsehen, 43. Jg. S. 463.

¹¹⁵ Vgl. BECK, K. (2006), S. 41

paraverbale oder nonverbale) Face-to-face-Kommunikation gemeint ist.¹¹⁶ Der soziologische Interaktionsbegriff wurde in weiterer Folge von der Informatik übernommen und auf Prozesse zwischen Menschen und Maschinen (Computern) übertragen.¹¹⁷ Das Forschungsgebiet der „Human-Computer-Interaction“ (HCI) beschäftigt sich seit Ende der 1980er Jahre verstärkt mit der menschlichen Nutzung von Computersystemen. Dabei geht es im Wesentlichen darum, den menschlichen Umgang mit Computern zu optimieren, d.h. um die Nutzerfreundlichkeit („Usability“) von Hard- und Software, mit dem Ziel, die Mensch-Maschinen-Interaktion zu verbessern bzw. gezielte Anwendungen zu erleichtern.¹¹⁸ Im Verständnis der Informatik bezeichnet „Interaktivität“ daher „das Verhältnis von Mensch und Maschine, nicht aber die Kommunikation zwischen zwei Menschen mittels einer Maschine“¹¹⁹. Die direkte Kommunikation zwischen Menschen ist aus der Sicht der Informatik nicht von Interesse.

Sowohl das Interaktionskonzept der Soziologie wie auch jenes der Informatik sind relevante Perspektiven, wenn es um die Konstituierung des Interaktivitätsbegriffs in der Kommunikationswissenschaft geht. Beide Sichtweisen werden hier zusammengeführt und in Hinblick auf das kommunikationswissenschaftliche Formalobjekt, nämlich der Mensch-Medien-Kommunikation, weiterentwickelt. Während „Interaktion“ in einem soziologischen Verständnis immer Kommunikation zwischen den Menschen beschreibt und sich der Interaktionsbegriff in der Informatik auf die Kommunikation zwischen Mensch und Maschine bezieht, liegt die Schnittmenge zwischen beiden Disziplinen in der computervermittelten Kommunikation zwischen Menschen.¹²⁰

Für die lange Zeit vorrangig auf das Feld der Massenkommunikation fokussierte Kommunikationswissenschaft war im Unterschied zum soziologischen Verständnis „das Nicht-Bestehen einer physischen Anwesenheit der Interaktionspartner am gleichen Ort für die Vorstellung von Interaktion konstituierend gewesen“¹²¹. Begreift man im Unterschied zum soziologischen Begriffsverständnis „Kommunikation als Teilmenge von Interaktion“¹²², können in einer kommunikationswissenschaftlichen Perspektive auch im Rahmen indirekter Kommunikation, d.h. über die Vermittlung technischer Hilfsmittel, In-

¹¹⁶ Vgl. QUIRING, O./ SCHWEIGER, W. (2006) In: MuK, Jg. 54, 1/2006, S. 6

¹¹⁷ Vgl. GOERTZ, L. (1995): Wie interaktiv sind Medien? Auf dem Weg zu einer Definition von Interaktivität. In: Rundfunk und Fernsehen, Jg. 43, 4/1995, S. 478

¹¹⁸ Vgl. QUIRING, O./ SCHWEIGER, W. (2006), In: MuK, Jg. 54, 1/2006, S.6

¹¹⁹ Vgl. GOERTZ, L. (1995), In: Rundfunk und Fernsehen, Jg. 43, 4/1995, S. 478

¹²⁰ QUIRING, O./ SCHWEIGER, W. (2006) In: Rundfunk und Fernsehen, Jg. 43, 4/1995, S.7

¹²¹ Vgl. JÄCKEL, M. (1995): In: Rundfunk und Fernsehen, Jg. 43, 4/1995, S. 467

¹²² Neuberger untersucht im Rahmen seiner Analyse die verschiedenen Varianten des Verhältnisses zwischen Interaktion und Kommunikation in der Kommunikationswissenschaft. Da sich in der Kommunikationswissenschaft „für (fast) jede denkbare Beziehung ein Beleg finden [lässt]“ (NEUBERGER, C., 2007a, S. 36), beschreibt und analysiert er insgesamt sieben nachgewiesene Verwendungsweisen der Wörter „Interaktion“ und „Interaktivität“. Diese lassen sich unter der Kategorie „Interaktion als Teilmenge von Kommunikation“, „Kommunikation als Teilmenge von Interaktion“, „Schnittmenge zwischen Interaktion und Kommunikation“ und „Interaktion als Phase im Rezeptionsprozess“ strukturieren. Vgl. NEUBERGER (2007a), In: Publizistik, Jg. 52, Heft 1/2007, S. 36f.

teraktionen stattfinden, auch wenn diese zweifellos von einer „Kanalreduktion“¹²³ geprägt sind. Im Bereich der traditionellen Massenkommunikation lassen sich trotz weitgehender Einseitigkeit und starrer, hierarchischer Rollenzuschreibung Beispiele¹²⁴ für vorhandene Rückkoppelungskanäle und damit für die interaktive Wechselseitigkeit zwischen Kommunikatoren und Rezipienten finden.¹²⁵ Im bis heute gängigsten Modell von Massenkommunikation bzw. öffentlicher Kommunikation von Maletzke¹²⁶ ist das Feedback zwischen Rezipienten und Kommunikator in Form von „spontanen Antworten des Rezipienten“ (z.B. per Brief, Telefon oder Fax) systematisch miteinbezogen. Zudem kann auch die indirekte Rückkoppelung über den Markt in Form von persönlichen Kauf- und Nutzungsentscheidungen als Feedback verstanden werden und wird vor allem aus medienökonomischen Gründen von den Medienorganisationen als solches sensibel zur Kenntnis genommen.¹²⁷ Beck macht allerdings darauf aufmerksam, dass die Präferenzen und Bewertungen des Publikums „vergleichsweise unspezifisch [sind], denn sie beziehen sich auf die Makro- und Mesoebene der Kommunikate, also etwa Zeitungs- und Zeitschriftenausgaben, Rundfunk-Programme, Programmformate oder einzelne Sendungen, und nicht auf einzelne Aussagen, zu denen ein inhaltliches Feedback erfolgen oder sich ein Diskurs entfalten würde“¹²⁸. Auch wenn die Feedbackmöglichkeiten im Rahmen öffentlicher Kommunikation sowohl medial wie auch zeitlich eingeschränkt sind, ist im Sinne Maletzkes, Massenkommunikation nicht als rückkoppelungsfreie Kommunikation zu verstehen. Sie ist dennoch meist mit einem Medienbruch verbunden, da das Feedback des Rezipienten über andere Medien verläuft, als die Verbreitung der Aussage durch die Kommunikatoren.¹²⁹ Allerdings stößt man häufig auf den Einwand, dass das mittels Feldschema beschriebene „disperse Publikum“ öffentlicher Kommunikation allenfalls schmalbandige „Feedback-Beziehungen“ mit dem Kommunikator eingehen kann und der interaktive Charakter massenmedialer Kommunikation im Grunde nur äußerst gering sei.

¹²³ Nach Klaus Merten besitzt direkte Kommunikation den Vorteil der Mehrkanaligkeit, indem sie eine „simultane Kommentierung und Regulierung der verbalen Kommunikation durch nonverbale Begleitung [erlaubt]“ Nach NEUBERGER (2007), S. 37; MERTEN, K. (1977): Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozessanalyse. S. 65 nach Neuberger (2007), S. 37 In der Systemtheorie wird daher strikt zwischen interaktiver Kommunikation unter Anwesenden und interaktionsfreier Massenkommunikation unterschieden. In dieser Perspektive wird der indirekten Kommunikation eine grundsätzliche Unterlegenheit gegenüber direkter Kommunikation unterstellt, die von zahlreichen anderen Autoren allerdings abgelehnt wird. vgl. HÖFLICH, J.R. (1995): Vom dispersen Publikum zu „elektronischen Gemeinschaften“. In: Rundfunk und Fernsehen, Jg. 43 4/1995, S. 66ff.; MISOCH, S. (2006): Online-Kommunikation, S. 63ff.; NEUBERGER, C. (2007), S. 38. Indirekte, d.h. medial vermittelte Kommunikation bedeutet zwar eine zeitliche und/oder räumliche „Entkontextualisierung und Einschränkung der (vor allem nonverbalen) Ausdrucksmöglichkeiten“, also eine „Kanalreduktion“ (vgl. (NEUBERGER, 2007, S. 38; MISOCH, 2006, S. 63ff.), aber das impliziert nicht, dass sie prinzipiell „restringiert noch interaktionsschwach oder von zurückbleibenden und tendenziell störenden ‚Spuren‘ begleitet [ist]“ SCHULTZ, T. (2001): Mediatisierte Verständigung. In: Zeitschrift für Soziologie, Jg. 30, S. 86 zit. nach Neuberger 2007, S. 38.

¹²⁴ So zum Beispiel „Interaktives Fernsehen“, Leser- und Zuschauerbriefe an Presse- bzw. TV-Verantwortliche, intervenierende Anrufe bei Radiosendern, etc.

¹²⁵ Vgl. QUIRING, O./SCHWEIGER, W. (2006), In: Muk, Jg. 54, 1/2006, S.7f.

¹²⁶ Vgl. MALETZKE, G. (1963): Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik. S. 41

¹²⁷ Vgl. BECK, K. (2006), S. 45

¹²⁸ BECK, K. (2006), S. 45

¹²⁹ Vgl. BECK, K. (2006), S. 45

So sind sich, auch wenn die traditionellen Massenmedien Interaktionen im weitesten Sinn ermöglichen, zahlreiche Autoren einig, dass das Konzept der „*Interaktivität*“ auf die computervermittelte Kommunikation zu beschränken sei.

Um Interaktivität vom Begriff der „sozialen Interaktion“ abzugrenzen, bei der die personale Anwesenheit ein wesentliches Kriterium ist, ermöglichen nach Quiring/Schweiger¹³⁰ drei Abgrenzungsmerkmale eine Differenzierung zwischen dem soziologischen Verständnis von „Interaktion“ und dem Begriff der „Interaktivität“ wie er in der Kommunikationswissenschaft Anwendung findet. Demnach kann von Interaktivität gesprochen werden, wenn:

- a. es sich um reale und beobachtbare Interaktionen zwischen Menschen und Menschen oder zwischen Menschen und Maschinen, also um menschliches Verhalten handelt.¹³¹
- b. eine technische Komponente im Kommunikationsprozess eine Schlüsselrolle einnimmt.
- c. für die Interaktionen kein Gerätewechsel notwendig ist.

Da sich der Interaktivitätsbegriff aufgrund seiner soziologischen Fundierung, trotz technischer Komponente immer als gegenseitig aufeinander bezogenes soziales bzw. kommunikatives Handeln definiert¹³², sind Medien (auch computerbasierte), die verschiedene Kommunikationspartner miteinander verbinden, nicht als solche interaktiv. Die pauschale und populäre Verwendung der Bezeichnung „interaktive Medien“ vor allem auch in Zusammenhang mit den Diensten des Internets ist äußerst irreführend und bei genauerer Betrachtung theoretisch nicht haltbar. Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht erscheint es sinnvoller, Interaktivität als die Qualität bzw. das Potential von technischen Medien zu erfassen¹³³, welche(s) interaktive Kommunikation, also den Prozess der Interaktion, begünstigt. Um eine dichotome Verwendung des Begriffs zu vermeiden, ist es begriffstheoretisch wesentlich zielführender, den Terminus „interaktive Medien“ durch „*interaktionsermöglichende Medien*“¹³⁴ zu ersetzen. Mit dieser weitaus treffenderen Bezeichnung werden die Interaktivitätspotentiale für eine technisch vermittelte mediale Kommunikation hervorgehoben, allerdings nicht die tatsächliche Nutzung

¹³⁰ Vgl. QUIRING, O./ SCHWEIGER, W. (2006) In: Muk, Jg. 54, 1/2006, S.8f.

¹³¹ Die Autoren nehmen hier ausdrücklich intrapersonelle Prozesse, wie z.B.: im Rahmen der parasozialen Interaktion aus, da diese ihrer Meinung nach nicht ausreichen, um Interaktivität zu konstituieren. QUIRING, O./SCHWEIGER, W. (2006) In: Muk, Jg. 54, 1/2006, S.9

¹³² Vgl. HÖFLICH (1995), In: Rundfunk und Fernsehen. 43. Jg. 1995/4, S. 519

¹³³ Vgl. BECK, K. (2006), S. 50; NEUBERGER, C. (2007), S. 43f.; GOERTZ, L. (1995), S. 478

¹³⁴ HÖFLICH, J.R. (1995), In: Rundfunk und Fernsehen, Jg. 43, 4/1995, S. 519. Die Autoren Jäckel und Beck sprechen auch von „Interaktivität ermöglichende Medien“. Vgl. JÄCKEL (1995), S. 473 und BECK (2005), S. 50

des jeweiligen Medienformates oder gar ein „objektiver Wesenszug“ bestimmter technischer Medien¹³⁵.

Geht man also davon aus, dass technische Kommunikationssysteme lediglich ein interaktives Potential offerieren, das vom Nutzer erst eingelöst werden muss, damit von Interaktivität gesprochen werden kann, so wird deutlich, dass neben den erforderlichen technischen Systemmerkmalen, in gleichem Maße auch die Nutzerperspektive betrachtet werden muss. Denn die subjektive Wahrnehmung der Interaktivität eines Kommunikationssystems durch seinen Nutzer ist gewissermaßen die Schnittstelle zwischen dem Interaktionspotential eines Mediums und dessen tatsächlicher Nutzung zur interaktiven Kommunikation¹³⁶, da sie „wesentlichen Einfluss auf das beobachtbare Verhalten (also die Aktionen) und den Bedeutungsaustausch“¹³⁷ hat. Interaktivität ergibt sich laut Quiring/Schweiger daher prinzipiell „aus einem komplexen Zusammenspiel von (a) [„objektiven“, Anm. HH] Systemeigenschaften, (b) der Situationsevaluation der Nutzer, (c) Aktionen der Nutzer und Reaktionen des Systems sowie (d) der schließlich ausgetauschten Bedeutung [...]“¹³⁸.

In Abgrenzung zu immer wieder aufkommenden Versuchen von „pseudo-interaktiven Anwendungen“, wie es Leggewie/Bieber bezeichnen (zum Beispiel im Fernsbereich die Möglichkeit über den Ausgang eines Kriminalfilms zu entscheiden), die sich meist auf bestimmte, meist sehr begrenzte Auswahlmöglichkeiten beschränken und nur ein Minimum an inhaltlicher Gestaltung erlauben, wird von den Autoren unter tatsächlicher Interaktivität, der „Einfluss auf Inhalt und Form, auf Ablauf und Dauer einer Kommunikation“ verstanden – und das bedeutet letztlich auch „die aktive De- und Reprogrammierung des ‚Programms‘ sowie die offene und autonome Mitgestaltung der Netzwerkarchitektur“¹³⁹. Anders als konventionelle Massenkommunikation, an der man nicht teilnimmt, um personal zu interagieren, sondern um an der Fiktion einer einheitlichen und allen zugänglichen Wirklichkeitskonstruktion teilzunehmen und sich mit unbekannt anderen auf ein als gemeinsam angenommenes Informationsniveau zu begeben, ist bei der Internetkommunikation die Möglichkeit individualisierter Massenkommunikation ein relevanter Aspekt, der sich primär in den neuen „Phänomenen tatsächlicher Gemeinschaftsbildung im Cyberspace“ ausdrückt.¹⁴⁰ Mit der Internettechnologie wurde ein Handlungsfeld zwischen Massen- und Individualkommunikation zugänglich, die zwar ein diffuses Gegenüber adressiert, dem Einzelnen aber zweifellos wesentlich

¹³⁵ Vgl. BECK, K. (2006), S. 50

¹³⁶ Vgl. NEUBERGER (2007), S. 44; QUIRING, O./ SCHWEIGER, W. (2006): In: Muk, Jg. 54, 1/2006, S. 16

¹³⁷ Vgl. QUIRING, O./ SCHWEIGER, W. (2006) In: Muk, Jg. 54, 1/2006, S. 12

¹³⁸ QUIRING, O./ SCHWEIGER, W. (2006) In: Muk, Jg. 54, 1/2006, S. 12

¹³⁹ Vgl. LEGGEWIE, C./BIEBER, C.(2004): Interaktivität – Soziologische Emergenzen im Cyberspace? S. 8

¹⁴⁰ Vgl. LEGGEWIE, C. /BIEBER, C. (2004), S. 9

mehr Möglichkeiten in Hinblick auf die aktive Teilnahme an öffentlichen Kommunikationsprozessen einräumt und den wechselseitigen kommunikativen Austausch der Menschen untereinander erheblich vereinfacht. Zweifellos werden durch das technische Potential des Internets, das sich in entscheidender Weise auch durch den interaktiven Charakter zahlreicher Online-Dienste und Anwendungen ausdrückt, alle räumlichen und zeitlichen Grenzen beseitigt, womit eine gleichberechtigte und direkte Teilnahme an öffentlichen Kommunikationsprozessen prinzipiell möglich ist. Die Vorstellung einer interaktiven Kommunikationsstruktur, die einen aktiven, teilnehmenden Rezipienten nun theoretisch möglich macht, beinhaltet vor allem für die politische Kommunikation wesentliche Anknüpfungspunkte. Denn der aktive, partizipierende Bürger, dem alle möglichen Chancen zur politischen Teilhabe und Mitbestimmung eingeräumt werden, gilt aus demokratietheoretisch-normativen Gründen als das Ideal der politischen Kommunikation.

3. Theoretische Analyse

3.1. Analysedimension 1 – Die Kommunikation in Weblogs

3.1.1. Weblogs – Versuch einer Begriffsklärung (Begriff, Historie und Definition)

Die Herkunft und ursprüngliche Bedeutung des Begriffs „Weblog“ wird von allen vorliegenden Autoren, die sich dieses Themas annehmen, nahezu gänzlich übereinstimmend beschrieben.¹⁴¹ Die erstmalige Verwendung des Begriffs „Weblog“ geht auf den US-amerikanischen Programmierer und Philosophen Jørn Barger zurück, der damit im Jahr 1997 seine eigene Website „Robot Wisdom“¹⁴² bezeichnete. Laut Blood verstand Barger darunter „Web pages where a Web logger logs all the other Web pages she finds interesting“¹⁴³. Aus einer Kombination der Begriffe „web“ (hier Synonym für Internet) und „logbook“ wurde das Kunstwort „Weblog“, was so viel bedeutet wie „Logbuch im Netz“ und die offensichtliche Parallelen zu den Logbuch-Einträgen von Schiffskapitänen oder Leuchtturmwärtern, die dem Aufzeichnen von Navigationsbewegungen dienten, zum Ausdruck bringen. Ende der 1990er Jahre tauchte die Verwendung des Kurzwortes „Blog“¹⁴⁴ auf, woraus sich „bloggen“ (engl. „blogging“) als Tätigkeitsbeschreibung sowie „Blogger“ (sowohl im engl. wie auch im dt. Sprachgebrauch) als Bezeichnung für den Autor bzw. Betreiber eines Weblogs ableiten lässt.¹⁴⁵ Diese Worterschöpfungen sowie auch jene der „Blogosphäre“ als Bezeichnung für die Gesamtheit aller Weblogs stehen für das Bemühen einer Abgrenzung zu anderen Internet-Strömungen und können als Anzeichen für die Herausbildung einer eigenständigen (Netz-)Kultur betrachtet werden.¹⁴⁶ Weblogs sind der computervermittelten Kommunikation im Internet zuzurechnen, haben ihre Vorläufer aber auch in anderen Medien und greifen zum Teil auf jahrhundertealte Kommunikationspraktiken zurück.¹⁴⁷ Als historische Vorläufer des Formats werden neben den Logbuchaufzeichnungen der Kapitäne (auch die politischen Pamphlete des 18. Jahrhunderts sowie die „commonplace books“ der Renaissance, aber auch „Media Monitoring“-Dienste genannt.¹⁴⁸ Sowohl der Begriff

¹⁴¹ Vgl. BLOOD, R. (2000): Weblog: A history and perspective. S. 1; BAUSCH, P./ HOUGHEY, M./ HOURIHAN, M. (2002): We blog: Publishing Online With Weblogs. S. 9, MÖLLER, E. (2005), S. 115, ARMBORST (2006), S. 9, SEEGER (2008), S. 13; FISCHER, E. (2007): Weblog Co. Eine neue Mediengeneration und ihr Einfluss auf Wirtschaft und Journalismus. S. 7f.

¹⁴² „Robot Wisdom“-Blog [Webseite: <http://robotwisdom2.blogspot.com/>]

¹⁴³ BARGER, Jørn zit. nach BLOOD (2004): How Blogging Software reshapes the Online-Community. In: Communication of the ACM 47, 12, S. 54

¹⁴⁴ Das Kurzwort *Blog* geht auf den US-amerikanischen Weblogger Peter Merholz zurück, der sich im April 1999 in einem seiner Beiträge dazu entschloss, den Begriff *Weblog* in die Phrase *We blog* aufzulösen und daraus die Abkürzung *Blog* abzuleiten. Vgl. MERHOLZ, P. Weblog-Eintrag vom 17.05.2002, [Online-Quelle: <http://www.peterme.com/archives/00000205.html>]

¹⁴⁵ Vgl. ARMBORST, M. (2006), S. 9 wie auch SCHMIDT, J. (2006a), S. 13f.

¹⁴⁶ FISCHER, E. (2007), S. 7

¹⁴⁷ Vgl. SCHMIDT (2006a), S. 13; FISCHER (2007), S. 7

¹⁴⁸ Vgl. SCHMIDT (2006a), S. 13; FISCHER (2007), S. 8

„Weblog“ wie auch das Kürzel „Blog“ haben sich auch im deutschsprachigen Raum durchgesetzt¹⁴⁹ und beschreiben „ein bereits fest institutionalisiertes Medienschema, an dem sich Anbieter und Nutzer orientieren“¹⁵⁰.

Während über den Begriffsursprung weitgehend Einigkeit herrscht, gehen die Meinungen über das tatsächlich erstmalige Auftreten von Blogs zum Teil weit auseinander. Mit Gewissheit lässt sich sagen, dass die ersten so genannten „Logbücher des Surfens“¹⁵¹ bereits in den frühen 1990er Jahren verortet wurden.¹⁵² Der tatsächliche Beginn der „Weblog-Ära“ wird im Allgemeinen jedoch mit dem Jahr 1997 verbunden, in welchem die Namensgebung durch Barger erfolgte. Ab diesem Zeitpunkt begannen Internet-Enthusiasten ihre Entdeckungen und Erfahrungen im WWW in Form von onlinebasierten Logbüchern zu dokumentieren und protokollieren: „Whatever their reason, for these folks it seemed the most natural thing in the world to put record of their travels around the Web on the Web“, reflektiert Rebecca Blood, deren Blog „Rebecca’s Pocket“¹⁵³ im April 1999 online ging. Damals dienten diese neuartigen Webseiten in erster Linie als interessensspezifisch ausgerichtete Informationsfilter von im Internet auffindbaren Inhalten, traten vorwiegend als kommentierte Linksammlungen bzw. „hypertextuelle Kommentare“¹⁵⁴ in Erscheinung und wurden größtenteils von US-Amerikanern betrieben. Bei allen diesen Frühformen handelte es sich in der Regel um einfache, manuell codierte Webseiten, die von ihren Betreibern regelmäßig aktualisiert wurden und auf interessante Online-Quellen verwiesen.¹⁵⁵ Für diese ersten Weblogs, die bereits früh als nützliche Orientierungshilfe im informationellen Überangebot des WWW galten¹⁵⁶, fand Blood die Bezeichnung „*Filter-style Weblogs*“¹⁵⁷ und beschrieb sie folgendermaßen: „Their editors present links both to little-known corners of the web and to current news articles they feel worthy of note. Such links are nearly always accompanied by the editor’s commentary. [...] Typically this commentary is characterized by an irreverent, sometimes sarcastic tone. [...] These weblogs provide a valuable filtering function for their readers.“¹⁵⁸ Ein Tagebuchcharakter wird den Filter-style-Blogs nur insofern zugesprochen, als dass sie die Internet-Ausflüge ihrer Betreiber im Sinne eines Logbuchs

¹⁴⁹ Eine im Jahr 2003 durchgeführte Befragung im Rahmen eines Projektseminars an der Universität Münster unter der Leitung Christopher Neuberger deutet darauf hin, dass das Begriffsverständnis von Weblogs auch im deutschen Sprachraum bereits weitgehend ausgeprägt ist. So gaben damals 90 Prozent der befragten Weblog-Betreiber an, dass die Bezeichnung „Weblog“ durchaus die zutreffende für ihr Angebot sei. Vgl. NEUBERGER, C. (2004b): Formate der aktuelle Internet-Öffentlichkeit. In: MuK, Jg. 53, 1/2005

¹⁵⁰ Vgl. NEUBERGER, C. (2004) In: MuK, Jg. 53

¹⁵¹ Vgl. SEEBER, T. (2008), S. 13

¹⁵² Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 13; SEEBER, T. (2008), S. 13; MÖLLER, E. (2005), S. 115; FISCHER, E. (2007), S. 8

¹⁵³ „Rebecca’s Pocket“-Blog [Online-Quelle: <http://www.rebeccablood.net/>]

¹⁵⁴ Vgl. SEEBER, T. (2008), S. 14

¹⁵⁵ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 14; FISCHER, F. (2007), S. 8

¹⁵⁶ Vgl. WANG, A. (1999): Online-Digest Help Readers Cope With Information Avalance. In: The New York Times (Online-Ausgabe) vom 02.08.1999.

¹⁵⁷ Vgl. BLOOD, R. (2000)

¹⁵⁸ BLOOD, R. (2000)

dokumentieren.¹⁵⁹ Die sich bereits damals abzeichnende Gewohnheit einer umgekehrt chronologischen Anordnung der Beiträge im Weblog erwies sich als sinnvoll und stellt bis heute ein definitives Merkmal eines Formats dar.

Bald darauf wurde diese frühe Form der Filter-style-Weblogs durch jene ergänzt, bei denen der für die Anfangszeit typische Logbuch-Charakter eher in den Hintergrund rückte. Diese „Free-style“ (oder auch „Journal-style“-Blogs)¹⁶⁰ begannen sich vor allem Ende der 1990er Jahre mit der Entwicklung simpler Blog-Tools, die für den einfachen Nutzer immer handhabbarer wurden, mehr und mehr durchzusetzen. Charakterisiert durch einen größeren Text-Anteil und eine geringere Link-Dichte¹⁶¹, machen Free-style-Blogs mittlerweile zwischen 50 Prozent¹⁶² und 70 Prozent¹⁶³ und damit einen Großteil der Blogosphäre aus. Dass sie auch als „Betätigungsfeld für Narzissten“¹⁶⁴ belächelt wurden, liegt vor allem daran, dass diese Online-Journale viel stärker vom subjektiven Empfinden, den persönlichen Eindrücken sowie von mehr oder weniger intimen Gedanken, Gefühlen und Erlebnissen ihrer Autoren geprägt sind. Die Bandbreite an unterschiedlichen Mischformen zwischen Filter-style und Journal-style-Weblogs ist allerdings groß und reicht von sehr persönlich gehaltenen „Tagebüchern“, die sich ausschließlich an eine nur sehr kleine Leserschaft richten bis hin zu meinungsbetonten, aber durchaus an ein breites Publikum gerichteten Journalen von Laien-Publizisten oder auch professionellen Medienschaffenden, die sich u.a. politischen und anderen gesellschaftlichen Themen widmen und untereinander stark verlinkt sind.

Bausch/Haughney/Hourihan verorten die Ursprünge des heute als „Weblog“ betitelten Genres in erster Linie in eben dieser, in den späten 1990er Jahren stattfindenden Entwicklung von einfachen kommentierten Linklisten hin zu persönlichen Journalen.¹⁶⁵ Als Beispiele dafür werden die Websites von Michael Sippey „Stating the obvious“¹⁶⁶ (1995-2003), Justin Halls „Links from the Underground“ (1994), Dave Winers „Scripting News“¹⁶⁷ (1997) u.a. als Pioniere im Bereich der Journal-Blogs genannt, die bereits nicht mehr vom reinen Logbuch-Format bestimmt waren und die Richtung, in welche die weitere Entwicklung der Weblog-Nutzung gehen sollte, bereits andeuteten.

¹⁵⁹ Vgl. ARMBORST, M. (2006), S. 42

¹⁶⁰ Vgl. BLOOD, R. (2000)

¹⁶¹ Vgl. ARMBORST, M. (2006), S. 43

¹⁶² Vgl. DÖRING, N. (2005) In: Psychologie heute, 8/2002, S. 36 (S. 36-39)

¹⁶³ Vgl. HERRING, S./KOUPEL, I./SCHEIDT, L.A. et al. (2004): Woman and Children last? The discursive construction of weblogs In: GURAK et al. [Hrsg.] (2004): Into the blogosphere.

¹⁶⁴ HITZ, M. (2004): (Klein)-Geld in Sicht. Weblogs experimentieren mit Geschäftsmodellen. In: Neue Züricher Zeitung (Online) vom 24.09.2004

¹⁶⁵ Vgl. BAUSCH, P./HAUGHNEY, M./HOURIHAN, M. (2002)

¹⁶⁶ Michael Sippey' Blog (Archiv) [Online-Quelle: <http://www.theobvious.com>]

¹⁶⁷ Dave Winers Blog [Online-Quelle: <http://www.scripting.com>]

Als der HTML- und Web-Spezialist Cameron Barrett den von Barger geprägten „Weblog“-Begriff in seinem 1999 verfassten Essay „Anatomy of a Weblog“¹⁶⁸ aufgreift, beginnt sich die damals noch sehr junge Variante der Online-Kommunikation in den USA allmählich zu verbreiten. Barretts Essay wird als Gründungsmanifest der damals sehr kleinen und exklusiven Blogger-Szene genannt, da es einen ersten Versuch unternimmt, die Eigenschaften dieser besonderen Art von Internetseiten definitorisch zu erfassen und von anderen Formen der Online-Kommunikation abzugrenzen.¹⁶⁹ Barretts erste Website diente zunächst vorrangig dazu, interessante und für seinen College-Unterricht relevante Artikel und Internet-Quellen für die Studenten, die er in HTML und Web-Design unterrichtete, bereitzustellen.¹⁷⁰ Aufgrund des großen Interesses, hielt er sich auch in weiterer Folge an regelmäßige Aktualisierungen. Im Jahr 2003 gründete er den „WatchBlog“¹⁷¹, ein von mehreren Autoren betriebenes Weblog zu den US-amerikanischen Präsidentschaftswahlen 2004, das sich heute mit politischen Belangen aller Art, zuletzt vor allem intensiv mit den Präsidentschaftswahlen 2008 auseinandergesetzt hat und jeden politisch interessierten Nutzer einlädt, sich an der Diskussion zu beteiligen oder selbst verfasste Artikel einzubringen. Barrett ist zudem Begründer der Blog-Corp¹⁷², eine Consulting-Firma, die Unternehmen bei der Einrichtung und Verwaltung von Weblogs als Form externer Organisationskommunikation unterstützt.

Während es sich bei den ersten Blog-Betreibern vor allem um engagierte Internet-Aktiven handelte, die wussten wie man eine Website zu programmieren hatte und sowohl über die Zeit wie auch über eine hohe technische Kompetenz verfügten, um ein Weblog einrichten und unterhalten zu können, erfolgte Ende der 90er Jahre im Bereich der Blog-Kommunikation der bereits angedeutete technologiegetriebene Durchbruch. Die technischen Aspekte der Gestaltung und Veröffentlichung von Weblogs wurden allmählich automatisiert und die Entwicklung spezieller Softwarelösungen führte dazu, dass sich das Führen, Pflegen und Gestalten eines Weblogs wesentlich vereinfachte.¹⁷³ Bestand die Weblog-Community bis zu diesem Zeitpunkt vorwiegend aus versierten Informatikern, Web-Designern und Programmierern, die ihre Blogs auf eigenen Servern oder in gemietetem Webspace betrieben und in der Regel mit herkömmlichen HTML- oder Web-Editoren erstellten,¹⁷⁴ war das Betreiben eines eigenen Blogs nun auch für den einfachen Internet-Nutzer ohne großen Aufwand und besondere Vor-

¹⁶⁸ BARRET, C. (1999): Anatomy of a weblog.

¹⁶⁹ Vgl. ARMBORST, M. (2006), S. 34; FISCHER, E. (2007), S. 9

¹⁷⁰ Cameron Barretts Blog [Online-Quelle: <http://www.camworld.com/webclass/>]

¹⁷¹ Cameron Barretts Watch-Blog [Online-Quelle: <http://www.watchblog.com/>]

¹⁷² <http://www.blogcorp.com/>

¹⁷³ Vgl. SCHMIDT, J. (2005), S. 14

¹⁷⁴ Vgl. ARMBORST, M. (2006), S. 34

kenntnisse realisierbar. Blog-Hosts wie WordPress¹⁷⁵, LiveJournal¹⁷⁶, Blogger¹⁷⁷ oder Pitas¹⁷⁸ u.v.m. stellen einfach zu handhabende, serverbasierte Weblog-Management-Systeme zur Erstellung und Verwaltung meist kostenloser und werbefreier Blogs bereit, welche die tägliche Aktualisierung einer Website massiv erleichtern und die eigenständige Einrichtung und Unterhaltung eines Weblogs auch ohne HTML-Kenntnisse möglich machen.¹⁷⁹ Mit Hilfe dieser technisch relativ simplen Content-Management-Systeme, denen vorgefertigte Designvorlagen zu Grunde liegen, ist das Veröffentlichen von eigenen Inhalten im Netz „so einfach wie das Erstellen einer Word-Datei oder das Senden einer E-Mail“.¹⁸⁰

Mit den neuen technischen Gegebenheiten stieg in den ersten Jahren des neuen Jahrtausends die Zahl der Weblogs sprunghaft an. „In 1999 there were dozens of blogs. Now there are millions. What happened?“¹⁸¹ fragte sich Mallory Jensen, ehemaliger Student der Columbia University im Jahr 2003. Die Antwort auf diese Frage wird in einer Verschmelzung mehrerer geschichtlicher Entwicklungen und Ereignisse vermutet, die nur zusammen betrachtet die rasante Verbreitung des Phänomens Weblog zu erklären im Stande sind.¹⁸²

Mit der Einführung der kostenlosen Weblog-Publishing-Software fällt zunächst eine wesentliche Zugangsbarriere der Nutzung des neuen computergestützten Medienformats, das bis dahin nur einem exklusiven Kreis an Internet-Nutzern zugänglich war. In der enormen technischen Vereinfachung liegt somit eine erste Erklärung dafür, warum sich das Genre ab der Jahrtausendwende über den ursprünglichen Kreis einer kleinen Gemeinschaft hinaus, so explosionsartig verbreitete.¹⁸³

Eine weitere Erklärung dafür, dass die Anzahl der installierten Weblogs bis Ende 2001 weltweit auf eine knappe Million anstieg,¹⁸⁴ wird in der steigenden Popularität sowie dem damit verbundenen zunehmenden öffentlichen Interesse am Weblog-Format vermutet, das allmählich von den USA aus, auch international Verbreitung fand. Im Jahr 2000 fand die erste Weblog-Konferenz in Austin (Texas) statt, auf welcher erstmals in einer wissenschaftlichen Perspektive über diese neue Art der Online-Kommunikation diskutiert wurde.¹⁸⁵ Über die von Dave Winer veranstaltete „Bloggercon“-Konferenz an der Harvard University im Herbst 2003 wurde bereits in zahlreichen Mainstream-Medi-

¹⁷⁵ <http://wordpress.com/>

¹⁷⁶ <http://www.livejournal.com/>

¹⁷⁷ <http://www.blogger.com/>

¹⁷⁸ <http://www.pitas.com/>

¹⁷⁹ Vgl. GURAK, L. et al (2005): Into the Blogosphere. Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs.

¹⁸⁰ ARMBORST, M. (2005), S. 35

¹⁸¹ JENSEN, M. (2003): A brief history of weblogs. In: Columbia Journalism Review. 3/2003

¹⁸² Vgl. SEEBER, T. (2008), S. 24; ARMBORST, M. (2006), S. 35ff.

¹⁸³ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 14

¹⁸⁴ Vgl. HENNING, J. (2004) The Blogging Iceberg – Of 4.12 Million hosted Weblogs, Most Little Seen, Quickly Abandoned.

¹⁸⁵ Vgl. BAUSCH, P./HAUGHNEY, M./HOURIHAN, M. (2002), S. 11

en berichtet.¹⁸⁶ Nachdem die internationale Blogosphäre lange Zeit von den US-amerikanischen Blog-Dienstleistern dominiert wurde, haben sich nach und nach in den verschiedenen Ländern eigene Weblog-Hosts etabliert. Mit der Gründung zahlreicher Weblog-Anbieter (einige weitere sind z.B. [Blogg.de](http://www.blogg.de)¹⁸⁷, [Blogger.de](http://www.blogger.de)¹⁸⁸, [Twoday.net](http://www.twoday.net), [20six.de](http://www.20six.de)¹⁸⁹, [Blogigo.de](http://www.blogigo.de)¹⁹⁰, [Myblog.de](http://www.myblog.de)¹⁹¹ etc.) im Jahr 2003 erreichte die Blog-Welle allmählich auch den deutschsprachigen Raum.¹⁹²

3.1.2. Wesentliche Merkmale von Weblogs als Medienformat

Mit dem quantitativen Wachstum von Weblogs ging zeitgleich eine starke Differenzierung von Nutzungsweisen einher, die sich in deren inhaltlicher und thematischer Ausrichtung bemerkbar machte.¹⁹³ Es war vorrangig der Journal-style-Typ von Weblogs, der sich durchzusetzen und rasant zu verbreiten begann. Blood formuliert diesen Wendepunkt in der Entwicklungsgeschichte des Weblogs folgendermaßen: „Now during 1999 something else happened, and I believe it has to do with the introduction of Blogger¹⁹⁴ itself. While weblogs had always included a mix of links, commentary, and personal notes, in the post-Blogger explosion increasing numbers of weblogs eschewed this focus on the web-at-large in favor of a sort of short-form-journal.”

Mittlerweile existieren weltweit über hundert Millionen Weblogs (Vgl. Kap. Blogosphäre), deren thematischer und inhaltlicher Ausrichtung keine Grenzen gesetzt werden und in allen gesellschaftlichen Bereichen zum Einsatz kommen¹⁹⁵. Private und journalistische Weblogs stehen neben jenen von zivilgesellschaftlichen Initiativen, Parteien und Politikern sowie Unternehmen und anderen Institutionen, aber auch im Bereich der Aus- und Weiterbildung bzw. in Schule und Hochschule finden Weblogs zunehmend Anwendung. Inzwischen nutzen auch immer mehr Wissenschaftler die Blog-Kommunikation, um in so genannten „Research-Blogs“, von denen nach Expertenschätzungen im deutschsprachigen Raum derzeit rund 180 betrieben werden¹⁹⁶, über ihren Forschungsalltag zu berichten und ihren Lesern damit direkte Einblicke in das

¹⁸⁶ Vgl. ZERFASS, A./BOLTER, D. (2005), S. 21

¹⁸⁷ <http://www.blogg.de>

¹⁸⁸ <http://www.blogger.de/>

¹⁸⁹ <http://www.20six.de/>

¹⁹⁰ <http://www.blogigo.de/>

¹⁹¹ <http://www.myblog.de/>

¹⁹² Vgl. FISCHER, E. (2007), S. 11

¹⁹³ Vgl. SCHMIDT, J. (2006b), S. 7

¹⁹⁴ Blood bezieht sich hier auf das Blog-Hostingservice Blogger.com, das im August 1999 von der US-amerikanischen Softwarefirma Pyra Labs entwickelt, mittlerweile (seit 2003) allerdings vom Suchmaschinenbetreiber Google übernommen wurde.

¹⁹⁵ Vgl. ZERFASS, A./BOLTER, D. (2005), S. 23

¹⁹⁶ Vgl. o. V. (2008): Netzloses Wissen? In: *At.Venture* - Österreichs Zukunftsmagazin für Forschung, Technologie und Innovation. Heft Nr. 11. April 2008. S. 18

Funktionieren ihrer Branche zu ermöglichen.¹⁹⁷ Dass sich Weblogs mittlerweile inhaltlich dermaßen ausdifferenziert haben und unterschiedliche kommunikative Funktionen übernehmen, liegt in erster Linie daran, dass sie in mehrfacher Hinsicht „verwendungsoffen“¹⁹⁸ sind und daher für unterschiedliche Zwecke eingesetzt werden können.

Die relative Offenheit des Formats unterstützt nach Schmidt die Aneignung von Weblogs für verschiedenste Zwecke und Praktiken und lässt damit Raum für interpretative Flexibilität der Anwender.¹⁹⁹ Blogs liefern also einen Rahmen, der sich mit jeglicher Art von Inhalten füllen lässt und sind daher in der Lage, die unterschiedlichsten Funktionen zu übernehmen (Vgl. Kap. kommunikative Funktionen).

Angesichts der Vielgestaltigkeit und Ausdehnung der Blogosphäre muss betont werden, dass eine pauschale Beschreibung dieser vergleichsweise relativ jungen Form der computervermittelten Kommunikation im Internet kaum möglich ist.²⁰⁰ Trotzdem es verschiedenste Versuche gibt, Weblogs über technische, formale oder inhaltliche Merkmale definitorisch festzulegen und die unterschiedlichen Ausformungen kategorisch zu erfassen, wird es immer Ausnahmen und Mischformen geben, die durch einen eindeutig festgelegten Raster fallen.²⁰¹ Denn selbst eine relativ allgemeine Unterscheidung in Kategorien wie Filter-Blogs (Linksammlungen) bzw. Tagebuch- oder Online-Journal (Free-style-Blogs) wie sie Blood vorschlägt, lässt sich, wie bereits erwähnt, in vielen Fällen nicht vornehmen, da es auch hier zu Mischformen kommt. Eine klare Abgrenzung der verschiedenen Weblog-Typen ist allein auch aufgrund der ständigen Umwälzungen innerhalb der Blogosphäre mit ihrer definitorisch nicht fassbaren inhaltlichen Varianz und den daraus resultierenden zwangsläufigen Überschneidungen kaum möglich.²⁰² Einige Autoren betonen daher, dass undifferenzierte Aussagen zweifellos einen Schwachpunkt im Metadiskurs über Weblogs darstellen und aufgrund der vielfältigen Verwendbarkeit des Formats eher zu einer Verklärung als zu einer sinnvollen Erfassung des Phänomens beitragen.²⁰³ Trotz einer Vielzahl an Beschreibungen und Metadiskursen über diese „neue kulturelle Form [...] im sozialen Raum Internet“²⁰⁴ ist der Kanonisierungsprozess durchaus noch nicht abgeschlossen.²⁰⁵ Weder über die ent-

¹⁹⁷ Die Effektivität von Weblogs für die Wissenschaftskommunikation wurde beispielsweise auch im Rahmen der internationalen Fachtagung „SciCom08“ in Wien diskutiert. [Vgl. <http://www.scicom.co.at/cms/website.php?id=/programm.php>, überprüft am 11.07.2009]

¹⁹⁸ Vgl. SCHMIDT, J. (2006), S. 59

¹⁹⁹ Vgl. SCHMIDT, J. (2006), S. 63

²⁰⁰ Vgl. SCHMIDT, J./SCHÖNBERGER, K./STEGBAUER, C. (2005) In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 4, S.2

²⁰¹ Vgl. FISCHER, E. (2007), S. 11

²⁰² Vgl. SEEBER, T. (2008), S. 29

²⁰³ Vgl. NEUBERGER, C./NUERNBERGK, C./RISCHKE, M. (2007), S. 96; siehe auch SCHMIDT, C./SCHÖNBERGER, K./STEGBAUER, C. (2005) In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 4, S.1

²⁰⁴ Vgl. BURG, T.N. (2004a): Monster Media – zum Neuartigen angesichts von Weblogs. Skizzen zu Zentrum und Peripherie als heuristische Metapher angesichts innovativer Publikations- und Kommunikationspraktiken im Web.

²⁰⁵ Vgl. SCHÖNBERGER, K. (2006): Weblogs: Persönliches Tagebuch, Wissensmanagement-Werkzeug und Publikationsorgan. In: Schlobinski, P. [Hrsg.] (2006): Von „hdl“ bis „cul8r“. Sprache und Kommunikation in den Neuen Medien. S. 233f.

sprechende Software – also die rein technischen Aspekte - noch über bestimmte inhaltliche Kriterien können Weblogs ausreichend definitorisch erfasst werden, es sind vielmehr bestimmte formale Merkmale, mit Hilfe derer sich Weblogs als Medienformat beschreiben lassen:²⁰⁶ „When we talk about weblogs, we’re talking about a way of organizing information, independent of its topic. What we write about does not define us as bloggers; it’s how we write about it (frequently, ad nauseum, peppered with links)“²⁰⁷, beschreibt Meg Hourihan, Mitbegründerin von Blogger.com, die Eigenschaften, die im Kern ein Weblog ausmachen und den Typus „Weblog“ vom Format „Homepage“ unterscheidet. Denn, so Hourihan weiter: „If we look beneath the content of weblogs, we can observe the common ground all bloggers share -- the format. The weblog format provides a framework for our universal blog experiences, enabling the social interactions we associate with blogging. Without it, there is no differentiation between the myriad content produced for the Web“²⁰⁸.

Als kleinster gemeinsamer Nenner für die Einstufung einer Website als Weblog gilt vor allem die spezifische (umgekehrt) chronologische Anordnung der Weblog-Beiträge (posts).²⁰⁹ Dadurch ist die jeweils neueste Veröffentlichung auf den ersten Blick erkennbar und es wird die Aktualität von Einträgen betont.²¹⁰ Als weiteres formbestimmendes Charakteristikum werden zudem die häufige Aktualisierung der Inhalte sowie die vergleichsweise hohe Linkdichte und weitgehende Vernetzung mit anderen Online-Quellen genannt.²¹¹ Auch der individuelle, personenbezogene Charakter, der in erster Linie durch die selektive und subjektive Darstellung eigener Gedanken und Ideen in den Blog-Beiträgen zum Ausdruck kommt, gilt mittlerweile als konstitutives Merkmal des Medienformats.

Dass es im Wesentlichen gerade diese Gestaltungsmerkmale sind, die Weblogs ganz grundlegend als Medienformat festlegen, wurde bereits mehrfach empirisch bestätigt.²¹² In einer explorativen Untersuchung im Jahr 2003, durchgeführt von einer Forschungsgruppe der Universität Münster unter der Leitung von Christoph Neuberger, wurden Weblog-Anbieter offen nach den ihrer Ansicht nach wesentlichsten Blog-Merkmalen befragt. Am häufigsten wurde die Aktualisierung bzw. Periodizität der Inhalte als wichtigstes Einzelmerkmal genannt. Die Einbettung von Links, aber auch die subjektive

²⁰⁶ Vgl. NEUBERGER, C./NUERNBERGK, C./RISCHKE, M. (2007), S. 96 oder auch FISCHER, E. (2007), S. 12

²⁰⁷ HOURIHAN, M. (2002): What We’re are Doing When We Blog. [Blog-Eintrag: <http://www.oreillynet.com/pub/a/javascrypt/2002/06/13/megnut.html>]

²⁰⁸ HOURIHAN, M. (2002)

²⁰⁹ „At their core, weblogs are pages consisting of several posts or distinct chunks of information per page, usually arranged in reverse chronology from the most recent post at the top of the page to the oldest post at the bottom“. BAUSCH, P./HAUGHEY, M./HOURIHAN, M. (2002), S. 7; Vgl. auch PERSCHKE, R./LÜBCKE, M. (2005): In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 7, S. 15

²¹⁰ Vgl. SCHÖNBERGER, K. (2006), In: Schlobinski [Hrsg.] (2006), S. 234

²¹¹ Vgl. BLOOD, R. (2002), S. 1 und S. 39

²¹² Vgl. z.B.: HERRING, S./SCHEIDT, L./BONUS, S./WRIGHT, E. (2004a) oder NEUBERGER (2005) In: MuK, Jg. 53, 1/2005

Perspektive zählte zu den zweithäufigsten Nennungen.²¹³ Aufgrund eines im Rahmen der Studie ermittelten einheitlichen Gebrauchs von Schemabezeichnung, weitgehend übereinstimmendem Schemawissen und der Orientierung an gleichen Vorbildern unter den befragten Blog-Betreibern, kommt Neuberger daher zu dem Schluss, dass es sich bei Weblogs um ein bereits relativ stark verfestigtes und weitgehend konsensiertes Medienschema²¹⁴ handelt, das sich in den letzten Jahren im Prozess der Institutionalisierung des World Wide Webs herausgebildet hat und aufgrund bestimmter formaler Merkmale sowie spezifischer Gebrauchsmuster (habituelle Merkmale) von anderen Online-Angebotstypen unterschieden werden kann.²¹⁵

Unter der Vielzahl an Definitionsversuchen, die sich größtenteils auf sehr ähnliche Aspekte beziehen, soll abschließend die Weblog-Beschreibung von Schmidt/Schönberger/Stegbauer herangezogen werden, da sie den aktuellen Entwicklungsstand der Kommunikationsform widerspiegelt, ohne ältere bzw. nicht gänzlich konforme Blogs auszuschließen:

„Weblogs (oder kurz Blogs) sind regelmäßig aktualisierte Webseiten, die bestimmte Inhalte in umgekehrt chronologischer Reihenfolge darstellen und üblicherweise durch Verweise und Kommentare untereinander sowie mit anderen Online-Quellen verbunden sind. Dabei kombiniert ihre spezifische Kommunikationsarchitektur Elemente der persönlichen Homepage und des Diskussionsforums, was ein dicht gespanntes Netzwerk von hypertextuellen und sozialen Verknüpfungen ermöglicht, die man auch als ‚Blogosphäre‘ bezeichnet“²¹⁶.

Es ist allerdings davon auszugehen, dass es sich auch bei dieser Definition um durchaus keine endgültige, sondern eine nur vorübergehende handelt, da in den kommenden Jahren aufgrund der zu erwartenden technischen Weiterentwicklungen und den sich im Zuge dessen auch neu herausbildenden sozialen und kommunikationsleitenden Regeln mit entsprechenden Anpassungen zu rechnen ist.²¹⁷

3.1.3. Gebrauchsmuster der Weblog-Nutzung

Die lange Zeit in erster Linie auf die publizistischen Medien fokussierte Kommunikationswissenschaft steht im Zuge der in den letzten Jahrzehnten stattfindenden zunehmenden Konvergenzprozesse²¹⁸ und dem damit hinzutretenden Forschungsfeld der

²¹³ Vgl. NEUBERGER, C. (2005a): In: MuK, 53, Jg. 1/2005, S. 83f.

²¹⁴ Medienschemata gelten im Sinne der konstruktivistischen Medienkultur, als „sozial verfestigte und formalisierte Muster kommunikativer Handlungen.“ GÜNTNER, S./ KNOBLAUCH, H. (1994), S. 702 zit. nach Neuberger (2005) In: MuK, Jg. 53, 1/2005, S. 75). Indem mit ihrer Hilfe der Umgang mit Medienangeboten routinisiert und intersubjektiv abgestimmt wird, dienen sie Anbietern und Nutzern in erster Linie dazu, die Unsicherheiten mit dem neuen Medium zu reduzieren. Vgl. NEUBERGER, C. (2005), S. 74.

²¹⁵ Vgl. NEUBERGER, C. (2005a), In: MuK, 53, Jg. 1/2005, S. 73

²¹⁶ SCHMIDT, J./SCHÖNBERGER, K./STEGBAUER, C. (2005) In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 4, S.1, Hervorhebung durch den Verfasser

²¹⁷ Vgl. FISCHER, E. (2007), S. 13

²¹⁸ Darunter ist hier zunächst die technische Konvergenz zu verstehen, worunter das durch die fortschreitende Digitalisierung in Gang gesetzte Verschmelzen der Endgeräte Telefon, Computer und Fernseher bzw. das Zusammenwachsen von

computervermittelten Kommunikation vor der Herausforderung, das Internet sowie die sich innerhalb dessen konstituierenden vielfältigen neuen Kommunikationsmodi, medientheoretisch zu fassen und kommunikationswissenschaftliche Forschungsperspektiven zu eröffnen.²¹⁹ Gerade das Zusammenwachsen mehrerer bisher voneinander getrennter Kommunikationsformen (Telekommunikation, Computer, Massenmedien), die sich in direktem Bezug zueinander weiterentwickeln und multimediale Anwendungen möglich machen, hat dazu geführt, dass grundlegende kommunikationstheoretische Klassifizierungen und Analysen, die sich auf rein technische Kriterien beziehen, in Frage gestellt werden müssen. Konnte man vor der Entwicklung des Internets die mediale Vielfalt menschlicher Kommunikation prinzipiell über die Eigenschaften bestimmter Geräte definieren und weitgehend systematisieren, so dass man lange Zeit davon überzeugt war, das Medium bestimme in erster Linie durch sein technisches Potential sowohl die Zeit- als auch die Sozialdimension der jeweiligen Kommunikation²²⁰, gilt es heute als weitgehend unumstritten, dass im Rahmen der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien „von der verwendeten Technik nicht mehr auf das Dienstangebot und damit auf die gesellschaftlichen Auswirkungen des Mediensystems geschlossen werden kann“²²¹. Aus diesem Grund erscheint es auch nicht verwunderlich, dass sich bei der Bemühung einer angemessenen Systematisierung der computervermittelten Kommunikation anhand von bekannten kommunikations- und medientheoretischen Konzepten deutliche Zuordnungsproblematiken ergeben. Klaus Beck betont die Schwäche formalistischer und vor allem technikdeterministischer Systemisierungsversuche in Bezug auf die computervermittelte Kommunikation im Internet mit ihren vielfältigen, wiederum in sich differenzierten Kommunikationsmodi, „denn über die Regeln des alltäglichen Gebrauchs und die vielfältigen konkreten Mediensituationen sind mit Hilfe dieses zweidimensionalen Rasters nur oberflächliche Aussagen zu gewinnen“²²². Auch die laut Schmidt wichtige kommunikationssoziologische Erkenntnis, nämlich „dass die Diffusion von Informations- und Kommunikationstechnologien zu einer Institutionalisierung führt, die sich als Wechselspiel der Öffnung und Schließung

Informationstechnologie (Computer), Telekommunikation, Massenmedien und elektronischer Unterhaltungsindustrie zu verstehen ist. Vgl. PÜRER, H. (2001): Grundbegriffe der Kommunikationswissenschaft. S. 22. Die Digitalisierungsprozesse betreffen sowohl die Inhalte [durchgängige Digitalisierung von Text, Sprache, (Bewegt-)Bild, Grafik] und die Medien (Verschwimmen der Grenzen zwischen Zeitung, Zeitschrift, Radio, Fernsehen, Kino, Video, CD) als auch diverse Verwaltungs- und Abrechnungsvorgänge. Vgl. HEINRICH, J. (1999): Konsequenzen der Konvergenz für das Fach „Medienökonomie“. In: Latzer, M. et al. [Hrsg.]: Die Zukunft der Kommunikation. S. 79f. nach Pürer, H. (2001), S. 22. Insgesamt betreffen die zu beobachtenden Konvergenzentwicklungen nicht nur die technische Ebene, sondern es ist gleichzeitig auch „eine Konvergenz des Angebots und der Nutzung wie auch eine Konvergenz der Regelung“ zu beobachten. Vgl. HÖFLICH, J.R. (1999): Der Mythos vom umfassenden Medium. In: Latzer, M. et al. [Hrsg.] (1999): Die Zukunft der Kommunikation, S. 43. Die im Rahmen der computervermittelten Kommunikation stattfindende „Konvergenz von Gebrauchsweisen“, konkreter: von bisher getrennte „Medienrahmen“, macht deutlich, dass „sich der Charakter eines Mediums nicht in einem technischen Sinn festmachen lässt“ Vgl. Ebd. S. 44

²¹⁹ Vgl. BECK, K. (2006), S.21

²²⁰ Vgl. BECK, K. (2006), S. 23

²²¹ BURKART, R. (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss zu einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. S. 506

²²² BECK, K. (2006), S. 24

von Handlungsoptionen darstellt²²³, kommt im Rahmen solcher Zuordnungskriterien kaum zum Tragen.

Will man nun die Spezifik der Blog-Kommunikation kommunikationstheoretisch angemessen erfassen und die sich dadurch ergebenden Potentiale verorten, ist es unerlässlich, neben den formalen Merkmalen anhand derer sich Weblogs sehr allgemein und oberflächlich beschreiben lassen, auch den sozialen Gebrauch des Kommunikationsformats, der sich in der Institutionalisierung bestimmter Weblog-Praktiken ausdrückt, in den Blick zu nehmen. Zugrunde gelegt sei hier die in der Kommunikationswissenschaft weitgehend geteilte Annahme, dass die „neuen Kommunikationsmedien“²²⁴ sowohl über deren technische Grundlagen, in besonderer Weise aber über ihre spezifischen, institutionalisierten Regeln erfasst werden können und sich ihr Charakter sowie ihre spezifischen Funktionen erst im tatsächlichen Gebrauch herausbilden²²⁵. Diese von einer rein technikzentrierten Perspektive Abstand nehmende Sichtweise betont vor allem die Wechselwirkung zwischen technischen und sozialen Phänomenen und eignet sich als theoretischer Rahmen auch zur Beschreibung der kommunikativen Eigenheiten von Weblogs. Die folgenden Ausführungen orientieren sich an dem von Jan Schmidt entwickelten kommunikationssoziologischen Analysemodell²²⁶ von Weblog-Praktiken²²⁷ und sollen dazu dienen, die zentralen kommunikationsleitenden Verwendungsregeln im Umgang mit dem Online-Format darzustellen.

Der mediale Institutionalisierungsprozess als Rahmung

Einleitend zu den folgenden Ausführungen sei an dieser Stelle angemerkt, dass es ursprünglich Universitätsprofessor Joachim Höfllich war, der von formalistischen und technikdeterministischen Definitionsversuchen zur Beschreibung der unterschiedlichen Kommunikationsformen des vernetzten Computers Abstand nehmend, den Institutionalisierungsprozess (in Anlehnung an die Rahmen-Analyse des kanadischen Soziologen Erving Goffman) als Rahmung dargestellt hat.²²⁸ Goffman versteht (in Bezug auf die unmittelbare menschliche Interaktion) unter einem Rahmen, die „Organisationsprinzipi-

²²³ SCHMIDT, J. (2006), S. 32

²²⁴ Leah Lievrouw und Sonia Livingstone definieren den Gegenstandsbereich der „New Media Studies“ folgendermaßen: „By new media we mean information and communication technologies and their associated social contexts, incorporating the artifacts or devices that enable and extend our abilities to communicate; the communication activities or practices we engage in to develop and use these devices; and the social arrangements or organizations that form around the devices and practices“. Vgl. LIEVROUW, L.A./LIVINGSTONE S. (2002): The social shaping and consequences of ICT's. In: Dies. [Hrsg.]: Handbook of new media. Social Shaping and consequences of the ICTs. Zit. nach Schmidt (2006a), S. 31

²²⁵ Vgl. BURKART, R. (2002), S. 37; siehe auch BECK, K. (2006), S. 24

²²⁶ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 42-67

²²⁷ Unter *Weblog-Praktiken* versteht Schmidt „Handlungssequenzen [...], in denen sich Nutzer bestimmter Software-Technologien bedienen, um kommunikative Ziele (die Rezeption oder Publikation von Texten) zu realisieren, wobei korrespondierende Regeln und Relationen das Handeln rahmend beeinflussen und in diesem Handeln (re)produziert werden“. SCHMIDT, J. (2006a), S. 42

²²⁸ Vgl. HÖFLICH, J.R. (1999) In: Latzer, M. [Hrsg.] (1999), S.43-60 siehe auch HÖFLICH, J.R. (1998): Computerrahmen und Kommunikation: In: Pommer, E./Vowe, G. [Hrsg.] (1998): Computervermittelte Kommunikation im Internet. Öffentlichkeit im Wandel. S. 131-174

en für Ereignisse²²⁹ bzw. die „Organisation von Erfahrung“, mit Hilfe dessen es zu einer Definition der jeweiligen Interaktionssituation kommt und die ein der Situation adäquates Handeln ermöglichen, indem sie (kulturell- wie auch gruppenspezifische) Deutungs- und Interpretationsmuster bereit stellen.²³⁰ Zentral ist in dieser Konzeption, dass Rahmen nicht nur wahrgenommen werden, sondern durch die Handelnden im Prozess der Rahmung (d.h. der Institutionalisierung von Gebrauchsweisen) erst konstituiert werden.²³¹ Haben sich „standardisierte Gebrauchsweisen“ einmal herausgebildet, so dass jeder einzelne Handelnde unterstellen kann, dass die jeweils anderen die Situation ähnlich wahrnehmen, kann laut Goffman von einem „klaren Rahmen“ gesprochen werden.²³²

Diese soziologische Ausgangssituation überträgt Höflich in seiner Konzeption auf die medienvermittelte Kommunikation, in welcher er – ähnlich wie in Face-to-face-Interaktionen – kulturell vorgeformte Situationsdefinitionen, so genannte „Medienrahmen“ verortet, die den Kommunikationsverlauf beeinflussen: Wenn ein Medium benutzt und damit aufgrund spezifischer, bereits bekannter Gebrauchsweisen eine gemeinsame Mediensituation zwischen den Rezipienten/Nutzern hergestellt wird, so kann von einem „Medienrahmen“ gesprochen werden.²³³ Durch die Herausbildung „etablierter Gebrauchsweisen“²³⁴, d.h. wenn „durch ein Mindestmaß an Klarheit über Rollen, Verfahren und Ziele der medialisierten Kommunikationsform“²³⁵ eine (gemeinsame) Definition der Situation erfolgen kann, sind die notwendigen Voraussetzungen für medienvermittelte Kommunikation gegeben. Rahmen fungieren somit als Organisationsprinzip menschlicher Erfahrung und Interaktion und erleichtern wesentlich den Kommunikationsprozess, da die Beteiligten nicht bei jeder Mediennutzung erneut beginnen müssen, die Verhältnisse zu definieren, „sondern [...] auf organisierte Erfahrungen ihres bisherigen Handelns zurückgreifen“²³⁶ können.

Auf der Basis des Konzepts der Medienrahmen verortet Höflich nun die vielgestaltigen Anwendungs- und Nutzungsmöglichkeiten des Computers innerhalb sogenannter „Computerrahmen“.²³⁷ Konkret ist unter einem „Computerrahmen“ die computervermittelte Mediensituation zu verstehen, in welche die kommunikativ Handelnden eingebun-

²²⁹ GOFFMAN, E. (1977): Rahmen-Analysen. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen. Zit. nach Höflich, J.R. (1999) In: Latzer, M. [Hrsg.] (1999), S. 47

²³⁰ Vgl. GOFFMAN, E. (1977) nach Höflich, J.R. (1999) In: Latzer, M. [Hrsg.] (1999), S. 47

²³¹ Vgl. HÖFLICH, J.R. (1999), S. 47

²³² Vgl. GOFFMAN, E. (1977), S. 369 nach Höflich, J.R. (1999), S. 47

²³³ Vgl. HÖFLICH, J.R. (1999), S. 45

²³⁴ Vgl. BECK, K. (2006), S. 26

²³⁵ BECK, K. (2006), S. 26

²³⁶ BECK, K. (2006), S. 27

²³⁷ Vgl. HÖFLICH, J.R. (1998) In: Pommer, E./Vowe, G. [Hrsg.] (1998), S. 141-174 sowie auch HÖFLICH, J.R. (1999) In: Latzer, M. [Hrsg.] (1999), S. 43-59

den sind.²³⁸ Auch hier stellen „Rahmen“ ein organisierendes Handlungsprinzip dar, mit Hilfe dessen die computervermittelte Kommunikationssituation sinnhaft wahrgenommen werden kann. Die verschiedenen „medialen Qualitäten“ bzw. „etablierten Gebrauchsweisen“ (Formen der Institutionalisierung) des Computers als Kommunikationsmedium unterscheidet Höfllich anhand von folgenden drei unterschiedlichen (aber durchaus miteinander verbundenen) Medien- bzw. Computerrahmen:²³⁹

- **Distributionsrahmen** (Computer als Informations- und Abrufmedium):

Hier stellt der Computer die Funktion eines Abrufmediums (Pull-Medium) dar. Im Unterschied zum Rundfunk werden keine Darbietungen an die Allgemeinheit verbreitet (Push-Medium²⁴⁰), sondern die Angebote richten sich an alle Nutzer als „disperses Publikum“, „die, ohne an zeitliche Restriktionen gebunden zu sein, nach eigenem Wunsch bestimmte Kommunikationsangebote [Daten, Informationen, Nachrichten, Bilder, Videos, Musik etc.] abrufen wie auch unterschiedliche Dienstleistungen [Teleshopping, Telebanking] in Anspruch nehmen können“²⁴¹. Prinzipiell stehen die Rezipienten in Computernetzen (im Vergleich zu Radio- oder Fernsehangeboten) unter einem höheren „Selektionsdruck“²⁴², denn die im WWW einmal aufgerufene Website „generiert in der Regel keinen Programmfluss“ und eine Fortsetzung der Mediennutzung erzwingt – früher oder später – Selektionsentscheidungen des Nutzers. Diese Selektionsentscheidungen finden, im Unterschied zur Nutzung von Massenmedien, nicht nur auf der Makro- und Mesoebene (z.B. das Verlassen des WWW oder das Wechseln zu einer anderen URL) statt, sondern betreffen auch die Mikroebene der Angebote (z.B. das Scrollen und Navigieren innerhalb einer Webpage oder die Verfolgung von Links zu anderen Pages derselben oder einer anderen Site).²⁴³

Die Rückkoppelung (und hier kommt der interaktive Charakter zum Ausdruck; siehe dazu auch Kapitel 3.3.3.) bezieht sich innerhalb des Distributionsrahmens im Wesentlichen auf die Auswahl und den Abruf bzw. Zugriff von Online-Angeboten.²⁴⁴ „Schmalbandige“ Feedback-Möglichkeiten zwischen Nutzer (Rezipient) und Kommunikator (z.B. Online-Journalist) sind zwar technisch durchaus gegeben, inwieweit diese aber auch tatsächlich genutzt werden, ist empirisch zu beantworten.²⁴⁵ Im Gegensatz zu den klassischen Massenmedien kann das Feedback allerdings ohne „Medienbruch“ und

²³⁸ Vgl. PÜRER, H. (2001), S. 25

²³⁹ Vgl. HÖFLICH, J.R. (1998) In: Pommer, E./Vowe, G. [Hrsg.] (1998), 141-174 sowie HÖFLICH, J.R. (1999) In: Latzer, M. [Hrsg.] (1999), S. 43-59, S. 45f.

²⁴⁰ Push-Medien, so z.B. Radio und Fernsehen, sind dadurch charakterisiert, dass der Kommunikationsfluss unidirektional in nur eine Richtung (vom Sender zum Empfänger) verläuft. Das Internet bzw. speziell das WWW ist in erster Linie ein Pull-Medium, da die Nutzer gezielt nach Angeboten suchen und diese auswählen, d.h. anfordern.

²⁴¹ HÖFLICH, J.R. (1999) In: Latzer, M. [Hrsg.] (1999), S. 45

²⁴² Vgl. BECK, K. (2006), S. 25

²⁴³ Vgl. BECK, K. (2006), S. 25

²⁴⁴ Vgl. HÖFLICH, J.R. (1999) In: Latzer, M. [Hrsg.] (1999), S. 46

²⁴⁵ Vgl. BECK, K. (2006), S. 25

damit durchaus spontaner erfolgen, da die Rezeption eines Angebotes und die Rückkoppelung meist von derselben Nutzeroberfläche aus möglich sind. Dennoch bleibt hier das „interaktive Moment“ primär auf ein technisches Feedback reduziert und findet nicht in Form einer interpersonalen Bezugnahme statt.²⁴⁶

- **Rahmen öffentlicher Foren und Diskurse** (Computer als Forum und Diskussionsmedium)

Die zweite Form öffentlicher computervermittelter Kommunikation ist durch einen möglichen Rollenwechsel der am Kommunikationsprozess Beteiligten gekennzeichnet. Bei einigen, auf asynchroner oder synchroner Kommunikation basierenden Online-Anwendungen (Newsgroups wie z.B. Usenet²⁴⁷, öffentliche Chat-Foren, Electronic Bulletin Boards, Filesharing-Systeme bzw. Peer-to-Peer-Netzwerke, Weblogs etc.) wird „die Einseitigkeit massenmedialer Kommunikation aufgehoben, der Sender zum Empfänger und umgekehrt“²⁴⁸, indem die Nutzer selbst Beiträge gestalten und online stellen können, die allen anderen zugänglich und damit Teil des öffentlichen Angebotes sind. Dieses Angebot richtet sich (trotz öffentlichem Kommunikationscharakter) somit nicht mehr an ein „disperses Publikum“, da in elektronischen Diskussionsforen unter wechselseitiger Bezugnahme kommuniziert wird. Hier ist die aktive Teilnahme der Nutzer für den Kommunikations- und Austauschprozess konstitutiv, „denn bliebe diese aus, gäbe es also nur passive Leser oder ‚Lurker‘²⁴⁹, dann wären solche Systeme in ihrer Existenz gefährdet und würden sich kaum von einem Nur-Abrufmedium unterscheiden“²⁵⁰. Diesen „elektronischen Gemeinschaften“ liegen „gemeinsame Gebrauchswesen, Normen und Regeln“ zugrunde, die sich gruppenspezifisch voneinander unterscheiden.²⁵¹

- **Rahmen technisch vermittelter interpersonalen Kommunikation** (Computer als Beziehungsmedium):

Dieser Rahmen umfasst die privaten Formen der computervermittelten Kommunikation,²⁵² bezieht sich also „auf all jene Möglichkeiten einer zeitverschobenen [z.B. E-Mail, die sich an einen bestimmten Empfänger richtet] oder zeitgleichen Kommunikation

²⁴⁶ Vgl. HÖFLICH, J.R. (1999) In: Latzer, M. [Hrsg.] (1999), S. 46

²⁴⁷ Unter Newsgroups werden asynchrone Diskussionsgruppen im Internet verstanden, in denen die Teilnehmer Beiträge (engl. „Postings“) verfassen und online stellen können, die auf dem Newsserver gespeichert und für andere Nutzer zugänglich sind. Eine Übersicht über alle Newsgroups im WWW findet man unter <http://groups.google.com/>. Dieses Service beinhaltet das gesamte Archiv der Usenet-Diskussionsgruppen seit 1981 und bietet die Möglichkeit der Erstellung und Verwaltung einer eigenen Gruppe.

²⁴⁸ HÖFLICH, J.R. (1999) In: Latzer, M. [Hrsg.] (1999), S. 46

²⁴⁹ Der Begriff „Lurker“ (engl. „to lurk“ für schleichen, lauern) entstammt dem Netzjargon und bezeichnet einen passiven, nur lesenden Teilnehmer, der sich selbst nicht zu Wort meldet und keine eigenen Beiträge verfasst. Vgl. IT Wissen. Das große Online-Lexikon.

²⁵⁰ Vgl. HÖFLICH, J.R. (1999) In: Latzer, M. [Hrsg.] (1999), S. 46

²⁵¹ vgl. HÖFLICH, J.R. (1997) In: Beck, K./Vowe, G. [Hrsg.] (1997): Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation?, S. 91, Zit. nach Beck (2006), S. 26

²⁵² Vgl. BECK, K. (2006), S. 26

[z.B. private Chat-Foren] zwischen zwei oder mehreren Nutzern²⁵³. Wie die Kommunikationsmöglichkeiten im Rahmen öffentlicher Foren und Diskurse zeichnen sich auch jene, die in diesen Rahmen fallen, dadurch aus, dass „eine Nutzung nur gemeinsam mit anderen möglich bzw. die gegenseitige Bezugnahme der Kommunikationspartner vorausgesetzt ist“²⁵⁴. Der Unterschied ist allerdings, dass hier ein rein privater (d.h. andere exkludierender) Charakter für den kommunikativen Austausch grundlegend ist.²⁵⁵ Der Computer wird somit zum Medium privater (interpersonaler) oder teilöffentlicher (Gruppen-)Kommunikation.

Vor diesem Hintergrund offenbart sich allmählich das wirklich Neuartige an der computervermittelten Kommunikation im Internet: Klar voneinander unterscheidbare Medienrahmen, „die bislang auf separate Medien aufgeteilt waren oder aber so vorher noch nicht bestanden haben“²⁵⁶, werden im Rahmen der technischen Infrastruktur des Internets vereint. Konvergenz bezieht sich nach Höflich allerdings nicht nur darauf, dass innerhalb eines Mediums unterschiedliche Medien- bzw. Computerrahmen zugänglich sind, sondern dass „zwischen den verschiedenen Rahmen fließend gewechselt werden kann, ohne zugleich ‚aus dem Rahmen‘ - sprich: aus einem Medium - zu fallen“²⁵⁷. Mit der Möglichkeit eines fließenden Übergangs von öffentlichen Kommunikationsformen in private (indem beispielsweise in einem öffentlichen Forum eine erste Kontaktaufnahme erfolgt, die im Anschluss privat weitergeführt wird) oder umgekehrt Privates öffentlich gemacht werden kann (indem ein Nutzer ein ihn persönlich interessierendes Thema anderen in einem öffentlichen Forum zugänglich macht), kann „computervermittelte Kommunikation gleichsam eine ‚Vermittlungsform von Öffentlichkeit und Privatsphäre“²⁵⁸ darstellen.

Aufgrund dieser Qualitäten sowohl interpersonalen als auch öffentlichen und massenmedialen Charakters und der Option eines fließenden Wechsels zwischen diesen, beschreibt Höflich das Internet (wie auch den Computer und Computernetze) rahmenanalytisch als so genanntes „Hybridmedium“²⁵⁹, „bei dem sich verschiedene Kommunikationsmodi auf spezifische Weise im Mediengebrauch (ver-)mischen“²⁶⁰. Die „Hybridität“ drückt sich zudem dadurch aus, dass ein Wechsel zwischen den verschiedenen Kommunikationsmodi ohne Medienbruch stattfinden kann.²⁶¹

²⁵³ Vgl. HÖFLICH, J.R. (1999) In: Latzer, M. [Hrsg.] (1999), S. 46

²⁵⁴ HÖFLICH, J.R. (1997), S. 92, Zit. nach Beck (2006), S. 26

²⁵⁵ Vgl. HÖFLICH, J.R. (1999), S. 46

²⁵⁶ HÖFLICH, J.R. (1998) In: Pommer, E./Vowe, G. [Hrsg.] (1998), S. 45

²⁵⁷ HÖFLICH, J.R. (1999) In: Latzer, M. [Hrsg.] (1999), S. 46

²⁵⁸ Ebd.

²⁵⁹ Ebd. S. 45

²⁶⁰ BECK, K. (2006), S. 24

²⁶¹ Vgl. Ebd. S. 29

Regelvarianten in der Blog-Kommunikation

Höflich unterscheidet im Rahmen seiner Theorie der Medienrahmen grundsätzlich zwischen zwei die computervermittelte Kommunikation rahmenden Regelvarianten²⁶²: Zum einen sind es die *Adäquanzregeln*, welche den Zweck eines Mediums festlegen und daher Aufschluss darüber geben, welche spezifischen Internet-Dienste sich für welchen bestimmten kommunikativen Zweck eignen. Zum anderen lassen sich *prozedurale Regeln* erkennen, welche den Ablauf der Kommunikation beeinflussen, sobald ein bestimmtes Medium bzw. Internet-Dienst für einen bestimmten Zweck gewählt wurde.

Im Fall der Blog-Kommunikation sind es die Adäquanzregeln, welche Weblogs im Verhältnis zu anderen Mediengattungen und anderen Online-Kommunikationsmodi positionieren und entsprechende Verwendungsmöglichkeiten festlegen. Sie gründen auf interpretativem Wissen über den bereits gemeinschaftlich akzeptierten und daher als normal geltenden Gebrauch des Kommunikationsformats.²⁶³ Adäquanzregeln manifestieren sich in den mit dem kommunikativen Einsatz assoziierbaren Gratifikationen und lassen sich zum Beispiel als Motive und Erwartungen bezüglich der Weblog-Nutzung operationalisieren.²⁶⁴

Nach einem Vergleich mehrerer Befragungsergebnisse²⁶⁵ lassen sich folgende Hauptmotive für das Unterhalten und Führen eines Weblogs feststellen.²⁶⁶ Diese Motivgruppen decken sich weitgehend mit den Funktionen, die auch die Medienpsychologin Nicola Döring dem Bloggen zuspricht²⁶⁷:

- *Persönlicher Ausdruckswille* (Lust am Schreiben, sich kreativ austoben, eigene Sicht präsentieren, Gefühlen Ausdruck verleihen) – *Kreativfunktion bzw. Ventilfunktion*
- *Private Dokumentation* (eigene Erlebnisse und Ideen festhalten, Aufbau eines persönlichen Archivs) – *Archivfunktion bzw. Reflexionsfunktion*
- *Kontaktaufnahme und –pflege* (kommunikativer Austausch mit Anderen, Freunde, Familie und Bekannte auf dem Laufenden halten, neue Bekanntschaften machen) – *Sozialfunktion*

²⁶² Vgl. HÖFLICH, J.R. (2003): Mensch, Computer und Kommunikation. Theoretische Verortung und empirische Befunde nach SCHMIDT, S. (2006a), S. 33

²⁶³ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 43

²⁶⁴ Vgl. Ebd. S.43

²⁶⁵ Vgl. z.B.: SCHMIDT, J./WILBERS, M. (2006): Wie ich blogge!? Erste Ergebnisse der Wahlblogbefragung 2005. S. 12 siehe auch TECHNORATI (2008): State of the Blogosphere 2008. LENHART, A./FOX (2006): Bloggers: A portrait of the internet's new storytellers. Pew Internet American Live Project S. 5

²⁶⁶ Vgl. FISCHER, E. (2007), S. 40f.

²⁶⁷ Vgl. DÖRING, N. (2005), In: Psychologie Heute 8/2005, S. 36

- *Bereitstellung von Informationen* zur gemeinschaftlichen Nutzung (Meinungen austauschen, eigenes Wissen anderen zugänglich machen) – *Öffentlichkeitsfunktion*

Deutlich weniger Untersuchungen geben Aufschluss über die Motivationen der Blog-Leser bezüglich der Rezeption von Weblogs. Die vorliegenden Studien legen allerdings den Schluss nahe, dass Weblogs überwiegend informativ genutzt werden.²⁶⁸ Im Rahmen einer im Jahr 2004 und ein zweites Mal 2005 durchgeführten Online-Befragung auf der Basis einer selbstrekrutierten Stichprobe von „heavy blog users“ (Internet-Nutzer, die mehrheitlich mindestens fünf Weblogs täglich verfolgen und dafür zehn oder mehr Stunden wöchentlich aufwenden), fand Copeland heraus, dass in den USA Weblogs in erster Linie gelesen werden, um an Nachrichten zu gelangen, die von keiner anderen Quelle bereit gestellt werden (75 Prozent) sowie um eine bessere Perspektive auf bestimmte Sachverhalte zu erhalten (75 Prozent). Zudem erwarten die Befragten eine größere Ehrlichkeit der Berichterstattung (60 Prozent) und eine schnellere Bereitstellung von Neuigkeiten (60 Prozent).²⁶⁹

Für den deutschsprachigen Raum kommen in einer, auf der Basis quantitativer und qualitativer Untersuchungen durchgeführten Analyse im Jahr 2007, die Autoren Haas et al. zu dem Ergebnis, dass über zwei Drittel der befragten Blog-Leser (69 Prozent) das Online-Format nutzen, um sich über aktuelle Ereignisse zu informieren oder Neues über persönliche Interessen zu erfahren (ebenfalls 69 Prozent).²⁷⁰ Inhaltliche Überschneidungen werden am ehesten mit Zeitschriften (58 Prozent) und Tageszeitungen (55 Prozent) gesehen.

Weitaus umfassender gestaltet sich der *prozedurale Regelkomplex* in der Blog-Kommunikation, der die verschiedenen Handlungsepisoden der Weblog-Nutzung betrifft und den eigentlichen Gebrauch des Mediums rahmt, nachdem die Entscheidung für seinen Einsatz bzw. seine Nutzung bereits gefallen ist.²⁷¹ Prozedurale Regeln besitzen normativen Charakter und können in verschiedener Hinsicht differenziert werden. Sie umfassen sowohl explizit formulierte, formalistische Regeln wie sie beispielsweise in den „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ und Nutzungsvereinbarungen von Weblog-Dienstleistern festgelegt sind, als auch die vielfältigen informellen Konventionen, die sich in Weblog-Verwendungsgemeinschaften herausgebildet haben. Diese zuletzt genannten implizit normativen Verhaltensübereinkünfte beziehen sich auf Seiten der

²⁶⁸ Vgl. z.B. HAAS, S. et al. (2007): Web 2.0.: Nutzung und Nutzertypen. Eine Analyse auf der Basis quantitativer und qualitativer Untersuchungen. In: Media Perspektiven 4/2007, S. 218 oder auch COPELAND, H. (2005): Reader survey for blog advertising. PROXIMITY (2005): Corporate-Blogging. ZERFAß, A./BOGOSYAN, J. (2007): Blogstudie 2007. Informationssuche im Internet – Blogs als neues Recherchetool

²⁶⁹ Vgl. COPELAND (2005)

²⁷⁰ Vgl. HAAS, S. et al (2007) In: Media Perspektiven 4/2007, S. 218

²⁷¹ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 44-51

Blog-Autoren zum Beispiel auf die Einhaltung bestimmter formaler und inhaltlicher Vorgaben, (wie das Verlinken anderer Weblogs, die als Informationsquelle dienen; die subjektive Perspektive in den Blog-Texten; spezielle Features zur Erhöhung der Usability; Häufigkeit der Aktualisierung, etc.) und sie provozieren in weiterer Folge auch entsprechende Erwartungen der Leser an das Medienformat. Erwartungen werden allerdings auch an die „Rezipienten“ gestellt. So wird üblicherweise von Weblog-Lesern verlangt, dass sie ihre Kommentare namentlich kennzeichnen, sich vor allem aber an sprachliche und argumentative Grundregeln halten.²⁷²

Diese informellen prozeduralen Regeln können als „Blogger-Netiquette“ zusammengefasst werden und fungieren zugleich als zentrale Partizipationsregeln im Umgang mit dem Medienformat. Denn: „nur wer ihren kognitiv-evaluativen Gehalt im Sinne eines ‚know how‘ kennt und ihrem präskriptiven Gehalt folgt, gilt als Teil der Verwendungsgemeinschaft und eröffnet sich so die Chance, Gratifikationen zu erfüllen“²⁷³, konstatiert Schmidt. Kommt es zu Regelverletzungen, werden entsprechende Sanktionsmaßnahmen vielfach von den Nutzern selbst vorgenommen, „die gewissermaßen ‚von unten‘ ihr eigenes Verhalten regulieren“²⁷⁴. Solche Selbstregulierungsmaßnahmen sind beispielsweise in Form von internen Diskussionen unter Blog-Autoren zu kommunikationsethischen Aspekten erkennbar²⁷⁵ und manifestieren sich beispielsweise in verschiedenen Versuchen, zentrale Prinzipien im Rahmen einer unverbindlichen „Weblog- bzw. Blogger-Ethik“ schriftlich zusammenzufassen.²⁷⁶

Neben der Differenzierung prozeduraler Regeln in explizite und implizite Regelsetzungen in Form von offiziellen Nutzungsvereinbarungen bzw. inoffiziellen Verhaltensübereinkünften innerhalb der „Blogger-Community“ selbst, unterscheidet Schmidt drei Typen von prozeduralen Regeln, die sich auf jeweils unterschiedliche Handlungsschwerpunkte im Rahmen der „Praxis des Bloggens“ beziehen. Dazu zählen: a.) die Rezeption von Inhalten, b.) die Aufbereitung der Inhalte für die Publikation sowie c.) die Verlinkung und explizite Referenzierung anderer Inhalte.²⁷⁷ Dem Schmidt’schen Analysemodell zufolge, ergeben sich daraus drei relevante Regeltypen, die in jeweils unterschiedlichen Kontexten verankert sind: (a) *Rezeptionsregeln* (Informationsmanagement), (b) *Publikationsregeln* (Identitätsmanagement) und (c) *Vernetzungsregeln* (Beziehungsmanagement).²⁷⁸

²⁷² Negativbeispiel: Trolle, damit sind Nutzer gemeint, die sich nicht an diese Regeln halten.

²⁷³ SCHMIDT, J. (2006a), S. 45

²⁷⁴ Vgl. Ebd. S. 46

²⁷⁵ Ein Beispiel dafür ist der Beitrag „Zeit für eine Blog-Etiquette?“ im Weblog „Spreeblick“ [<http://www.spreeblick.com/2005/08/08/zeit-fur-eine-blog-etiquette/>]

²⁷⁶ Siehe auch BLOOD, R. (2002): S. 114-121

²⁷⁷ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 46

²⁷⁸ Vgl. Ebd. 47, Abbildung: Typen prozeduraler Regeln beim Bloggen.

Rezeptionsregeln rahmen in erster Linie die Auswahl von Medieninhalten, d.h. sie beeinflussen die Entscheidung darüber, welche Inhalte über welche Kanäle rezipiert werden. Diese Auswahlentscheidungen im Sinne eines persönlichen Informationsmanagements werden allerdings nicht ausschließlich aufgrund des vorherrschenden informellen Angebots getroffen, sondern schließen auch Routinen mit ein, die aus früheren Nutzungsepisoden stammen oder Ausdruck persönlicher Vorlieben bzw. Beziehungen sind.²⁷⁹ In technischer Hinsicht wird das Informationsmanagement im Rahmen der Blog-Kommunikation vor allem durch die *RSS-Technologie*²⁸⁰ unterstützt, mit Hilfe derer bereitgestellte Webinhalte (auch gesondert, z.B. ausschließlich Blog-Beiträge oder Kommentare) abonniert, oder auch in andere Webseiten eingebunden werden können, so dass die in Blogs publizierte Informationen nicht nur im jeweiligen Weblog zugänglich sind, sondern mehrfach, d.h. auch für anderer Informationsdienste im Internet zur Verfügung stehen (Syndication).²⁸¹ Der große Vorteil dieser Abonnement-Funktion besteht nun in erster Linie darin, dass sie dem Einzelnen erlaubt, eine Vielzahl von Quellen zu beobachten und bei Interesse weiter zu verfolgen, ohne jede Seite immer wieder einzeln aufrufen zu müssen.²⁸² Zerfaß/Bolter sehen durch diese technische Hilfestellung den Traum der personalisierten „information at your fingertip“²⁸³ realisiert. Denn für jeden Internet-Nutzer ist es nun möglich, sich per Mausklick ein maßgeschneidertes persönliches Informationsangebot zusammenzustellen (Aggregation) und seinen individuellen Bedürfnissen und Interessen anzupassen: „War der Nutzer bisher gezwungen, seine Lieblingsseiten regelmäßig nach neuen Inhalten abzusuchen, so sorgt die RSS-Technologie nun dafür, dass ihm keine Aktualisierung entgeht“²⁸⁴. Neben RSS Feeds sind es auch spezialisierte Blog-Suchmaschinen, wie sie zum Beispiel Technorati bereitstellt, die ebenfalls das Informationsmanagement bei der Weblog-Nutzung begünstigen, da sie eine schlagwortspezifische und damit gezielt thematische Suche ermöglichen.

Publikationsregeln hingegen beziehen sich auf die Auswahl der Themen, welche in den eigenen Blog-Beiträgen verarbeitet werden, sowie auf die spezifische Gestaltung der einzelnen Publikationen. Publikationsregeln betreffen daher zum Beispiel die Frage, in-

²⁷⁹ Vgl. Ebd. S. 47; FISCHER, E. (2007), S. 52

²⁸⁰ RSS steht optional für „Real Simple Syndication“ oder „Rich Site Summary“. Mittels RSS werden die einzelnen Blog-Beiträge oder Kommentare in ein standardisiertes Format (XML-Datei noch abklären!) codiert und unter einer eindeutigen Web-Adresse in maschinenlesbarer Form als so genannter *RSS-Feed* bereitgestellt. Jeder Interessent kann nun durch die Eingabe der Adresse des entsprechenden Feeds in einen speziellen „Feed Reader“ (auch *RSS-Reader* oder – Aggregator) die neuesten Blog-Beiträge kostenlos einlesen, abrufen und verwalten. Solche Feed Reader sind spezielle Softwareprogramme, die in regelmäßigen Abständen die vorgemerkte Seite aufrufen und im Fall einer Aktualisierung entweder den gesamten Beitrag oder eine Vorschau davon herunterladen. Vgl. ZERFASS, A./BOLTER, D. (2005), S. 37f.; SCHMIDT, J. (2006a), S. 47 (Fußnote) Eine Liste verschiedener plattformunabhängiger sowie betriebssystemgebundener RSS Feed Reader findet man unter: <http://www.rss-agent.at/rss-feed-reader.html>

²⁸¹ Vgl. ZERFASS, A./BOLTER, D. (2005), S. 35

²⁸² Vgl. SCHMIDT (2006a), S. 47

²⁸³ ZERFASS, A./BOLTER, D. (2005), S. 40

²⁸⁴ ARMBORST, M. (2006), S. 50

wieweit ein Weblog-Autor Verweise auf Quellen mit zusätzlichen Kommentaren ergänzt oder ob und in welcher Form er multimediale Inhalte wie Videos oder Bilder in seinen Eintrag miteinbezieht.²⁸⁵ Auf das Design und die Formatierung seines Weblogs hat ein Blogger, je nach zugrundeliegender Software, unterschiedlich starken Einfluss. Wird ein Weblog über einen der zahlreichen Blog-Hoster betrieben, muss sich der Betreiber zwar an die gestalterischen Vorgaben – welche in Form von so genannten „Templates“ (grafische Layout-Vorgaben) vorliegen – seines Dienstleisters halten, kann seinem Weblog aber durch markante Kennzeichen wie bestimmte Schriftzüge oder eigentümliche Logos einen individuellen Charakter verleihen, um sich von anderen abzuheben und dessen Wiedererkennung zu erhöhen²⁸⁶.

Der formale Aufbau des Weblog-Formats ist allerdings weitgehend standardisiert: Ein Weblog besteht typischerweise aus drei Spalten, wobei die breiteste Spalte in der Mitte der Website, den Einträgen des Weblog-Autors vorbehalten ist.²⁸⁷ Im Zentrum stehen somit die einzelnen Posts, in die sowohl Texte, Bilder, Animationen, Videosequenzen, Audiodateien oder andere multimediale Inhalte eingebunden werden können. Sie gelten als der elementarste Bestandteil eines Weblogs. In formaler Hinsicht eigentümlich ist die umgekehrt chronologische Sortierung der datierten, meist auch betitelten Beiträge in Weblogs. Diese Struktur einer rückwärts chronologischen Anordnung – wobei immer der aktuellste zuerst aufscheint – gewährleistet die sofortige Einsicht über die Aktualität des Blogs. Dem Leser ist es dadurch möglich, auf den ersten Blick zu erkennen, „ob es um ein kürzlich aktualisiertes, ein veraltetes oder gar um ein verwaistes Blog handelt“²⁸⁸. Auf der Startseite werden in der Regel nicht alle bereits verfassten, sondern nur die aktuellsten Beiträge aufgelistet. Ältere Einträge werden in einem chronologisch geführten Archiv abgelegt, welches sich entweder nach Rubriken oder Kategorien gliedern lässt und meist in der rechten Spalte zu finden ist. Wählt ein Blog-Autor die zusätzliche Sortierung der Einträge nach Kategorien (Tags bzw. *Tagging*), enthält das Weblog ein thematisch eingegrenztes „Blog im Blog“²⁸⁹. Die beiden anderen Spalten enthalten neben dem Verweis auf das Archiv, in der Regel eine zusätzliche *Suchfunktion*, einen Überblick über die neuesten *Besucher-Kommentare* und die so genannte *Blogroll*, eine Liste der persönlichen Blog-Favoriten bzw. für den Weblog-Betreiber relevante Webseiten.

Trotzdem sich die spezifischen Publikationsroutinen sowohl individuell als auch gruppenspezifisch zum Teil stark voneinander unterscheiden, lässt sich laut Schmidt eine

²⁸⁵ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 47f.; FISCHER, E. (2007), S. 52

²⁸⁶ Vgl. ARMBORST, M. (2006), S. 47

²⁸⁷ Vgl. Ebd.

²⁸⁸ Ebd. S. 46

²⁸⁹ Vgl. ARMBORST, M. (2006), S. 47

zentrale Leiterwartung in Bezug auf die inhaltliche Verarbeitung in Weblogs erkennen: das Bestreben möglichst authentisch²⁹⁰ und „mit einer eigenen Stimme“ zu kommunizieren.²⁹¹ Trotzdem die Individualität und Subjektivität der in den Blog-Beiträgen vermittelten Sichtweise je nach Themenausrichtung manchmal mehr, manchmal weniger stark zum Ausdruck kommt, gilt der individuelle, personenbezogene Charakter als konstitutives Merkmal der Blog-Kommunikation²⁹²: „Weblogs werden fast ausschließlich von Individuen betrieben, berichten oder kommentieren aus einer subjektiven Perspektive, die Selektion der Inhalte und der Verlinkung erfolgt nach eigenen Kriterien“²⁹³, stellen auch Bucher/Büffel in diesem Zusammenhang fest. Dieses Merkmal spiegelt sich prinzipiell auch in den Erwartungen der Weblog-Nutzer an das Medienformat wieder: So ermittelten Schmidt/Wilbers, dass die persönliche Meinung des Autors in den Blog-Beiträgen für drei Viertel der Befragten ein typisches Kennzeichen von Weblogs darstellt.²⁹⁴

Individualität und *Subjektivität* als Ausdruck der Persönlichkeit des Autors gelten also als ein Grundprinzip von Weblogs generell, welches gleichermaßen für den Bereich der politischen Kommunikation Gültigkeit hat.²⁹⁵ So wird gerade auch von Weblogs, die politische und gesellschaftsrelevante Themen behandeln, erwartet, dass sie „keine Marketing- und

PR-Sprache (sei sie ökonomisch oder politisch motiviert) verwenden, sondern den persönlichen Standpunkt des jeweiligen Autors deutlich machen und auch Raum für (Selbst-)Kritik bieten“²⁹⁶.

Aufgrund der dem Weblog-Genre inhärenten Subjektivität sowie der Freiheit einer weitgehend individuellen formalen Gestaltung und inhaltlichen Selektion in Bezug auf die im eigenen Weblog veröffentlichten Beiträge, kommen bei der Herausbildung spezifischer Publikationsroutinen, Mechanismen des Identitätsmanagements zum Tragen.²⁹⁷

Während Rezeptions- und Publikationsregeln vor allem die Gestalt und das Gesamtbild eines Weblogs beeinflussen, zielen *Vernetzungsregeln* auf die Verbindung zwischen den einzelnen Blogs bzw. auf die explizite Referenzierung anderer Online-Quellen in

²⁹⁰ „Authentizität meint das ehrliche, aber nicht notwendigerweise das vollständige Offenlegen von persönlichen Informationen, Ereignissen und Gedanken“. SCHMIDT, J. (2006a), S. 85

²⁹¹ Vgl. SCHMIDT (2006a), S. 47; DIEKMANN-SHENKE (2007), In: OBST (2007), Heft 72, S. 51

²⁹² Vgl. FISCHER, E. (2007), S. 52; SCHMIDT (2006a), S. 47f.; BUCHER/BÜFFEL (2005): In: Behmer, M./ Blöbaum, B./ Scholl, A./ Stöber, R. [Hrsg.] (2005), S. 90

²⁹³ BUCHER/BÜFFEL (2005) In: Behmer, M./ Blöbaum, B./ Scholl, A./ Stöber, R. [Hrsg.] (2005), S. 90

²⁹⁴ Vgl. SCHMIDT/WILBERS (2006), S. 22

²⁹⁵ Vgl. SCHMIDT (2006a), S. 48; FISCHER, E. (2007), S. 52

²⁹⁶ SCHMIDT, J. (2006a), S. 48

²⁹⁷ Vgl. Ebd.

Beiträgen oder Kommentaren und haben damit letztlich auch besonderen Einfluss auf die Gestalt der Blogosphäre insgesamt (siehe Kap. Blogosphäre als Kommunikationsnetz).²⁹⁸ Dabei kommt ihnen eine doppelte Funktion zu: „Vernetzungsregeln gehen über den rein technischen Aspekt (auf welche Weise definiert man einen Hyperlink?) hinaus, weil sie die Gestalt von Beziehungen und Relationen beeinflussen, die entweder inhaltlicher Art (der Link zu einem Weblogeintrag als kommunikative Referenz, die Anschlusskommunikation ermöglicht) oder sozialer Art sein können (der Link zu einem Weblogeintrag als soziale Referenz, die eine Beziehung zum verlinkten Autor ausdrückt)“²⁹⁹. Indem sie die unterschiedlichen Mechanismen der Referenzierung rahmen, stellen die Verlinkungsregeln nach Schmidt ein Element des Beziehungsmanagements von Bloggern dar. Technische Hilfsmittel wie Permalinks, Trackbacks oder die Blogroll (siehe nächstes Kap. 4.1.4.) unterstützen den Aufbau von Relationen zwischen Weblogs bzw. den Bloggern, Blog-Lesern und Kommentatoren als handelnde Akteure³⁰⁰ bzw. zentrale Nutzerrollen weblogbasierter Kommunikation und tragen wesentlich zur Formierung von mehr oder weniger dichten Netzwerken bei.

3.1.4. Die Spezifik weblogbasierter Kommunikation (Merkmale, Eigenheiten und Abgrenzung)

Wie bereits angedeutet, ist das Weblog in seiner Eigenschaft als in sich äußerst differenziertes Medienformat anhand der üblichen Parameter zur Bestimmung der Spezifik unterschiedlicher Kommunikationsformen besonders schwer zu fassen. Im Rahmen der traditionellen Einteilung von Telekommunikation und Massenkommunikation galten vor allem die Zeitlichkeit der Übertragung, d.h. synchrone vs. asynchrone Kommunikation (Zeitdimension) und die Reichweite des Teilnehmerkreises bzw. die Anzahl der am Kommunikationsprozess Beteiligten – also, one-to-one-, many-to-many-, one-to-many-, etc.-Kommunikation (Sozialdimension) als durchaus zuverlässige Differenzierungskriterien bei der systematischen Bestimmung unterschiedlicher Kommunikationsformen.³⁰¹ Mit den neuen Formen der computervermittelten Kommunikation ergeben sich nun allerdings eindeutige Zuordnungs- und Abgrenzungsproblematiken, so dass es kaum möglich ist, die im Internet stattfindende Kommunikation deckungsgleich und überschneidungsfrei anhand dieser Kriterien zu definieren.³⁰² Dies gilt auch dann, wenn es darum geht, bestimmte Online-Kommunikationsmodi wie das Weblog trennschaft zu beschreiben, denn die Übergänge zwischen synchroner und asynchroner, interperso-

²⁹⁸ Ebd.

²⁹⁹ Ebd.

³⁰⁰ Schmidt schlägt im Rahmen seines Analysemodells zudem eine Differenzierung von Autoren- Kommentatoren- und Leser-Rolle vor, wenn es darum geht die handelnden Akteure weblogbasierter Kommunikation zu identifizieren. Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 42

³⁰¹ Vgl. BECK, K. (2006), S. 29

³⁰² Vgl. BECK, K. (2006), S. 29

nalere („one-to-one“), Gruppen- („one-to-many“, „one-to-few“) und öffentlicher („one-to-many“) Kommunikation können auch im Rahmen der Blog-Kommunikation durchaus fließende sein.³⁰³

In der Regel verläuft die Kommunikation in Weblogs allerdings mit einer zeitlichen Verzögerung und damit eher asynchron.³⁰⁴ Auf einem Kontinuum zwischen asynchronen statischen Webseiten wie der „klassischen“ Homepage und synchronen, quasi in Echtzeit ablaufender Kommunikation wie bei der Nutzung von Chat-Foren oder Instant Messaging³⁰⁵, lassen sich Weblogs ungefähr in der Mitte einordnen.³⁰⁶ Während kein Zweifel darüber besteht, dass politisch orientierte Weblogs immer auf Öffentlichkeit ausgelegt sind, gibt es unterschiedliche Meinungen, ob dies auf Weblogs generell zutrifft, vor allem auch auf jenen am meist verbreiteten Typ des persönlichen Online-Journals, der sich oft nur an einen kleinen Leserkreis (oder gar keinen) richtet³⁰⁷ und manchmal sogar nur beschränkt öffentlich zugänglich ist.³⁰⁸

Die meisten Weblogs beinhalten die Möglichkeit, die vom Blog-Betreiber verfassten Beiträge in Form von persönlichen Stellungnahmen zu kommentieren. Die *Kommentar-Funktion* zeichnet die Blog-Kommunikation in besonderer Weise aus, da sie den kommunikativen Austausch zwischen Produzent und Rezipient begünstigt und im Idealfall eine direkte Dialogkommunikation entstehen kann.³⁰⁹ Es ist gerade dieses interaktive Potential, im technischen Sinn die prinzipielle „Rückkanalfähigkeit“ des Weblog-Formats, das in der Diskussion um die spezifische kommunikative Leistungsfähigkeit von Blogs immer wieder als gewichtiges Argument ins Feld geführt wird. Denn im Gegen-

³⁰³ Probleme einer eindeutigen Zuordnung in Hinblick auf die Zeitdimension ergeben sich im Fall von Weblogs beispielsweise dann, wenn ein soeben veröffentlichter Blog-Beitrag unmittelbar darauf von einem Leser kommentiert wird und sofort auf dieses Kommentar wiederum ein weiteres folgt usw. Der sich daraus entwickelnde Dialog, kommt einem Chat-Gespräch (welches in allen mir vorliegenden Darstellungen als eindeutig synchrone Kommunikationsform definiert wird hinsichtlich Synchronizität doch sehr nahe. vgl. dazu z.B.: MISOCH (2006), S. 56 oder PICOT, A./ FISCHER, T. (2006): Weblogs professional: Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld. S. 6. In Bezug auf die Sozialdimension (also hinsichtlich des Adressatenkreises) können Weblogs von der intrapersonalen Kommunikation (persönlicher Datenspeicher/Chronik durch die Möglichkeit der Archivierung eigener Beiträge) über interpersonale Kommunikation (gegenseitige Verlinkung der Weblogs untereinander sowie Kommentar-Funktion) oder Gruppenkommunikation (Beschränkung der Leserschaft auf Freunde/Bekannte/Verwandte durch differenziertes Rechtemanagement/Gruppenblogs/Diskussionsrunden) bis hin zur Massenkommunikation (Blog als Abrufmedium mit unbeschränktem Zugang/Informationen für disperse Publika verfügbar) alles abdecken. Vgl. dazu FISCHER, E. (2007) sowie DÖRING, N. (2006), In: Picot, A./ Fischer, T. [Hrsg.] (2006): Weblogs professional: Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld. S. 199

³⁰⁴ Vgl. FISCHER, E. (2007), S. 23

³⁰⁵ Wobei Fischer darauf hinweist, dass sich auch hier minimale Abweichungen messen lassen, diese aber im Vergleich zur Kommunikation in Weblogs vernachlässigbar sind. Vgl. FISCHER, E. (2007), S. 23

³⁰⁶ Vgl. PICOT, A./ FISCHER, T. (2006), In: Picot, A./ Fischer, T. [Hrsg.] (2006), S. 6

³⁰⁷ Laut Lenhart/Fox (2006) schreiben 32% der amerikanischen Blogger für ihr Publikum, 52% ausschließlich für sich selbst und 14% gleichermaßen für sich selbst und für ihre Leser. Vgl. LENHART/FOX (2006), S. 18

³⁰⁸ Vanessa Diemand geht davon aus, dass Bloggen immer in dem Bewusstsein praktiziert wird, dass die Einträge öffentlich einsehbar sind – unabhängig davon, ob diese Öffentlichkeit letztendlich tatsächlich auf den publizierten Inhalt aufmerksam wird oder nicht. Vgl. DIEMAND, V., (2006) In: Diemand/Mangold/Weibel [Hrsg.], 2006, S. 63. Das Weblogs von Anfang an auf Öffentlichkeit ausgelegt sind, auch wenn die Größe des Leserkreises stark variiert, bestätigt eine ethnographische Untersuchung der US-amerikanischen Psychologen Gumbrecht/Nardi/Schiano, die deutlich zeigt, dass Blogger stets ein potentielles oder tatsächliches Publikum beim Verfassen ihrer Beiträge im Hinterkopf haben. Vgl. GUMBRECHT, M./NARDI, B./SCHIANO, D. (2004), S. 4

³⁰⁹ Vgl. ZERFASS/BOLTER (2005), S. 33 sowie FRANZ, J. (2005): Praktiken des Bloggens im Spannungsfeld von Demokratie und Kontrolle. In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 6, S. 12

satz zu den Kommunikationsbedingungen, die dem herkömmlichen Massenkommunikationsprozess zugrunde liegen und „typischerweise als einseitige Verteilung von Informationen an ein großes Publikum“³¹⁰ in Erscheinung treten, wird durch die Möglichkeit einer direkten Kontaktaufnahme von Rezipient und Produzent im Rahmen der Blog-Kommunikation, die traditionelle Trennung zwischen den Verbreitern und Empfängern von Informationen aufgehoben³¹¹. So gewinnt der bislang passive Rezipient die Möglichkeit zu einem aktiven Teilnehmer zu werden und öffentliche Kommunikationsprozesse zu beeinflussen: „Mit Weblogs wird das Netz zu einem dynamischen Geflecht von Seiten, in deren Inhalt die Leser jederzeit eingreifen können – ohne Kenntnis von Software und Webdesign“³¹², konstatiert der deutsche Kommunikationswissenschaftler Martin Welker³¹³. Trotz dieser dem Weblog-Format prinzipiell inhärenten technischen Rückkanalfähigkeit, obliegt die Kontrolle über den Inhalt und die Gestaltung des Blogs in letzter Instanz immer dem Blog-Betreiber. Auch die Diskussionen und Kommentare kann der Blog-Autor im eigenen Blog jederzeit durch Moderationen oder durch das Löschen von Kommentaren beeinflussen. Aufgrund dieses in letzter Konsequenz beim Weblog-Betreiber liegenden Machtpotentials, muss trotz weitgehend interaktivem Charakter weiterhin von einer asymmetrischen Rollenverteilung zwischen Verfasser und Leser bzw. Kommentator ausgegangen werden.³¹⁴ Diese Asymmetrie zwischen Sender- und Empfängerrolle, womit immer auch ein Machtpotential verbunden ist³¹⁵, kann durch Weblogs allerdings neutralisiert werden, zumal jeder ein eigenes Weblog installieren und damit selbst als Produzent und Sender eigener Informationen und Meinungen in Erscheinung treten kann³¹⁶.

Als weiteres wesentliches Element weblogbasierter Kommunikation, von welchem immer wieder eine dem Online-Format inhärente Dialogorientierung abgeleitet wird und von manchen gar als unbedingte Voraussetzung für die Bezeichnung einer Website als Weblog genannt wird, ist die Verwendung von *Hyperlinks* und die daraus resultierende Vernetzung der Weblogs untereinander. Mit Blick auf die geschichtliche Entwicklung des Weblog-Formates beschreibt der deutsche Blog-Pionier Don Alphonso³¹⁷ „das Zitieren und Linken von Texten, die man woanders gelesen hat [als] eine der ursprüng-

³¹⁰ SCHMITZ, U. (2004): Sprache in modernen Medien. Einführung in Tatsachen, Theorien, Themen und Thesen. Zit. nach Voßkamp (2007), In: OBST, Heft 72, S. 68

³¹¹ Vgl. ALPHONSO, D. (2004): In: Alphonso, D./Pahl, K. [Hrsg.] (2004), S. 24 nach Voßkamp (2007), In: OBST, Heft 72, S. 68

³¹² WELKER, M. (2006): Weblogs: Ein Werkzeug für Journalisten. In: Picot, A./ Fischer, T. [Hrsg.] (2006), S. 160

³¹³ Martin Welker's Blog: [Online-Quelle: <http://www.martin-welker.de/wp/>]

³¹⁴ Vgl. SCHMIDT (2006a), S. 21, FISCHER, E. (2007), S. 24

³¹⁵ Vgl. FRANZ (2005): S. 6ff.

³¹⁶ Vgl. dazu auch WIJNIA, E. (2004)

³¹⁷ Gilt als einer der „Ur-Blogger“ in Deutschland und schreibt in folgenden Weblogs: „Rebellen ohne Markt“: <http://rebellmarkt.blogger.de/> und „Blogbar“: <http://www.blogbar.de/>.

lichsten Tätigkeiten des Bloggens³¹⁸. Für das Verständnis des Weblog-Phänomens ist es laut Armborst entscheidend, „dass man Links nicht als bloße Anhängsel oder Verweise, sondern als elementare Bestandteile des Formats betrachtet“³¹⁹. Besonders deutlich wurde der US-amerikanische Autor, Philosoph und Blogger David Weinberger auf der ersten europäischen Weblog-Konferenz³²⁰ im Jahr 2003 in Wien, als er betonte: „Ein Weblog ohne Links ist kein Weblog“³²¹ und damit zugleich all jene regelmäßig aktualisierten Online-Tagebücher ausgrenzt, die sich ausschließlich persönlichen Themen aus dem Privatleben ihrer Betreiber widmen und erfahrungsgemäß kaum bis gar nicht auf andere Internet-Quellen verlinken. Weinberger ist mit dieser strengen Definition durchaus nicht alleine: Rebecca Blood äußert sich – was den Stellenwert von Hyperlinks in Weblog betrifft – in ihrem „Weblog Handbook“ folgendermaßen: „I would go so far as to say that if you are not linking to your primary material when you refer to it – especially when in disagreement – [...] you are not keeping a weblog“³²².

Durch den Einsatz spezifischer softwaretechnischer Verlinkungsformen in Weblogs ergeben sich bestimmte Vernetzungseffekte. Es entstehen Netzwerke von miteinander verbundenen Dokumenten und Akteuren.³²³ Unter Bezugnahme auf den Vernetzungsspekt beschreibt Cameron Marlow Weblogs als „a massively distributed but completely connected conversations covering every imaginable topic“³²⁴. Will man heute den Gedankengang eines Bloggers bzw. den eigentlichen Sachverhalt eines Blog-Beitrags verstehen, ist es in vielen Fällen notwendig, die vom Autor gesetzten Links zu fremden Blogs oder anderen Web-Angeboten, die die Quellen bzw. den Input seiner eigenen Perspektiven und Meinungen darstellen, zu folgen und immer wieder ins Ausgangs-Blog zurückzukehren.³²⁵ Der Geisteswissenschaftler Christian Eigner sieht in dieser Eigenheit des Weblog-Formats das Prinzip der *Hypertextualität* völlig neu bestimmt: „nämlich medial und nicht länger wissenschaftlich“: Bedeutete Hypertextualität bisher in der Regel nichts anderes als eine Anmerkung zu machen oder auf mögliche Quellen und weiterführende Literatur zu verweisen, wobei sich der Link im Sinne „wissenschaftlichen Lesens auf neuer technischer Basis“ immer auf ein „Außen“ bezog und nicht unbedingt essenziell für das Verständnis des gerade Gelesenen war, wird im Weblog der Link zu einem integralen Bestandteil des Textes. „Einen Link zu setzen, bedeutet et-

³¹⁸ ALPHONSO, D. (2004): In: Alphonso, D./Pahl, K. [Hrsg.] (2004), S. 34

³¹⁹ ARMBORST (2006), S. 49f.

³²⁰ Vgl. <http://www.blogtalk.net/>

³²¹ WEINBERGER (2003) anlässlich der ersten Europäischen Weblog-Konferenz „BlogTalk“ in Wien, 23.-24.05.2003 zit. nach MÜLLER (2003): Let's talk about Blogs In: politik-digital.de

³²² BLOOD (2002): The Weblog Handbook. Practical Advice on creating and maintaining your blog. S. 18f.

³²³ Vgl. SCHMIDT (2006a), S. 13; BUCHER/BÜFFEL (2006): Weblogs – Journalismus in der Weltgesellschaft. Grundstrukturen einer netzwerkorientierten Form der Medienkommunikation. In: Picot, A./ Fischer, T. [Hrsg.] (2006): Weblogs professional. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld. 131-156

³²⁴ MARLOW, C. (2004): Audience, structure and authority in the weblog community. S. 1

³²⁵ Vgl. ARMBORST, M. (2006), S. 48

was zu sagen; ja man *setzt* ihn eigentlich nicht mehr, sondern *schreibt* ihn, *schreibt mit ihm ein Stück Text* und schreibt danach weiter, *schreibt den Link gleichsam weiter...*³²⁶. Auf diese Weise entstehen Texte die, weil sie kein „Außen“ und „Innen“ mehr kennen, unbegrenzt sind, „sich dauernd öffnen (,folge dem Link, sonst kannst du mich nicht verstehen‘) und schließen (,folge ihm noch nicht, lies einmal hier zu Ende‘)...[und] zwischen diesen beiden Polen (offen und geschlossen) *oszillieren*“³²⁷, so Eigner. Weblog-Einträge werden dadurch zu einer „Textform, die tatsächlich keinen *Rand* mehr hat“³²⁸ und das Weblog zu einem „Oszillationsmedium“, das die Möglichkeiten der Vernetzung und Hypertextualität im Rahmen der computervermittelten Kommunikation auf neue Weise auszuschöpfen vermag.

Neben der offensichtlichen Funktion von Hyperlinks als technisches Mittel zur kommunikativen Referenzierung von externen Inhalten in eigenen Weblog-Einträgen, können sie als „Mechanismen des Beziehungsmanagements“³²⁹ auch in sozialer Hinsicht funktional sein. Denn durch Verweise auf andere Quellen, Kommentare zu Beiträgen und spezielle Linklisten wie der Blogroll, setzen Weblog-Autoren nicht nur Links in Form von technischen Verbindungen, sondern knüpfen und bestärken auf unterschiedliche Weise auch soziale Kontakte und offenbaren bidirektionale Relationen.³³⁰

Insgesamt betrachtet bilden Hyperlinks die technische Basis der spezifischen Strukturen weblogbasierte Kommunikation und Interaktion. Marlow bezeichnet sie daher auch als „the social currency of this interaction“³³¹. Dem Vernetzungsaspekt ist im interessierenden Zusammenhang unbedingt Beachtung zu schenken, da die gezielte Verwendung von Hyperlinks wesentlich dazu beiträgt, Verständigung im Rahmen weblogbasierter Kommunikation zu ermöglichen und den kommunikativen Austausch in Blogs „auf Kurs“ zu halten. Wie in jedem Kommunikationszusammenhang, spielen auch im Rahmen der Blog-Kommunikation Referenzen in Form von expliziten oder impliziten Bezugnahmen in Mitteilungen eine wichtige Rolle, „da ohne sie für Beobachtende nicht zu erkennen wäre, wie Nachrichten aneinander anschließen, wie sich Themen entwickeln, Argumentationsstränge entfalten oder auch Diskussionen zuspitzen“³³².

³²⁶ EIGNER, C. (2003): Wenn Medien zu ozillieren beginnen, dann macht es Blog! In: Eigner, C./ Leitner, G./ Nauser, P./Schneider, C. [Hrsg.] (2003): Online-Communities, Weblogs und die soziale Rückeroberung des Netzes, S. 121

³²⁷ EIGNER, C. (2003), In: Eigner C./ Leitner, H./ Nauser, P./ Schneider, C. [Hrsg.] (2003), S. 121f. Hervorheb. im Original

³²⁸ Ebd. Hervorheb. im Original

³²⁹ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 48

³³⁰ Vgl. KRAUSS, S. (2008): Weblogs als soziales Netzwerk: Eine qualitative Beziehungsanalyse. In: Zerfaß, A./ Welker, M./ Schmidt, J. [Hrsg.] (2008): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Neue Schriften zur Online-Forschung, Band I, S. 328

³³¹ Vgl. MARLOW (2004) S. 1; „Links and page views are the currency of the blogosphere“ konstatieren auch Drezner/Farrell (2004), Assistenz-Professoren an der Universität von Chicago und der George Washington Universität. Vgl. DREZNER, D.W. / FARRELL, H. (2004): The Power and Politics of Blogs.

³³² PERSCHKE, R./LÜBKE, M. (2005), In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 7, S. 10

Softwaretechnische Verlinkungsformen in der Blog-Kommunikation

Prinzipiell sind in Weblogs verschiedene softwaretechnische Verlinkungsformen erkennbar, die in unterschiedlichen Kontexten zum Einsatz kommen und jeweils spezifische interaktionale Leistungen erbringen oder bestimmte kommunikative Funktionen übernehmen³³³. Um die Vernetzungslogik weblogbasierter Kommunikations- und Publikationsroutinen rekonstruieren zu können, können in Anlehnung an Hans-Jürgen Bucher – und um einige Aspekte erweitert - folgende Linktypen unterschieden werden³³⁴. Es handelt sich dabei um technische Merkmale, die wesentlich zum Aufbau von Relationen und damit zur Konstitution sowohl inhaltlich-textlicher als auch sozialer Netzwerke beitragen³³⁵:

- a. *Beitrags- oder Content-Links*, die direkt in einen Blog-Eintrag integriert sind und in erster Linie dazu dienen, auf eine bestimmte Bezugsquelle zu verweisen. Bezugsquellen können dabei ganz unterschiedlicher Natur sein: Quellenangaben zitierter Passagen, Verweise auf eigens kommentierte Beiträge anderer Weblog-Autoren oder Online-Medien oder auch auf thematisch verwandte Beiträge.³³⁶ Die funktionale Bestimmung dieses Linktyps ist in erster Linie die Rekonstruktion der Vorgeschichte eines Beitrags³³⁷ und dessen kontextuelle Einbettung, indem jegliche Bezugnahmen offengelegt werden und der Navigationspfad des Bloggers nachvollziehbar wird. Hyperlinks tragen in dieser Hinsicht wesentlich zu Transparenz und Orientierung im Rahmen weblogbasierter Kommunikation bei und erleichtern es dadurch den Online-Nutzern, sich bei der Nutzung des Formats zurechtzufinden bzw. die Blogosphäre als einen vertrauten Raum zu erleben.³³⁸ Besonders unterstützend wirkt in diesem Sinne der „*Permalink*“, dessen Verwendung die dauerhafte Erreichbarkeit einzelner Blog-Einträge garantiert und damit die Navigation innerhalb von Blogs sowie den Austausch zwischen den Bloggern wesentlich erleichtert. In technischem Sinn handelt es sich bei einem Permalink um eine spezifische Internetadresse, die für jeden Eintrag einzeln vergeben wird.³³⁹ Im Unterschied zu statischen Homepages ist somit nicht nur das gesamte Weblog, sondern jeder darin veröffentlichte Beitrag oder auch jeder Leser-Kommentar an sich mit einer eindeuti-

³³³ Bucher weist darauf hin, dass Hyperlinks prinzipiell – wie alle Zeichen – funktional mehrdeutig sind: „Derselbe Linktyp kann für verschiedene Kommunikationszusammenhänge stehen, und derselbe Kommunikationszusammenhang kann vom selben Linktyp generiert werden.“ BUCHER (2007), In: OBST (2007), Heft 72, S. 22

³³⁴ Diese systematische Differenzierung wurde in Anlehnung an Bucher herangezogen, wird aber durch eigenständige Ausführungen ergänzt. Vgl. BUCHER (2007), In: OBST (2007), Heft 72, S. 22f.

³³⁵ Vgl. dazu sowohl SCHMIDT (2006a), S. 48 als auch BUCHER (2007), In: OBST (2007), S. 22f.

³³⁶ Vgl. BUCHER (2007), In: OBST (2007), Heft 72, S. 22

³³⁷ Vgl. Ebd.

³³⁸ Vgl. KRAUSS (2008), In: Zerfaß/Welker/Schmidt [Hrsg] (2008), S. 332

³³⁹ Permalinks werden in modernen Weblogsystemen meist automatisch erzeugt, wenn ein neuer Eintrag veröffentlicht wird.

gen URL gekennzeichnet und kann dadurch jederzeit adressiert und referenziert werden. Mittels Permalink wird auch verhindert, dass Verweise im Nichts enden, weil der Ziel-Eintrag mit einem neuen Titel versehen, überarbeitet oder ins Archiv verschoben wurde.³⁴⁰

- b. *Kommentarlinks*, die innerhalb eines Weblogs auf die Leser-Kommentare zu einem bestimmten Beitrag verweisen.³⁴¹ Diese sind typischerweise am Ende jedes Blog-Eintrags positioniert und zeigen auch die Anzahl der zum jeweiligen Beitrag bereits verfassten Kommentare an. Kommentare sind im „Kommentarraum“ chronologisch geordnet und umfassen, laut Bucher, eine breite Palette kommunikativer Handlungen: „von Anerkennungsäußerungen, expliziter Ablehnung oder Zustimmung über Ergänzungen zu einem Beitrag und Gegenargumentationen bis zu Hinweisen auf Verstehensprobleme“³⁴².
- c. *Trackbacks*, die eine Art rückwärtige Links darstellen, „gewissermaßen in die Nachgeschichte eines Beitrags verweisen“³⁴³ und in zweifacher Hinsicht funktional sind: Zum einen eröffnen sie dem Leser den Zugang zu jenen Beiträgen, die auf den entsprechenden Blog-Beitrag reagiert haben und erleichtern ihnen damit die Nachverfolgung der Verbreitung von Informationen in „verteilten Konversationen“³⁴⁴. Zum anderen haben sie eine unterstützende Wirkung auf die Interaktion zwischen Bloggern.³⁴⁵ Ein Trackback wird als Link oder kurze Nachricht an den Ursprungs-Eintrag angehängt, um eine Verbindung zwischen dem Autor eines bestimmten Eintrags und einem anderen Blogger, der sich in seinem Weblog bzw. seinem Post auf eben dieses ursprüngliche Posting bezieht, herzustellen.³⁴⁶ Der Informationsaustausch zwischen den Weblogsystemen erfolgt mittels Ping³⁴⁷. Die Trackback-Funktion ist also eine Art automatischer Benachrichtigungsdienst und ermöglicht es den Weblog-Betreibern festzustellen, ob und in welchen anderen Weblogs auf eigene Einträge Bezug genommen wird und welche Reaktionen einzelne Beiträge ausgelöst haben. Die eingegangenen Trackbacks werden meist am Ende des jeweiligen Blog-Eintrags, zusammen mit den dazugehörigen Kommentaren angezeigt und müssen in der Regel den Namen des Referenz-Blogs, die Überschrift des Referenz-Eintrags, einen Auszug bzw. eine kurze Zusammenfassung des Beitrags und

³⁴⁰ Vgl. ARMBORST (2006), S. 49

³⁴¹ Vgl. BUCHER (2007), In: OBST (2007), Heft 72, S. 22

³⁴² Ebd.

³⁴³ Vgl. Ebd. S. 23

³⁴⁴ Vgl. SCHMIDT (2006a), S. 49

³⁴⁵ Vgl. ZERFASS, A./BOLTER, D. (2005), S. 38

³⁴⁶ Vgl. SEEBER, T. (2008), S. 20; ARMBORST, M. (2006), S. 48

³⁴⁷ Bei der Nutzung der Trackback-Funktion sendet jenes Blog, das auf ein anderes Bezug nimmt, einen so genannten „Trackback-Ping“ in Form eines HTTP Post Request an eine bestimmte URL des Ziel-Blogs.

dessen entsprechende Internetadresse (den Permalink) enthalten.³⁴⁸ Üblicherweise werden Trackbacks dann verwendet, wenn eine direkte Bezugnahme zu einem anderen Blog-Eintrag besteht und dieser bereits in Form eines Permalinks im eigenen Text hergestellt wurde. Auf der Grundlage dieser Interaktionstechnik können Informationen über Reaktionen auf einzelne Beiträge zwischen Weblogs ausgetauscht und die entsprechenden Kommentare auf allen beteiligten Webseiten publik gemacht werden.³⁴⁹ Prillinger beschreibt den Trackback in diesem Sinn als eine Art „remote comment“³⁵⁰, als ein indirekter bzw. entfernter Kommentar: „I mean that you read my article and want to respond to it; but you don't want to respond by merely posting a short comment on my site, instead you want to respond through a longer article of your own on your own weblog [...] Trackbacks allow you to do just that“³⁵¹

- d. Die *Blogroll*, welche als relativ weit verbreitetes Blog-Feature, „den Aufbau von Relationen durch die Aggregation verschiedener Quellen unterstützt“³⁵². Die Blogrolls ist eine, meist in einer rechten oder linken Randspalte platzierte Liste der persönlichen Blog-Favoriten bzw. der für den Weblog-Betreiber relevanten Webseiten, die er entweder als thematisch verwandt auffasst, selbst regelmäßig liest oder einfach nur weiterempfehlen möchte.³⁵³ Während sich die genannten Linktypen vor allem auf Einzelbeiträge in Weblogs beziehen und laut Bucher somit einen „thematisch zusammenhängenden Hypertext konstituieren“, verweisen die Links der Blogroll auf ganze Homepages bzw. Weblogs insgesamt. Aufgrund ihrer relativ dauerhaften Platzierung auf der Hauptseite eines Weblogs, besitzen diese Relationen für Schmidt „einen stärkeren Stellenwert gegenüber den vergleichsweise flüchtigen Verweisen in den Einzelbeiträgen, die nach einer gewissen Zeit von der Startseite verschwinden und nur noch im Archiv aufzufinden sind“³⁵⁴. Oftmals ist auch die persönliche Bekanntschaft bzw. Freundschaft zu einem anderen Weblog-Betreiber der Grund für die Aufnahme bestimmter Weblogs in die Blogroll.³⁵⁵ Die Aufnahme in die Blogroll ist laut Fischer eigentlich als Empfehlung zu verstehen.³⁵⁶ Indem der Blogger seine Quellen bzw. Lese-Vorlieben öffentlich macht, liefert er zudem indirekt Hinweise bezüglich seiner Person und erleichtert die Einschätzung der Glaubwürdigkeit sowie der Relevanz der Blog-Einträge. Sind die thematischen Schwerpunkt-

³⁴⁸ Vgl. FISCHER, E. (2007), S. 44

³⁴⁹ Vgl. ZERFASS, A./BOLTER, D. (2005), S. 38

³⁵⁰ Vgl. PRILLINGER, H. (2004): In: *The Aardvark Speaks*.

³⁵¹ Vgl. PRILLINGER (2004) In: *The Aardvark Speaks*.

³⁵² Vgl. SCHMIDT (2006a), S. 49

³⁵³ Vgl. BUCHER (2007), In: OBST (2007), S. 23

³⁵⁴ SCHMIDT (2006a), S. 49

³⁵⁵ Vgl. Ebd.

³⁵⁶ Vgl. FISCHER, E. (2007), S. 43

setzungen der in der Blogroll empfohlenen Blogs ähnlich, kommt es außerdem zu einer Informationsverdichtung im Weblog.³⁵⁷

Diese Ausführungen machen deutlich, dass sich mit der Nutzung des Weblog-Formats auf der Basis bestimmter softwaretechnischer Funktionen (Permalink, Trackback, Kommentarfunktion, Blogroll) spezifische Regeln im Umgang mit Hyperlinks herausgebildet haben, die – indem sie auf die Verbindung zwischen den einzelnen Blogs bzw. auf die explizite Referenzierung anderer Online-Quellen in Beiträgen oder Kommentaren zielen – auch wesentlich die Gestalt der Blogosphäre als übergreifendes Kommunikationsnetz miteinander verbundener Weblogs beeinflussen und die weblogbasierte Kommunikation insgesamt zu einem dynamischen Prozess machen.³⁵⁸

Bevor im Anschluss die Blogosphäre in quantitativer Hinsicht näher beleuchtet wird, sollen abschließend die kommunikativen Funktionen von Weblogs im Überblick zusammengefasst werden. Da das Weblog-Format sowohl Merkmale bestehender Medienformate übernimmt als auch bestimmte innovative Schemata der aktuellen Internet-Kommunikation in sich vereint – und damit, wie auch Christian Eigner mit dem Begriff „Oszillationsmedium“ ausdrückt, wie keine andere Online-Kommunikationsform, die Möglichkeiten computervermittelter Kommunikation ausschöpft – sind sie laut den Kommunikationstheoretikern Bucher/Büffel³⁵⁹, medienhistorisch betrachtet, die logische Konsequenz aus der bisherigen Internetentwicklung. Es sind folgende *kommunikativen Funktionen*, die die Autoren dem Weblog-Format zuschreiben:³⁶⁰

- Individualisierung der Kommunikation
- Reflexivität hinsichtlich der Medienkommunikation
- Verlinkung und Vernetzung der Webkommunikation
- Filterung und Selektion von Medienkommunikation
- Interaktivität der Beteiligten
- Aufhebung der Grenzen zwischen Rezipient und Produzent und damit auch zwischen Profis und Laien.

3.1.5. Die Blogosphäre – Eine Bestandsaufnahme

Aufgrund der dichten Verflechtung von Inhalten, Kommentaren und automatischen Referenzen in Weblogs, hat sich in den letzten Jahren ein dicht gespanntes, globales

³⁵⁷ Vgl. Ebd.

³⁵⁸ Vgl. PERSCHKE, R./LÜBKE, M. (2005), In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 7, S. 10

³⁵⁹ Vgl. BUCHER, H.J./BÜFFEL, S. (2006), In: Picot, A./Fischer, T. [Hrsg.] (2006), S. 135

³⁶⁰ Ebd.

Netzwerk aus Blogs herausgebildet, das in seiner Gesamtheit als „*Blogosphäre*“ bezeichnet wird³⁶¹ bzw. als „Kosmos, in dem Blogger und Blog-Nutzer kommunizieren“.³⁶²

Die Bedeutung der Blogosphäre als soziales Kommunikationsnetz steht im Zentrum vieler netzwerkzentrierter Untersuchungen zum Thema Weblog, die sich vorrangig mit der spezifischen Gestalt und Dynamik der Blogosphäre im Vergleich zu anderen internetbasierten Kommunikationsformen, die ebenfalls einen Netzwerk-Charakter aufweisen (wie zum Beispiel Diskussionsforen), beschäftigen und bestimmte Merkmale herauszufiltern versuchen.³⁶³ In einer solchen Perspektive ist die Blogosphäre nicht bloß als „die Summe von Schreibern und ihren Lesern, sondern als kommunikatives Netz“³⁶⁴ zu verstehen, im Rahmen dessen bekannte Rollenverteilungen ihre Striktheit verlieren und ein permanenter Rollenwechsel von Kommunikator zu Rezipient und umgekehrt möglich wird. Viele Blog-Besucher sind selbst Blogger oder „zumindest aktive Nutzer, die mit Bloggern über die Kommentar-Sektion innerhalb von Blogs oder auch per E-Mail in Kontakt treten“³⁶⁵, sodass es wenig sinnvoll erscheint, Blog-Besucher auf die Rolle von ausschließlichen Medien-Konsumenten zu reduzieren.

Vermessungsversuche der Blogosphäre

Aufgrund von prinzipiellen Abgrenzungs- und Messproblemen, stellt es nach wie vor eine große Schwierigkeit dar, die tatsächliche Anzahl der aktiven Blogger und damit die Quantität der Blogosphäre zu bestimmen - ein Aspekt auf den in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung immer wieder mit Nachdruck verwiesen wird.³⁶⁶ Da kein zentrales Gesamtverzeichnis aller Weblogs und deren Betreiber existiert, ist man bei der Bestimmung der Blogosphäre in Bezug auf deren exakte Zusammensetzung und Größenordnung in erster Linie auf Schätzungen und Behelfsvariablen angewiesen³⁶⁷, die nur ein ungefähres Bild zu vermitteln im Stande sind. Dies muss bei der Betrachtung der im Folgenden genannten Zahlen unbedingt berücksichtigt werden.

Eine Möglichkeit die Blogosphäre quantitativ zu erfassen, ist der Rückgriff auf die Daten der, bei diversen Weblog-Hosts registrierten Blog-Betreibern - soweit diese zur Analyse freigegeben werden oder von sich aus aufbereitet und veröffentlicht werden. Die Anzahl jener Blog-Betreiber, die ihr Weblog durch die Verwendung vorgefertigter Skripten auf einem privaten Server oder gemieteten Speicherplatz unterhalten, ist da-

³⁶¹ Vgl. ZERFASS, A./ BOLTER, D. (2005), S. 20; SCHMIDT, J./ SCHÖNBERGER, K./ STEGBAUER, C. (2005) In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 4, S. 1

³⁶² ARMBORST, M. (2006), S. 70

³⁶³ Vgl. SCHMIDT, J./ SCHÖNBERGER, K./ STEGBAUER, C. (2005) In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 4, S. 3f.

³⁶⁴ ARMBORST, M. (2006), S. 70

³⁶⁵ ARMBORST, M. (2006), S. 70

³⁶⁶ Vgl. ZERFASS, A./BOLTER, D. (2005), S. 44; SCHMIDT, J. (2006a), S. 15; ARMBORST, M. (2006), S. 71

³⁶⁷ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 15

mit allerdings unmöglich zu bestimmen, da diese von den Blog-Hosts nicht erfasst werden.

Ein anderer Weg sich einer Quantifizierung der aktiven Blogosphäre anzunähern, ist die weit verbreitete Methode des so genannten „ping-Verfahrens“, auf der Blog-Verzeichnisse wie Technorati³⁶⁸ oder Blogpulse³⁶⁹ basieren. Dabei wird im Fall der Aktualisierung eines Weblogs - soweit es entsprechend konfiguriert ist - ein Signal (der „Ping“) inklusive einiger Daten bezüglich der Aktualisierung an einen oder mehrere zentrale Webserver übermittelt. Die jeweilige Suchmaschine wird mit Hilfe dessen automatisch über jede Aktualisierung informiert und kann die über den Ping aggregierten Daten indizieren, speichern und für Suchabfragen entsprechend aufbereiten. Aber auch hier gilt, dass all jene Weblog-Angebote, die kein Ping-Signal senden, in den Verzeichnissen der Suchmaschinen nicht erfasst werden, wodurch damit zu rechnen ist, dass die mittels dieser technischen Funktion zu erhebenden Zahlen, die tatsächliche Verbreitung von Weblogs tendenziell eher unterschätzen.³⁷⁰

Technorati zählt zu den bekanntesten, auf Weblogs spezialisierte Meta-Suchmaschinen und stellt die derzeit umfangreichste und zuverlässigste Quelle für anbieterübergreifende Daten in Bezug auf die Quantität und Aktualisierungshäufigkeit von Weblogs dar.³⁷¹ Der Bericht zum „State of the Blogosphere“ der seit 2004 mindestens ein Mal jährlich veröffentlicht wird³⁷², stellt eine umfassende, allerdings relative Bestandsaufnahme der Blogosphäre dar. Die Internet-Analysten von Technorati greifen in ihrem jüngsten Bericht nicht nur auf die, mittels Ping-Verfahren, technisch generierte Datenbank der registrierten Weblogger zurück, sondern erstmals auch auf Ergebnisse einer Befragung von Bloggern (N=1290, aus 66 Ländern). Bei der Interpretation der Daten muss berücksichtigt werden, dass nur über 18-Jährige und zudem nur registrierte Technorati-Nutzer an der Befragung beteiligt waren. Man muss somit davon ausgehen, dass die Resultate eine gewisse Verzerrung aufweisen. Ich möchte an dieser Stelle einige Ergebnisse der Technorati-Berichte aus den letzten Jahr vergleichend herausgreifen, um einen kurzen Überblick über den zeitlichen Verlauf in Hinblick auf das quantitative Wachstum der Blogosphäre in einer globalen Perspektive zu geben.

Im Oktober 2004 registrierte die Blog-Suchmaschine insgesamt 4 Millionen Weblogs.³⁷³ Ein Jahr später hatte sich die Anzahl der verzeichneten Blogs mit 19,6 Millionen bereits

³⁶⁸ <http://www.technorati.com/>

³⁶⁹ <http://www.blogpulse.com/>

³⁷⁰ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 16

³⁷¹ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 16; NEUBERGER, C./NUERNBERGK, C./RISCHKE, M. (2007) In: Media Perspektiven 2/2007, S. 97

³⁷² Ein Überblick aller „State of the Blogosphere“- Berichte findet sich unter: SIFRY, D. (2007): Sifry's Alerts. David Sifry ist Gründer und ehemaliger Vorstandschef von Technorati.

³⁷³ Vgl. SIFRY, D. (2004): State of the Blogosphere 2004. In: Sifry's Alerts

beinahe verfünffacht.³⁷⁴ Von den damals etwa 70.000 täglich neu hinzukommenden Angeboten wurden allerdings bis zu 8 Prozent als „Spam Blogs“³⁷⁵ identifiziert.³⁷⁶ Eine knappe Verdreifachung verzeichnete Technorati mit 57 Millionen Registrierungen bis Oktober 2006.³⁷⁷ Ein halbes Jahr darauf im April 2007 stieg die Zahl auf 70 Millionen Weblogs an. Im derzeit aktuellsten Bericht, der im September 2008 veröffentlicht wurde, gab Technorati die Anzahl der indexierten Weblogs aus aller Welt mit rund *133 Millionen* an, was einer knappen Verdoppelung in einem Zeitraum von 17 Monaten entspricht.³⁷⁸ War zwischen Oktober 2004 bis Oktober 2006 noch durchschnittlich alle fünf bis sieben Monate eine Verdoppelung der Weblog-Angebote zu verzeichnen, hat sich der Verdoppelungs-Zeitraum mittlerweile deutlich erhöht. Dieser, seit Ende 2006 ersichtliche Trend, lässt darauf schließen, dass trotz eines nach wie vor durchaus kontinuierlichen Wachstums der Blogosphäre, die Steigerungsrate in Hinblick auf neu registrierte Weblogs allmählich zurückgeht. David Sifry, Gründer und Vorstandschef von Technorati begründete diesen Rückgang damit, dass die Methoden zur Identifikation von Spam Blogs inzwischen soweit verbessert haben, dass ein entscheidend Großteil dieser nicht tatsächlich existierenden Weblogs aus dem Index herausfällt.³⁷⁹

Neben technisch generierten Datenerhebungen, wie sie Technorati oder auch Blogpulse (93,3 Millionen Blogs im Oktober 2008)³⁸⁰ durchführen, sind es zudem auch Ergebnisse von Umfragen, die Aufschluss über die Größe der weltweiten Blogosphäre geben.

Die Medienagentur Universal McCann³⁸¹ schätzte, auf der Basis einer repräsentativen Befragung von insgesamt 17.000 aktiven Internet-Nutzern aus 29 Ländern zu Angebot und Nutzung von Social Software im März 2008, die Anzahl der weltweit existierenden Weblog-Angebote auf *184 Millionen*.³⁸² Die Studie ist allerdings nicht unumstritten, da (a) grundsätzlich nur Internet-Nutzer zwischen 16 und 54 Jahren, (b) die als „heavy user“ (d.h. einmal täglich das Internet benutzen), befragt wurden und die Untersuchung damit auf der Grundlage eines kleinen Teils der Bevölkerung basiert. Detaillierte Angaben zum methodischen Vorgehen der Studie fehlen zudem in der Publikation der Re-

³⁷⁴ Vgl. SIFRY, D. (2005): State of the Blogosphere 2005. In: Sifry's Alerts

³⁷⁵ *Spam Blogs* oder auch *Sblogs* sind in der Regel reine Werbeseiten, die meist mit gezielten Links zu den offiziellen Internetangeboten der entsprechenden Unternehmen versehen werden und vor allem dazu eingesetzt werden, die Suchmaschinen-Rankings der Anbieter zu verbessern. Vgl. ARMBORST, M. (2006), S. 67 siehe auch SIFRY, C. (2005)

³⁷⁶ Der prozentuelle Anteil an Spam-Blogs wird im aktuellen Bericht von Sep. 2008 nicht dezidiert angegeben. Sifry schreibt allerdings seiner Zusammenfassung der Ergebnisse: „we've done a LOT of culling spam blogs, and the number of bloggers keeps growing!“ vgl. SIFRY, D. (2008): Technorati's State of the Blogosphere 2008. In: Sifry's Alerts

³⁷⁷ SIFRY, D. (2006): State of the Blogosphere 2006. In: Sifry's Alerts

³⁷⁸ TECHNORATI (2008): State of the Blogosphere 2008.

³⁷⁹ Vgl. SIFRY, D. (2006) In: Sifry's Alerts

³⁸⁰ vgl. Nielsen BuzzMetrics: Blogpulse Stats, Stand: 31. 10.2008 [<http://www.blogpulse.com/>] Die aktuelle Zahlen der registrierten Weblogs, der täglich neu hinzukommenden Blogs sowie der innerhalb der letzten 24 Stunden indexierten Blog-Einträge sind allerdings immer nur auf der Hauptseite ersichtlich. Vergleichsdaten zu vorherigen Messungen werden nicht bereitgestellt.

³⁸¹ Vgl. Online-Auftritt von UNIVERSAL McCANN: <http://www.universalmccann.com/>

³⁸² UNIVERSAL McCANN (2008), S. 5

sultate weitgehend, sodass eine entsprechende Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse nur begrenzt gegeben ist.

Viele der Befragungen über Weblogs werden aus vorrangig kommerziellen Interessen durchgeführt, deren Ergebnisse nur in Auszügen vorliegen. Bestimmte Trends werden zum Teil besonders zugespitzt präsentiert. Die unterschiedlichen Kategorien, mit denen Weblogaktivitäten erfasst werden sowie die oftmals fehlende Repräsentativität der Untersuchungen, erschweren die Vergleichbarkeit eines Großteils der Befragungen deutlich.³⁸³

Ein anderer Indikator für das Wachstum der Blogosphäre stellt neben der technisch erfassten Anzahl der Weblog-Registrierungen, die Zahl der verfassten Blog-Beiträge (posting volume) dar, die im Durchschnitt pro Tag veröffentlicht werden. Auch hier ist in jüngster Zeit eher eine quantitative Abschwächung erkennbar: Im Oktober 2004 waren es laut Technorati im Durchschnitt 400.000 Beiträge die täglich publiziert wurden. Zwischen Oktober 2005 und April 2007 hielt sich die Zahl konstant über einer Million, bis sie im September 2008 auf 900.000 pro Tag verfasste Blog-Einträge und damit auf den Stand von Juli 2005 zurückfiel.³⁸⁴ Prinzipiell waren bei bestimmten signifikanten Ereignissen, wie beispielsweise der Israel-Hisbollah-Konflikt im Sommer 2007, deutliche Ausschläge des Posting Volumens nach oben zu verzeichnen.³⁸⁵

Die regelmäßige Aktualisierung, d.h. das regelmäßige Verfassen und Bereitstellen neuer Einträge im eigenen Weblog, zählt zu den zentralen Charakteristika des Weblog-Formats. Dem Kriterium der Aktualität muss daher, gerade in Hinblick auf die Quantifizierung der Blogosphäre, ein besonders hoher Stellenwert beigemessen werden. Die Aktualisierungshäufigkeit von Weblogs, gibt Aufschluss darüber, wann ein neuer Blog-Beitrag veröffentlicht wird und damit auch darüber, wie aktiv ein Blogger sein Weblog betreibt.

Von den insgesamt 133 Millionen im September 2008 auf Technorati registrierten Weblogs wurde in lediglich 5,5 Prozent (7,4 Millionen) innerhalb der letzten 120 Tage und nur in 1,1 Prozent (1,5 Millionen) im Zeitraum von sieben Tagen, ein neuer Blog-Eintrag veröffentlicht.³⁸⁶ Diese Zahlen sind erstaunlich, vor allem wenn man sie mit jenen aus dem Jahr 2006 vergleicht. Im Oktober 2006 waren es beachtliche 55 Prozent der insgesamt 57 Millionen registrierten Blogs, die innerhalb der letzten drei Monate einen neuen Beitrag gepostet hatten.³⁸⁷ Über den Anteil der inaktiven Blogs gibt es sich prinzipiell sehr unterschiedliche Angaben. Auch in Bezug auf die Frage: „Ab wann gilt ein

³⁸³ Vgl. NEUBERGER, C./NUERNBERGK, C./RISCHKE, M. (2007), In: Media Perspektiven 2/2007. S. 97

³⁸⁴ Vgl. TECHNORATI (2008)

³⁸⁵ Vgl. SIFRY, D. (2007) In: Sifry's Alerts

³⁸⁶ Vgl. TECHNORATI (2008)

³⁸⁷ SIFRY, D. (2006) In: Sifry's Alerts

Weblog als inaktiv?“ lassen sich durchaus divergierende Meinungen feststellen.³⁸⁸ Die von Technorati zuletzt bereitgestellten Daten zur Aktualisierungshäufigkeit von Weblogs verstärken allerdings die Annahme, dass ein großer Teil der neu eingerichteten Blogs relativ früh verwaist. Bereits im Jahr 2003 ergab eine von der amerikanischen Beratungsfirma Perseus durchgeführte Studie³⁸⁹, dass etwa zwei Drittel der untersuchten Weblogs (N = 3.634, aus acht der damals führenden Weblog-Anbietern) seit mindestens zwei Monaten nicht mehr aktualisiert worden waren. Geht man nun davon aus, dass Weblogs, die seit mindestens vier Monaten nicht mehr aktualisiert wurden, als inaktiv gelten, dann beläuft sich laut Technorati, der Anteil der inaktiven Blogs derzeit weltweit auf über 90 Prozent.

Nachdem es bei den bisherigen Ausführungen zur Blogosphäre in erster Linie darum ging, einen kurzen Gesamtüberblick über das Wachstum und die Größenordnung der Blogosphäre in einer globalen Perspektive zu geben, soll nun genauer auf die Gemeinsamkeiten und Unterschiede der US-amerikanischen und der deutschsprachigen Blogosphäre eingegangen werden. Hierbei geht es zunächst um die Darlegung aktueller Daten zur Weblog-Nutzung in den USA sowie im deutschen Sprachraum. Neben den Unterschieden in Bezug auf die Nutzungsintensität und Akzeptanz des Weblogformats, lassen sich vor allem Differenzen feststellen, wenn es um den Politisierungsgrad der Blogosphären in den jeweiligen Regionen geht. Abschließend in diesem Kapitel, soll auf die soziodemographischen Merkmale von Blog-Betreibern eingegangen werden, um ein ungefähres Bild der typischen Weblog-Nutzer darzulegen.

Die US-amerikanische und die deutschsprachige Blogosphäre im Vergleich – Aktuelle Daten zur Weblog-Nutzung

Laut *Technorati* liegt Nordamerika mit einem Anteil von 48 Prozent der insgesamt 133 Millionen registrierten Weblogs an der Spitze im Vergleich zu den anderen Regionen der Welt.³⁹⁰ Europa steht mit rund 27 Prozent an zweiter Stelle, gefolgt von Asien (13 Prozent), Südamerika (7 Prozent), Australien (3 Prozent) und Afrika (knapp 1 Prozent).

Diese Daten geben allerdings, wie bereits besprochen lediglich Auskunft über die bei der Meta-Suchmaschine registrierten Weblogs. Wenn es darum geht, genaueres über die Weblog-Nutzung und das Akzeptanzniveau des Medienformats in einer länderspezifischen Perspektive herauszufinden, lassen sich durchaus zuverlässigere Quellen finden, die gesonderte Daten bereitstellen. Wie auch die von

³⁸⁸ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 15; ARMBORST, M. (2006), S. 71f.

³⁸⁹ Perseus berechnete, auf der Basis einer Zufallsstichprobe von 3.634 untersuchten Weblogs, die auf den acht damals führenden Blog-Hostern registriert waren, eine Gesamtzahl von insgesamt 4,12 Millionen Blogs im Jahr 2003. Vgl. HENNING, J. (2004)

³⁹⁰ Südamerika 7%; Australien 3%; Afrika 1%; Asien 13%

Neuberger/Nuernbergk/Rischke (2007) durchgeführte Metastudie zeigt, basiert ein Großteil der bereits existierenden Studien zu Angebot und Nutzung von Blogs, auf Internet- oder Telefonbefragungen.³⁹¹ Ich werde in den folgenden Ausführungen in erster Linie repräsentative und aktuelle Studien heranziehen, um möglichst aussagekräftige Ergebnisse darzustellen.

In Bezug auf die USA sind es die Untersuchungen des Pew Internet & American Life Projects³⁹², die seit einigen Jahren wichtige Hinweise auf die Weblog-Nutzung in den Vereinigten Staaten geben. Nach Umfragen des US-amerikanischen Forschungszentrums betrug der Anteil an erwachsenen amerikanischen Internet-Nutzern, die ein Weblog führen, im Jahr 2006 acht Prozent, was etwa 12 Millionen Menschen entsprach.³⁹³ Laut aktuelleren Erhebungen vom Mai 2008³⁹⁴ unterhalten mittlerweile bereits 12 Prozent der amerikanischen Internet-Nutzer (ab 18 Jahren), ein eigenes Weblog, wobei es lediglich 5 Prozent sind, die täglich bloggen. Der Anteil an Blog-Lesern liegt derzeit bei einem Drittel der amerikanischen Onlinern bzw. bei 24 Prozent der erwachsenen Bevölkerung.

Im deutschen Sprachraum ist die Weblog-Nutzung im Vergleich zu den USA immer noch etwas geringer ausgeprägt, wie durch das Heranziehen aktueller länderspezifischer Umfrageergebnisse aus Deutschland und Österreich ersichtlich wird. Leider lassen sich keine zuverlässigen Quellen repräsentativer Untersuchungen zur Weblog-Verbreitung und Nutzung in der Schweiz finden, so dass die weiteren Ausführungen vor allem Deutschland und Österreich beschränkt bleiben müssen.

Laut der *ARD/ZDF-Onlinestudie 2008* lässt sich unter den deutschen Onlinern (ab 14 Jahren) derzeit eine *Weblog-Nutzung* von lediglich *sechs Prozent* feststellen. Es sei allerdings angemerkt, dass Bezeichnung „Nutzung“ hier sowohl den passiven Gebrauch von Weblogs, d.h. das reine Lesen von Blog-Einträgen bzw. das Abrufen von Informationen, wie auch die aktive Betätigung in Weblogs, d.h. die Kommentierung fremder Blog-Beiträgen, aber auch die Produktion eigener Blog-Inhalte umfasst.³⁹⁵ Während in der Untersuchung des Pew Internet & American Life Projects die Anteile der Weblog-Betreiber und der Weblog-Leser jeweils gesondert erhoben wurden, differenziert die ARD/ZDF-Onlinestudie lediglich zwischen den passiven Weblog-Nutzern - also reinen Blog-Lesern, und den aktiven - d.h. jenen, die bereits entweder eigene Beiträge oder Kommentare verfasst haben: Von den insgesamt sechs Prozent (2,56 Mio.) der deut-

³⁹¹ Vgl. NEUBERGER, C./ NUERNBEGK, C./RISCHKE, M. (2007) In: Media Perspektiven 2/2007. S. 96-112

³⁹² Vgl. Online-Auftritt des PEW INTERNET & AMERICAN LIFE PROJECTS: <http://www.pewinternet.org/>

³⁹³ Vgl. LENHART, A./FOX, S. (2006), S. i

³⁹⁴ Vgl. SMITH, A. (2008): New Numbers for blogging and blog readership. Pew Internet Post.

³⁹⁵ Vgl. GSCHEIDL, C./FISCH, M. (2007): Onliner 2007: Das „Mitmach-Netz“ im Breitbandzeitalter In: Media Perspektiven 8/2007, S. 401

schen Internet-Nutzer, die bereits Weblogs genutzt haben, sind 61 Prozent reine Blog-Leser (entspricht 1,56 Mio. Personen) und 39 Prozent (oder 998.000 Personen) haben sich bereits aktiv in Weblogs beteiligt, indem sie entweder eigene Beiträge oder Kommentare verfasst haben.³⁹⁶ Da das Verfassen eigener Beiträge und die bloße Nutzung der Kommentarfunktion in fremden Weblogs nicht gesondert abgefragt wurde, gibt die Studie keine Auskunft über den alleinigen Anteil jener Personen, die eigene Blog-Einträge publiziert haben und damit eher als Blog-Betreiber identifiziert werden können. Es können daher hieraus keine absoluten Zahlen in Bezug auf das Angebot deutscher Weblogs abgeleitet werden. Interessant ist aber, dass die Studie eine, im Vergleich zur Vorjahreserhebung (für das Jahr 2007 wurde noch eine Weblog-Nutzung von 11 Prozent ermittelt³⁹⁷), leicht rückläufige Akzeptanz in Hinblick auf die Nutzung von Weblogs verzeichnet.³⁹⁸ Während die Nutzeranteile fast aller anderen untersuchten Web 2.0-Anwendungen (Wikipedia, Videoportale, Fotoplattformen, private Netzwerklattformen, virtuelle Spielwelten) im letzten Jahr deutlich gestiegen sind, fällt das Akzeptanzniveau des Weblog-Formats auf jenes aus dem Jahr 2006 zurück.³⁹⁹ Für die Autoren selbst könnte die Ursache für den Rückgang der Blog-Nutzung u.a. im gestiegenen Erfolg von Communitys bzw. Netzwerklattformen liegen, da es zu Funktionsüberschneidungen kommt.⁴⁰⁰

Differenzierte Angaben zur Weblog-Nutzung in Deutschland sind der Allensbacher Computer- und Technikanalyse (ACTA)⁴⁰¹ 2008 zu entnehmen. Im Zuge einer umfassenden mündlich-persönlichen Befragung wurden für Deutschland ein Anteil an 10,8 Prozent der Internet-Nutzer ermittelt, die ein eigenes Weblog⁴⁰² betreiben, womit es derzeit hochgerechnet in etwa vier Millionen deutsche Weblog-Betreiber gibt.⁴⁰³ Diese Zahlen scheinen auf den ersten Blick sehr hoch. Blickt man allerdings ein wenig in die Tiefe, ergibt sich ein etwas relativiertes Bild: Von den insgesamt 10,8 Prozent ermittelten Weblog-Betreibern, sind es lediglich 18,9 Prozent, die es auch regelmäßig⁴⁰⁴ aktualisieren. Mehr als die Hälfte gibt hingegen an, ihr eigenes Weblog „nur ganz selten“ zu

³⁹⁶ Vgl. FISCH, M. / GSCHEIDL, C. (2008): Mitmachnetz Web 2.0.: Rege Beteiligung nur in Communities. In: Media Perspektiven 7/2008, S. 358

³⁹⁷ Vgl. GSCHEIDL, C./FISCH, M. (2007), In: Media Perspektiven 8/2007. S. 393-405

³⁹⁸ Vgl. FISCH/GSCHEIDL (2008), In: Media Perspektiven 7/2008, S. 358

³⁹⁹ Vgl. FISCH, M./GSCHEIDL, C. (2008), S. 357

⁴⁰⁰ Vgl. Ebd. S. 363

⁴⁰¹ Die ACTA dokumentiert die Ausbreitung der neuen Technologien in den privaten Haushalten, die Entwicklung der Nutzung und die Auswirkungen auf das Informations- und Konsumverhalten und wird seit 1997 jährlich vom Institut für Demoskopie Allensbach durchgeführt. [Online-Quelle: <http://www.acta-online.de/>]

⁴⁰² Vgl. KÖCHER, R. (2008): Veränderungen der Informations- und Kommunikationskultur. S. 27

⁴⁰³ Diese Angabe bezieht sich auf eine eigenständige Auswertung zur ACTA 2008, die mit Hilfe des Gruner + Jahr Online-Zählservice (Medienplanungstool) erstellt wurde. Siehe dazu: <http://www.gujmedia.de/?popup=zaehlservice>, am 07.11.2008. Mit dem Zählprogramm stehen individuelle Auswertungsmöglichkeiten diverser Studien zur Markt- und Mediaforschung zur Verfügung. Auch die ACTA 2007 steht für spezifischere Auswertungen bereit. Allgemeine Informationen unter G+J Media Sales [Online-Quelle: <http://www.gujmedia.de/services/zaehlservice/>].

⁴⁰⁴ Leider ist der Auswertung der ACTA 2008 nicht zu entnehmen, welches Zeitintervall genau unter „regelmäßig“ zu verstehen ist. Die Antwortmöglichkeiten zu der Variabel: „Ein eigenes Weblog betreiben“ lauten: a) Mache ich insgesamt, b) Mache ich häufiger/regelmäßig, c) Mache ich ab und zu, d) Habe ich noch nie gemacht.

betreiben. Wie bereits besprochen gilt die regelmäßige Aktualisierung als konstitutives Merkmal des Weblog-Formats. Soweit Daten über die Aktualisierungshäufigkeit erhoben werden, geben sie immer Aufschluss über tatsächlich aktiv betriebene Weblogs und sind daher wesentlich informativer. Da diese im Rahmen der ACTA abgefragt wurden, kommt man zu dem Ergebnis, dass lediglich zwei Prozent der deutschen Onliner (oder 770.000) aktive Weblog-Betreiber sind. In Bezug auf die Weblog-Leserschaft wurde insgesamt ein Anteil von 32,7 Prozent der deutschen Online-Nutzer ermittelt, welcher über 12 Millionen Blog-Lesern entspricht.

Für Österreich fallen die Nutzungszahlen für das Betreiben und das Lesen von Weblogs noch geringer aus als in Deutschland. Einen ersten Anhaltspunkt liefert der Austrian Internet Monitor (AIM) 2008, wonach lediglich zwei Prozent der befragten österreichischen Onliner bereits einen eigenen Blog-Eintrag verfasst haben.⁴⁰⁵ Das Verfassen von Weblog-Einträgen ist ein direkter Indikator für das Betreiben eines eigenen Weblogs. 69 Prozent der österreichischen Bevölkerung (ab 14 Jahren) nutzen das Internet, womit es laut AIM 4,7 Millionen Internet-Nutzer in Österreich gibt.⁴⁰⁶ Man kann daher schließen, dass es in etwa 94.000 österreichische Weblog-Betreiber gibt. Daten zur Weblog-Leserschaft werden im Rahmen dieser Erhebung leider nicht bereitgestellt.

Zu anderen Ergebnissen kommt man, wenn man die Erhebung zur Computer- und Internetnutzung der Statistik Austria für das Jahr 2008 heranzieht. Aufgrund einer Verordnung der Europäischen Union vom Juli 2007 über Gemeinschaftsstatistiken zur Informationsgesellschaft, die all jene Indikatoren festlegt, die zur Beschreibung der Informationsgesellschaft dienen und im Rahmen dessen u.a. auch die Erhebung all jener Einzelpersonen voraussetzt, die das Internet zum Lesen oder Unterhalten von Weblogs nutzen,⁴⁰⁷ können zudem die Untersuchungsergebnisse der Statistik Austria, als weitere zuverlässige Quelle für Daten in Bezug auf die Weblog-Nutzung in Österreich genutzt werden. Hier finden sich auch gesonderte Angaben zum Anteil an Blog-Lesern. Im Unterschied zum AIM ermittelte die Statistik Austria einen fünfprozentigen und damit höheren Anteil an Internet-Nutzern, die bereits selbst ein Weblog erstellt haben.⁴⁰⁸ Aus diesen Angaben gehen allerdings keine Daten bezüglich der Aktualisierungshäufigkeit der betriebenen Weblogs hervor. 18 Prozent der befragten Onliner, haben in den letzten drei Monaten vor dem Befragungszeitraum Weblogs gelesen. Laut den Erhebungen der Statistik Austria beträgt der Anteil an Internet-Nutzern in Österreich 71 Pro-

⁴⁰⁵ Vgl. AIM Consumer Presstext Quartal 1, (2008): Österreichische Internetnutzer im Web 2.0-Fiber.

⁴⁰⁶ Vgl. AIM Consumer Presstext Quartal 1, (2008).

⁴⁰⁷ Vgl. Amtsblatt der Europäischen Union: Verordnung (EG) Nr. 847/2007 der Kommission vom 19.07.2007 zur Durchführung der Verordnung (EG) Nr. 808/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates über Gemeinschaftsstatistiken zur Informationsgesellschaft.

⁴⁰⁸ Vgl. Pressemitteilung der Statistik Austria: Computer- und Internetnutzung: Ergebnisse 2008. S. 3

zent an der Bevölkerung zwischen 16 und 74 Jahren.⁴⁰⁹ Daraus ergeben sich für Österreich insgesamt 222.000 Weblog-Betreiber und über 790.000 Blog-Leser.

Länderübergreifend vergleichbare und repräsentative Ergebnisse liefert die Befragung (Basis: Vielnutzer des Internets zwischen 16 und 54 Jahren) von Universal McCann vom März 2008. Hier fallen die quantitativen Unterschiede zwischen der US-amerikanischen und der deutschsprachigen Blogosphäre keineswegs eindeutig aus. Für die USA ermittelte Universal McCann einen Anteil von 26,4 Prozent der aktiven Internet-Nutzer, die ein eigenes Weblog betreiben, wonach es in etwa 26 Millionen amerikanische Blogger geben müsste.⁴¹⁰ Im Vergleich dazu liegen Deutschland mit 27,8 Prozent (5,2 Mio.), Österreich mit 28,6 Prozent (0,3 Mio.) und die Schweiz mit 26,6 Prozent (0,5 Mio.) sogar über dem für die USA ermittelten Prozentsatz in Bezug auf den Anteil an befragten Internet-Nutzern, die angeben bereits einen Blog gestartet zu haben. Diese Angaben sind prinzipiell allerdings mit Vorsicht zu betrachten, da hier a) nur Vielnutzer des Internets befragt wurden⁴¹¹ und b) aus der Erhebung nicht hervorgeht, wie regelmäßig ein Blogger sein Weblog aktualisiert. Es muss also davon ausgegangen werden, dass es sich bei einem großen Teil der existierenden Blogs, um inaktive handelt⁴¹² und die Stichprobe prinzipiell einen höheren Anteil an Weblog-Nutzern begünstigt. Auch in Bezug auf die Weblog-Leserschaft lassen sich keine allzu großen Unterschiede zwischen den USA und den drei Ländern des deutschen Sprachraums feststellen: Während es in den USA 60,3 Prozent der Befragten waren, die angaben jemals einen Blog-Beitrag gelesen haben, wurde für Deutschland ein Anteil von 55,4 Prozent, für Österreich von 59,7 Prozent und für die Schweiz von sogar 63,2 Prozent ermittelt.⁴¹³

Diese Zahlen, die von Universal McCann ermittelt wurden, erscheinen im Vergleich zu den anderen Untersuchungsergebnissen allerdings deutlich überhöht. Aufgrund der Unterschiede bei der Datenaggregation und methodischer Differenzen (andere Grundgesamtheit als Basis der Untersuchungen, Stichprobenauswahl, Befragungszeiträume, Erhebungsmethodik etc.), ist eine direkte Vergleichbarkeit der dargestellten Untersuchungen nicht möglich. Diese Nebeneinanderstellung der aktuellen Studienergebnisse, soll in erster Linie einen Überblick über das vorhandene Datenmaterial in Hinblick auf bestehende Quantifizierungsversuche liefern und zudem deutlich machen, wie schwer nachvollziehbar die Entwicklung und Bestandsaufnahme der Blogosphäre prinzipiell ist. Zuverlässige Aussagen darüber, wie viele deutschsprachige oder amerikanische Weblogs es nun tatsächlich gibt, können mittels des vorhandenen Datenmaterials keine

⁴⁰⁹ Vgl. Ebd. S. 2

⁴¹⁰ Vgl. UNIVERSAL McCANN (2008)

⁴¹¹ Zur Erinnerung: unter „aktiven Internet-Nutzern“ werden nach Angaben von Universal McCann zufolge, all jene Personen verstanden, die täglich oder jeden zweiten Tag das Internet nutzen. Vgl. Universal McCann (2008), S. 6

⁴¹² Vgl. HENNING, J. (2004)

⁴¹³ Vgl. UNIVERSAL McCANN (2008), S. 18

gemacht werden. Mit Hilfe länderspezifischer Umfrageergebnisse zur Weblog-Nutzung kann man sich lediglich ein ungefähres Bild über den Verbreitungsgrad von Weblogs machen. Da die Blogosphäre nicht zentral organisiert ist und – wie es auch auf das Internet generell zutrifft – einem permanenten Wandel unterliegt, lassen sich nur schwer Aussagen über deren Größenordnung treffen, die über einen längeren Zeitraum hinweg gültig sind.

Zusammenfassend kann jedoch aufgrund der vorliegenden Untersuchungsergebnisse zur Weblog-Nutzung festgestellt werden, dass es zwischen der Blogosphäre in den USA und jener in Deutschland oder Österreich nach wie vor deutliche quantitative Differenzen gibt. Die international vergleichbare Studie von Universal McCann deutet allerdings darauf hin, dass diese durchaus nicht so eindeutig ausfallen, wie noch vor einigen Jahren.⁴¹⁴

3.1.6. Politisch orientierte Weblogs (Definition, Verortung, Ermittlung)

Die Bezeichnung „politisch orientierte Weblogs“ bezieht sich im Rahmen dieser Analyse auf *all jene Weblog-Angebote, die sich durch die Verbreitung und Behandlung von gesellschaftspolitischen Themen in Kombination mit einer starken Öffentlichkeitsorientierung von anderen Blog-Typen unterscheiden und sich durch die intensive Praktik des Filterns und Verlinkens im Umgang sowie der Nutzung des Medienformats hervorheben*. Indem sie das Netz wie auch andere Informationsquellen als Ausgangspunkt für eigene Reflexionen und Perspektivenartikulationen heranziehen, gesellschaftliche und politische Themen aufgreifen, traditionelle Medien und aktuelles politisches Geschehen kritisch beobachten, Hintergrundinformationen zusammenstellen, kommentieren, diskutieren und entsprechende Links anbieten, können politisch orientierte Weblogs als „Veranstaltungsort einer politikbezogenen Diskussion genutzt werden“⁴¹⁵. Da sie auf struktureller Ebene in der Regel durch eine hohe Anzahl an externen Verweisen charakterisiert werden, die dazu dienen den Leser auf bestimmte Aspekte aufmerksam und die eigenen Gedankengänge nachvollziehbar zu machen, können sie eher den Filter-Blogs als den journalartigen, meist sehr persönlich gehaltenen Weblogs zugeordnet werden:⁴¹⁶ „If personal blogs are focused inward, filter blogs are more outwardly focused. Their function is to direct readers to other websites or at least to bring information from those sites to readers' attention. When personal opinion is offered, it most often

⁴¹⁴ Vgl. dazu NEUBERGER, C./ NUERNBEGK, C./ RISCHKE, M. (2007). In: Media Perspektiven 2/2007. Die Autoren beziehen sich im Rahmen ihrer Metaanalyse der Ergebnisse empirischer Untersuchungen zur Weblog-Nutzung auf Studien die zwischen den Jahren 2003 und 2006 durchgeführt wurden.

⁴¹⁵ BIEBER, C. (2006), In: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen, Jg. 19, Nr. 2, S. 61 (S. 60-67)

⁴¹⁶ Vgl. TREMAYNE, M. (2007a): Harnessing the Active Audience: Synthesizing Blog Research and Lessons for the Future of Media. In: Ders. [Hrsg.] (2007): Blogging, Citizenship and the Future of Media. S. x; CORNFIELD, M./ CARSON, J./ KALIS, A./ SIMON, E. (2004): Buzz, Blogs and Beyond. The Internet and the National Discourse in the Fall 2004. S. 3; FRAAS, C. (2005) In: Fraas/Klemm (2005) [Hrsg.], S. 90

addresses a particular topic rather than events in the author's life“, konstatiert Tremayne, Professor für Journalismus an der Universität in Austin/Texas. Man muss allerdings davon ausgehen, dass es auch im Bereich des politischen Bloggings zu verschiedensten Mischformen kommt, die eine eindeutige Zuordnung in Filter- oder Journal-Blogs nicht immer möglich macht.

Die sich als „Politblogger“ konstituierende Gruppe von Weblog-Autoren, ist in sich keineswegs einheitlich. Politische Weblogs werden mittlerweile von den unterschiedlichen Akteuren mit verschiedensten Hintergründen und Nutzungsmotiven betrieben. Idealtypisch lassen sich drei Gruppen von politischen Bloggern voneinander unterscheiden, die mit der Nutzung von Weblogs im Rahmen politischer Kommunikationsprozesse jeweils unterschiedliche Ziele verfolgen: Zum einen sind es in zunehmendem Maße die Repräsentanten des politischen Systems, also Mandats- oder Funktionsträger oder auch ganze Parteigliederungen, die das neue Medienformat in erster Linie als einen zusätzlichen Kanal zur Darstellung ihrer politischen Konzepte sowie zur Kontaktaufnahme mit Wählern nutzen.⁴¹⁷ In den USA werden Politiker-Blogs zur Mobilisierung der eigenen Wählerschaft und mittlerweile auch sehr erfolgreich zum Sammeln von Wahlkampfspenden eingesetzt, was besonders auch im letzten Präsidentschaftswahlkampf 2008 deutlich wurde.⁴¹⁸ Bei der zweiten Akteursgruppe handelt es sich um journalistisch ausgebildete Weblog-Autoren, die ihren Blog entweder im Auftrag von massenmedial organisierten Medienangeboten oder als eigenständige Publikation veröffentlichen. Die dritte Gruppe der zivilgesellschaftlichen Weblog-Autoren stellt die für diese Arbeit relevanteste dar und ist zugleich auch die größte unter den Politbloggern. Hierbei handelt es sich um jene Blog-Betreiber, „die mit ihrem Weblog (auch) den Anspruch erheben, sich zu gesellschaftsrelevanten Themen zu äußern und zu einer allgemeinen Öffentlichkeit beizutragen, sich selbst aber nicht als Journalisten verstehen“⁴¹⁹. Im Rahmen dieser Analyse wird allerdings sowohl die Gruppe der Politiker-Weblogs als auch jene der Journalisten-Blogs - soweit diese eine reine Ergänzung zum Online-Auftritt eines klassischen Medienangebotes und kein unabhängiges Publikationsangebot darstellen - gänzlich außen vor gelassen. Im Fokus stehen vielmehr jene zivilgesellschaftlichen und von Privatpersonen betriebenen, politisch orientierten Weblogs, die von wirtschaftlichen und parteipolitischen Interessen weitgehend unabhängig sind und von mehr oder weniger journalistischen Laien unterhalten werden.

⁴¹⁷ Vgl. SCHMIDT, J. (2006b), S. 7

⁴¹⁸ Vgl. WALLSTEN, K. (2005): Political Blogs and the Blogger Who Blog them: An Analysis of the Who, What and Why of Political Blogging. S. 3

⁴¹⁹ SCHMIDT, J. (2006a), S. 120

Um Weblogs mit politischer Themenorientierung theoretisch einordnen zu können, erscheint es hilfreich die Differenzierung der unterschiedlichen Weblog-Typen nach Schmidt/Schönberger/Stegbauer⁴²⁰ heranzuziehen. Trotz einer enormen Themen- und Perspektivenvielfalt innerhalb der Blogosphäre lassen sich zentrale Einsatzzwecke und –felder erkennen, die zumindest einen Großteil des breiten Anwendungsspektrums von Weblogs abdecken. Die Autoren unterscheiden zwischen folgenden Weblog-Typen, die jeweils unterschiedliche kommunikative Funktionen übernehmen:

- Weblogs als persönliche Online-Tagebücher,
- Weblogs als Medien der (internen wie externen) Organisationskommunikation
- Weblogs als (quasi-) journalistische Publikationen und
- Weblogs als Medien der Expertenkommunikation und des persönlichen Wissensmanagements.

Verschiedene Studienergebnisse zeigen deutlich, dass die überwiegende Zahl der Weblogs in erster Linie zur Unterhaltung oder zur persönlichen Selbstdarstellung geführt wird. Das Medienformat dient hierbei als eine Art Online-Tagebuch für Alltägliches oder Privates und wird vor allem durch eher sehr persönlich gehaltene Kommentare sowie einer Vielzahl an selbstreferenziellen Einträgen charakterisiert, in denen die Thematisierung und Darstellung der eigenen Person im Vordergrund steht. Während Weblogs in Form von persönlichen Online-Journalen ihren Nutzern neue Möglichkeiten der Selbstpräsentation sowie der Pflege sozialer Beziehungen bieten und vor allem auch auf Veränderungen im Verhältnis von Privat und Öffentlich hindeuten⁴²¹, tangieren Weblogs als Instrument interner wie externer Organisationskommunikation einen anderen Kommunikationsbereich. Hierzu zählen Weblogs, die von Mitarbeitern im Auftrag von Firmen oder von Journalisten für klassische Massenmedien betrieben werden.⁴²² In diesem Bereich soll die Nutzung der Blog-Kommunikation in erster Linie zu einer Verbesserung von Kundenbeziehungen führen und Wissensarbeit erleichtern.⁴²³ Als Medien der Expertenkommunikation bzw. des persönlichen Wissensmanagements finden Weblogs in verschiedensten Bereichen Anwendung und werden von den unterschiedlichsten Berufsgruppen genutzt. Hierzu zählen zum Beispiel Blogs, die von Wissenschaftlern betrieben werden („Research Blogs“) ebenso, wie technologiefokussierte Weblogs, die die neuesten Technik-Entwicklungen thematisieren, so genannte „Blawgs“ oder „Lawblogs“, die Informationen über rechtliche Angelegenheiten bereitstellen oder auch

⁴²⁰ Vgl. SCHMIDT, J./SCHÖNBERGER, K./STEGBAUER, C. (2005) In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 4, S. 2

⁴²¹ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 10

⁴²² Vgl. SCHÖNBERGER, K. (2006), In: Schlobinski, P. [Hrsg.] (2006), S. 240f.

⁴²³ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 10

Weblogs, die als persönliche Lernjournale im schulischen Bereich bzw. im Rahmen von Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen zum Einsatz kommen.

Weblogs, die sich an der politischen Öffentlichkeit beteiligen, Informationen, Meinungen und Beurteilungen in den gesellschaftlichen Diskurs bzw. die politische Öffentlichkeit einspeisen und sich durch die Verarbeitung von gesellschaftlichen und politischen Themen in Kombination mit einer starken Öffentlichkeitsorientierung von anderen Typen unterscheiden, können dem Typus der (quasi-)journalistischen Publikationen zugeordnet werden. Denn laut Schmidt ist es gerade dieser Weblog-Typ, der aufgrund seiner inhaltlichen Ausrichtung und Themensetzung zwangsläufig in den klassischen Bereich des Journalismus eindringt,⁴²⁴ sich aber dennoch durch z.T. eigene Nutzungspraktiken und Gebrauchsmuster von den journalistischen Routinen unterscheidet. Auf die mittlerweile breit geführten Diskussion, ob und inwieweit das Weblogging als eine (neue) Form von Journalismus angesehen werden kann, kann im Rahmen dieser Arbeit nicht ausführlich eingegangen werden.

Zivilgesellschaftlich betriebene Weblogs tragen nicht nur zur Formierung der politischen und gesellschaftskritischen Öffentlichkeit bei, sondern können Menschen auch über Raum und Zeit hinweg miteinander vernetzen.⁴²⁵ Sie leisten nach Blood einen Beitrag zu „participatory media“⁴²⁶ und schaffen die Chance der Transformation vom passiven Publikum zur aktiv partizipierenden Öffentlichkeit, von passiven Konsumenten zu aktiven Akteuren, die unter gewissen Umständen tatsächlich Einfluss auf öffentliche Kommunikationsprozesse nehmen können⁴²⁷ und Abläufe der politischen Kommunikation zu verändern imstande sind⁴²⁸. Als niederschwelliges Publikationsformat sind Weblogs für politische engagierte Einzelpersonen und Gruppen gleichermaßen geeignet, ihre Anliegen zu artikulieren, Botschaften einem potentiell unbegrenzt großem Publikum zugänglich zumachen und damit (Teil-)Öffentlichkeiten „von unten“ aufzubauen.⁴²⁹ Ohne an die institutionalisierten Praxen des massenmedialen Diskurses gebunden zu sein, schließen sie an Themen öffentlicher Auseinandersetzungen an und bringen ihrerseits wiederum Themen in diese ein: „Weblogs tragen so zur Etablierung einer neuen Qualität von Medienkompetenz bei, die sich über individuelle Medienbeobachtung und Meinungsäußerung im öffentlichen Raum manifestiert“⁴³⁰, beschreibt Fraas deren Einfluss auf die vorhandenen Öffentlichkeitsstrukturen.

⁴²⁴ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 119

⁴²⁵ Vgl. SCHMIDT, J. (2005) nach Zerfass, A./Bolter, D. (2005), S. 28

⁴²⁶ Vgl. BLOOD, R. (2003), S. 3

⁴²⁷ Vgl. FRAAS, C. (2005), In: Fraas, C./ Klemm, M. [Hrsg.] (2005), S. 91

⁴²⁸ Vgl. SCHMIDT, J. (2006b), S. 8

⁴²⁹ Vgl. SCHMIDT, J. (2006b), S. 8

⁴³⁰ FRAAS, C. (2005), In: Fraas, C./ Klemm, M. [Hrsg.] (2005), S. 91

Im Rahmen einer definitorischen Festlegung von politisch orientierten Weblogs ist auch die Frage nach den Verfahrensweisen einer entsprechenden Identifizierung zu stellen. Um festzustellen, ob es sich bei einem Weblog um ein politisches handelt, kann zum einen untersucht werden, ob im jeweiligen Blog ein bestimmter prozentueller Anteil an politischer Diskussion gemessen am gesamten Inhalt festzustellen ist, wobei hierzu im Rahmen politikwissenschaftlicher Forschung noch keine allgemeinen Richtwerte festgelegt sind.⁴³¹ Diese Methode hat den Vorteil einer klaren Unterscheidung zwischen politischen und nicht-politischen Blogs, stellt insgesamt allerdings eine relativ aufwendige Verfahrensweise dar. Eine andere Methode zur Ermittlung politisch orientierter Weblogs, ist das Vertrauen in die Selbsteinschätzung der Blog-Autoren, die einerseits über so genannte „Keywords“, andererseits mittels direkter Befragung der Blogger in Erfahrung gebracht werden kann. Die thematische Zuordnung des eigenen Weblogs mit Hilfe von Schlüsselwörtern ist eine Funktion, welche von den meisten Blog-Providern unterstützt wird. Eine solche Kategorisierung in Hinblick auf die eigene Themensetzung im Blog dient in erster Linie dazu, die Auffindbarkeit des eigenen Weblogs zu erhöhen, da der Blog-Leser über die Suchfunktion des Providers gezielt nach Weblogs mit bestimmten Themenschwerpunkten suchen kann und alle dazu verfügbaren aufgelistet bekommt. Die Interview-Methode hingegen beinhaltet ein direktes in Kontakt treten mit den Bloggern, welche aufgefordert werden, Auskunft darüber zu geben, ob sie ihr eigenes Weblog als politisch einschätzen oder nicht. Der Nachteil einer Befragung zum thematischen Schwerpunkt des eigenen Blogs, die im einfachsten Fall via E-Mail erfolgen kann, ist hingegen die Notwendigkeit eines relativ großen Samples an Bloggern, um daraus eine kleine Anzahl an politischen Blogs für weitere Untersuchungen herauszufiltern. Die letztgenannte Methode eignet sich daher laut Wallsten vor allem als Mittel einer zusätzlichen Absicherung, wenn eine politische Orientierung aufgrund der Anwendung anderer, oben diskutierter Verfahrensweisen bereits vermutet wird.⁴³²

Bevor anschließend eine kurze Darstellung der Anfänge des politischen Blogging folgt, möchte ich zunächst noch einige Anmerkungen zum quantitativen Anteil des politischen Bloggings machen und einen kurzen Blick auf die soziodemographischen Merkmale der Politblogger werfen. Auffallend ist, dass sich in einer Vielzahl von journalistischen wie akademischen Arbeiten zum Thema Weblogs eine Konzentration auf die politische und quasi-massenmediale Anwendung des Bloggens bemerkbar macht, die ein Bild des Phänomens – gerade in Hinblick auf die Einsatzzwecke von Weblogs - darstellt, das auf einer vergleichsweise gering verbreiteten Praxis beruht.⁴³³ Ein Blick auf

⁴³¹ Vgl. WALLSTEN, K. (2005), S. 5

⁴³² Vgl. WALLSTEN (2005), S. 7

⁴³³ Vgl. SCHMIDT, J./ SCHÖNBERGER, K./ STEGBAUER, C. (2005) In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 4, S. 4 oder auch HERRING, S.C./SCHEIDT, L.A./BONUS, S./WRIGHT, E. (2005): Weblogs as a bridging genre. In: Informati-

die existierenden empirischen Studien macht deutlich, dass ein Großteil der betriebenen Weblogs als Typ des „Online-Journals“ bzw. „Online-Tagebuchs“ zum Einsatz kommt, der sich vor allem auf das Veröffentlichen privater Alltagsgedanken und – erlebnisse konzentriert. In diesem Einsatzbereich werden Blogs vorrangig als Medium der interpersonalen Kommunikation genutzt, „mit Hilfe dessen Menschen Beziehungen zu Freunden und Verwandten pflegen oder mit Personen kommunizieren, die ähnliche Interessen teilen“⁴³⁴. Herring et al. stellten in einer inhaltsanalytischen Untersuchung im Jahr 2003 fest, dass trotz gegenteiliger Annahme von Wissenschaftlern, Journalisten und Mitgliedern der Blogger-Community selbst, dieser „personal journal type, in which authors report on their lives and inner thoughts and feelings“⁴³⁵ mit rund 70 Prozent die Mehrheit des Weblog-Angebots ausmachte. Auch aktuellere Studienergebnisse deuten darauf hin, dass sich daran bis heute nicht viel geändert zu haben scheint. Die umfangreiche Blogger-Befragung des Pew Internet & American Life Project im Jahr 2006⁴³⁶ hat ergeben, dass jeder zweite US-amerikanische Blogger sein Weblog in erster Linie deshalb führt, um persönliche Erlebnisse zu dokumentieren und mit anderen zu teilen. Die Mehrheit der befragten US-Blogger nannte „my life and personal experiences“ als das vorrangige Thema ihres Weblogs. Zu politischen Themen wird hingegen deutlich seltener gebloggt. Nur 11 Prozent der Blog-Autoren beschäftigen sich in erster Linie mit „politics and government“.⁴³⁷ Ebenso ist in den deutschsprachigen Weblog-Angeboten eine Dominanz an Berichten und Episoden aus dem Privatleben der Betreiber festzustellen. Im Rahmen einer zweiten Befragungswelle der „Wie ich blogge!“- Umfrage der Universität Münster im Sommer 2006 mit einem besonderen Schwerpunkt auf dem Thema „Weblogs und Politik“ gab etwa ein Drittel der befragten Weblog-Autoren an, sich (auch) politischen Themen zu widmen.⁴³⁸

In Bezug auf die Soziodemographie der „Politblogger“ kommen die beiden Studien zu einem sehr ähnlichen Ergebnis: In den USA wie auch im deutschen Sprachraum sind Weblog-Autoren, die über politische Themen bloggen tendenziell eher männlich, über 30 Jahre und formal eher höher gebildet als die durchschnittlichen Blogger.⁴³⁹ Während empirische Studien zu dem Ergebnis kommen, dass das Geschlechterverhältnis unter den erwachsenen Weblog-Betreibern generell ein mittlerweile weitgehend ausgeglichene-

on, *Technology & People*, 18(2), S. 3

⁴³⁴ SCHMIDT, J./SCHÖNBERGER, K./STEGBAUER, C. (2005) In: *kommunikation@gesellschaft*, Jg. 6, Beitrag 4, S. 4

⁴³⁵ Vgl. HERRING, S.C./SCHEIDT, L.A./BONUS, S./WRIGHT, E. (2004), S. 6

⁴³⁶ Vgl. LENHART, A./FOX, S. (2006), S. 9

⁴³⁷ Vgl. Ebd.

⁴³⁸ Vgl. SCHMIDT, J. (2006c): Der Politblogger und sein Milieu. In: *politik-digital.de*, 20.11.2006 [Online-Publikation: http://politik-digital.de/edemocracy/netzkultur/blogger/jschmidt_politblogs_061120.shtml, am 11.01.2009]

⁴³⁹ Vgl. LENHART/FOX (2006), S. 9; SCHMIDT, J. (2006c), In: *politik-digital.de*, 20.11.2006

nes ist, sind unter den politischen Bloggern sowohl Frauen als auch Teenager deutlich unterrepräsentiert.⁴⁴⁰

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die politische Themenorientierung – das „politische Blogging“ - gemessen am Gesamtspektrum der inhaltlichen Ausrichtung in Weblogs, einen nur sehr geringen Anteil darstellt, dem dennoch eine vergleichsweise intensive Aufmerksamkeit zukommt und in den zweifellos die größten Erwartungen gesetzt werden. Diese Erwartungen gründen vielfach auf den kommunikativen Potentialen, welche durch das Weblog-Format zu Tage treten. Bevor diese abschließend dargestellt und nochmal konkret zusammengefasst werden, gilt es einen kurzen Blick auf die Ursprünge und Anfänge des politischen Bloggings zu werfen.

3.1.7. Politisches Blogging – Ursprünge und Anfänge

Während die Ursprünge des Weblog-Formats bis in die späten 90er Jahre zurückreichen, stellt das „politische Bloggen“, ein etwas jüngeres Phänomen dar. Den meisten Darstellungen einer Blog-Historie zufolge⁴⁴¹, traten die ersten politisch orientierten Weblogs nach den Geschehnissen des 11. Septembers zu Tage – „as people turned to blogs to both express their feelings and locate information not available in the mainstream media“⁴⁴².

Mit den Terroranschlägen im Jahr 2001 und dem darauffolgenden von George W. Bush ausgerufenen „War on terror“ erlebte die damals noch sehr kleine Weblog-Szene einen bedeutenden Popularisierungs- aber auch Politisierungsschub⁴⁴³: „September 11 and its aftermath were indeed a call to arms for bloggers“, schreibt die Kolumnistin Catherina Seipp rückblickend im *American Journalism Review*⁴⁴⁴. Weblogs wurden nach den tragischen Geschehnissen, für viele zu einem Artikulationsmedium, um der eigenen Augenzeugenschaft unmittelbar nach den Anschlägen Ausdruck zu verleihen und zum Teil im Minutentakt Berichte, Fotos und Amateurvideos zu veröffentlichen⁴⁴⁵: „The stories from New York City varied between gripping, touching, and shocking, painting a dark picture of a chaotic time, and rivaled the best the mainstream media world had to offer“, erinnern sich Bausch et.al.⁴⁴⁶.

⁴⁴⁰ Vgl. z.B.: LENHART/FOX (2006), S. 3; SCHMIDT, J./WILBERS, M. (2006), S. 8, Vgl. HESSE, F. (2008): Die Geschlechterdimension von Weblogs: Inhaltsanalytische Streifzüge durch die Blogosphäre. In: *kommunikation@gesellschaft*, Jg. 9, Beitrag 1

⁴⁴¹ Vgl. z.B.: TREMAYNE, M. (2007): In: Ders. [Hrsg.] (2007), S. xiii

⁴⁴² SCOTT, E (2004): „Big Media“ Meets the „Bloggers“: Coverage of the Trent Lott's Remark at the Strom Thurmond's Birthday Party. zit. nach Wallsten, K. (2005), S. 5

⁴⁴³ Vgl. SEEBER, T. (2008), S. 25; ARMBORST, M. (2006), S. 37

⁴⁴⁴ SEIPP, C. (2002): Online Uprising. In: *American Journalism Review*, Juni 2002 [Online-Dokument: <http://www.ajr.org/article.asp?id=2555>, am 11.07.2008]

⁴⁴⁵ Vgl. SEEBER, T. (2008), S.26; FISCHER, E. (2007), S. 10

⁴⁴⁶ BAUSCH, P./HAUGHNEY, M./HOURIHAN, M. (2002), S. 6

Während Weblogs bis dahin vor allem Einblicke in das mehr oder weniger interessante Privatleben ihrer Betreiber gewährten oder sich mit Technikneuheiten auseinandersetzten, wurde vor allem der Irak-Krieg zu einem ausschlaggebenden Faktor dafür, dass so mancher Blogger das Territorium des privaten Online-Tagebuchs verließ und das Gebiet der öffentlichen politischen Kommunikation betrat.⁴⁴⁷ „Weckten die ersten Weblogs Erinnerungen an die Aufzeichnungen von Ozeanfahrern, so ist der neuere, meinungsbetonte Weblog-Typ mit den Flugblättern und Pamphleten des 19. Jahrhunderts zu vergleichen“, beschreibt Armbrorst den Umschwung in der Blogosphäre zu Beginn des neuen Jahrtausends. Bausch et al. konstatieren: „Suddenly, the ease with which someone could jot down a sentence or two and broadcast it to the world took on a huge importance as millions of people scrambled for information online.“⁴⁴⁸

Dass das Internet generell vor allem in Kriegs- und Krisenzeiten zu einer zentralen Informationsquelle und Kommunikationsplattform geworden ist, wurde bereits im Kosovo-Kriege des Jahres 1999 deutlich und im Zuge des 11. Septembers 2001 sowie dem darauffolgenden dritten Golfkrieg erneut bestätigt.⁴⁴⁹ Nielsen/NetRatings⁴⁵⁰ stellte bereits in den ersten Tagen des Irak-Krieges eine 25-prozentige Steigerung der Nutzung von Online-Nachrichtenangeboten in Großbritannien fest und im Zuge des 11. Septembers gingen die Nutzungszahlen in den USA ebenso rasant in die Höhe.⁴⁵¹ Laut einer Untersuchung des Pew Internet & American Life Project vom März 2003 nutzten insgesamt 77 Prozent der amerikanischen Onliner das Internet, um gezielte Informationen über das Kriegsgeschehen in Irak abzurufen.⁴⁵² Während nach den Terrorattacken des 11. Septembers lediglich 3 Prozent der Amerikaner angaben, das Internet regelmäßig als primäre Informationsquelle zu nutzen, waren es zu Beginn des dritten Golfkrieges bereits 17 Prozent der gesamten US-amerikanischen Bevölkerung, die sich online über den Krieg informierten.⁴⁵³

Die verstärkte Nutzung von Online-Marken-Medien, die Internationalisierung der Informationssuche und die Nutzung von Quellen direkt aus den Krisengebieten galten als charakteristische Merkmale der Krisenkommunikation im Internet während des Kosovo-Krieges und nach dem 11. September.⁴⁵⁴ Mit dem Irak-Krieg von 2003 hat laut Bu-

⁴⁴⁷ Vgl. BUCHER, H.J./BÜFFEL, S. (2005) In: Behmer, M./Blöbaum, B./Scholl, A./Stöber, R. [Hrsg.] (2005): Journalismus und Wandel. Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien. S. 90

⁴⁴⁸ BAUSCH, P./ HAUGHNEY, M./ HOURIHAN, M. (2002), S. 37

⁴⁴⁹ Vgl. ausführlich dazu BUCHER, H.J. (2004): Internet und Krieg. Informationsrisiken und Aufmerksamkeitsökonomie in der vernetzten Kriegskommunikation. In: Löffelholz, M. [Hrsg.] (2004): Medienereignis II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert. VS Verlag, Wiesbaden. S. 275-296

⁴⁵⁰ <http://www.nielsen-netratings.com>

⁴⁵¹ Vgl. BUCHER (2004), In: Löffelholz, M. [Hrsg.] (2004), S. 284

⁴⁵² Vgl. RAINIE, L./ FOX, S./ FALLOWS, D. (2003): The Internet and the Iraq War: How Online Americans Have Used the Internet to Learn War News, Understand Events and Promote their Views. In: Pew Internet & American Life Project, S. 2

⁴⁵³ Vgl. RAINIE, L./ FOX/ FALLOWS (2004) In: Pew Internet & American Life Project, S. 2

⁴⁵⁴ Vgl. BUCHER (2004), In: Löffelholz, M. [Hrsg.](2004), S. 285

cher, allerdings ein vierter Trend der Internetnutzung in Krisenzeiten deutlich an Profil gewonnen, nämlich „die Nutzung nicht-offizieller Quellen und dem damit verbundenen Aufbau eines informellen, open-source-ähnlichen Informationsnetzes“,⁴⁵⁵ so dass sich beispielsweise die Abrufzahlen führender Antikriegs-Webangebote wie „www.unitedforpeace.org“ oder „www.stopwar.org.uk“ um durchschnittlich 160 Prozent erhöhten. In erster Linie waren es, so Bucher, aber die Weblogs - bzw. im Falle der Kriegsberichterstattung auch der spezielle Typ des „Warblog“ - die zum Symbol dieser Krisenkommunikation wurden.⁴⁵⁶

Relativierend ist allerdings festzuhalten, dass die Weblog-Nutzung zu Beginn des jüngsten Irak-Krieges in den USA vergleichsweise noch relativ gering ausfiel, so dass hier quantitativ gesehen noch keine ernsthafte Konkurrenz für die traditionellen Online-Medien zu erkennen ist⁴⁵⁷: Lediglich 4 Prozent der amerikanischen Online-Nutzer besuchten im März 2003 regelmäßig Blogs, um Informationen und Meinungsäußerungen einzuholen, wobei die meisten dieser Nutzer unter 30 Jahren waren.⁴⁵⁸ Dennoch hat nach Bucher/Büffel gerade der Berichterstattungsanteil der verschiedenen Weblogs entscheidend zur Dynamik der Kriegskommunikation beigetragen.⁴⁵⁹

Die zunehmende Politisierung der US-amerikanischen Weblog-Szene, die sich durch das Aufkommen einer Vielzahl an meinungsbetonten Weblogs zu politischen und anderen gesellschaftsrelevanten Themen äußerste, mündete schließlich in die Entwicklung des „Warblog“-Typs, die den Krieg im Irak und seine mediale Darstellung mit heftigen Debatten und kritischer Berichterstattung begleiteten.⁴⁶⁰ Konservative Kriegsbefürworter wie links orientierte Kriegsgegner nutzen gleichermaßen diese neue Kommunikationsform, um öffentlich über die Notwendigkeit einer US-Intervention zu debattieren und die Bevölkerung mit alternativer Berichterstattung vor allem in Hinblick auf mögliche Propagandalügen sowie gezielte Desinformation von Seiten der US-Administration und der Mainstream-Medien zu informieren.⁴⁶¹ Mit dem Einmarsch der US-Truppen in den Irak werden die Online-Tagebücher erstmals auch von Korrespondenten traditioneller Medien als eine Art Begleitberichterstattung zu ihren offiziellen Korrespondentenbeiträgen eingesetzt⁴⁶². Weblogs wurden somit erstmals als eine entscheidende Erweiterung der journalistischen Handlungsmöglichkeiten wahrgenommen, die vor allem im Interaktivitätsermöglichenden Charakter der Blog-Kommunikation begründet liegen.

⁴⁵⁵ Vgl. Ebd.

⁴⁵⁶ Vgl. Ebd.

⁴⁵⁷ Vgl. BUCHER (2004): In: Löffelholz, M. [Hrsg.] (2004), S. 285

⁴⁵⁸ Vgl. RAINIE, L./ FOX/ FALLOWS (2004) In: Pew Internet & American Life Project, S. 2

⁴⁵⁹ Vgl. BUCHER/BÜFFEL (2005), S. 94

⁴⁶⁰ KEMPL, S. (2003): Die zweite Supermacht? Krieg und Internet: Propaganda, Infowar, Medien, Mailinglisten und Weblogs. In: Telepolis

⁴⁶¹ Vgl. ARMBORST, M. (2006), S. 56f.

⁴⁶² Vgl. BUCHER, H.J./BÜFFEL, S. (2005) In: Behmer, M./Blöbaum, B./Scholl, A./Stöber, R. [Hrsg.] (2005), S. 90

Der CNN-Korrespondent Kevin Sites, der aus dem Nordirak berichtete und parallel zu seiner professionellen Reportertätigkeit ein eigenes Weblog unterhielt, begründet seine Doppelberichterstattung folgendermaßen: „This experience has really made me rethink my rather orthodox views of reaching folks via mass media. Blogging is an incredible tool, with amazing potential. The feedback readers are posting motivates me to provide as much as I can for all of these folks hungry for first-hand info.“⁴⁶³ Sites, der es mit seinem Weblog immerhin unter die Top 100 schaffte⁴⁶⁴, musste sein Weblog auf Geheiß seines Arbeitgebers allerdings nach einem Jahr schließen. Ein Schicksal, das auch einige andere Journalisten mit ihm teilen sollten.

Der wohl weltweit bekannteste Warblogger stammt selbst aus dem Irak, von wo aus er unter dem Pseudonym Salam Pax bereits vor Kriegsbeginn im Jahre 2002 sein Weblog „Where is Read?“⁴⁶⁵ eröffnete. Darin vermittelte er ein sehr persönliches Bild vom Leben und Alltag in Bagdad vor, während und nach der amerikanisch-britischen Militärintervention und attackierte mit spitzer Feder sowohl Saddam Hussein wie auch die US-amerikanische Besatzung und die Bombenangriffe der Vereinigten Staaten.⁴⁶⁶ Wenn auch der populärste, so ist Salam Pax nur einer von vielen Irakis, die das Weblog-Format für sich erkannt haben. Sowohl in Irak wie auch in Iran und anderen Ländern des Nahen Ostens hat sich eine äußerst vielfältige Weblog-Szene entwickelt⁴⁶⁷, deren große Stärke in den Augenzeugenberichten liegt, die teilweise schonungslos offengelegt werden⁴⁶⁸ und oft die einzige Möglichkeit darstellen, sich in einer vermeintlichen Anonymität regimekritisch zu äußern und auf die Lage sowie den Alltag im eigenen Land aufmerksam zu machen.

Der Einsatz von Weblogs im Zuge des US-Präsidentenwahlkampfes des Jahres 2004⁴⁶⁹ trug schließlich wesentlich dazu bei, dass der Bekanntheitsgrad der Online-Journale zunehmend auch in Europa stieg⁴⁷⁰ und Weblogs als Form der politischen Kommunikation allmählich auch von den etablierten Medien jenseits der Grenzen der Vereinigten Staaten wahrgenommen wurden. Der US-amerikanische Wahlkampf, der

⁴⁶³ Kevin Sites' Weblog: [Online-Quelle: <http://www.cybersaps.org/2003/03/Kevin-Sites-Blog.html>]

⁴⁶⁴ Vgl. BUCHER, H.J. (2004), In: Löffelholz, M. [Hrsg.] (2004), S. 285

⁴⁶⁵ Salam Pax Blog: „Where is Read?“: http://dear_raed.blogspot.com/

⁴⁶⁶ Vgl. PISANI, F. (2003): Salam Pax, Warblogs und andere Internet-Tagebücher. In: TAZ Online, vom 14.08.2003

⁴⁶⁷ „Und das Internet ist zu *dem* Medium des Protests gegen die Herrschaft der Mullahs geworden: Es gibt mehr als 65.000 iranische Weblogs, Internet-Tagebücher – mehr als deutscher, italienischer oder spanischer Sprache. Mit den Blogs – die einzige Möglichkeit, sich frei zu äußern – unterläuft eine junge Subkultur die Zensur. Die jungen Web-Autoren sprechen mit Witz, Poesie und Zorn über ihre Konflikte mit dem Gesetz, die Situation der Frauen, diskutieren über Repression und Widerstand, Religion und Medien, über Musik und Partys, erzählen von der Liebe und der Trauer über verschwundene Helden.“ Ausführlich zur Iranischen Weblog-Szene siehe ALAVI, N. (2006): Wir sind der Iran. Aufstand gegen die Mullahs – die junge persische Weblog-Szene.

⁴⁶⁸ Vgl. SOMMERHÄUSER, J. (2006): Warblogs: Vom Alltag im Kriegsgebiet. In: politik-digital.de, vom 17.08.2006

⁴⁶⁹ Siehe dazu SCOTT, D. T. (2007): In: Tremayne, M. (2007) [Hrsg.]; ADAMIC, L./GLANCE, N. (2005): The political Blogosphere and the 2004 Presidential Election: Divided they Blog.; CORNFIELD et al. (2005)

⁴⁷⁰ Vgl. SEEBER, T. (2008), S. 26; ARMBORST, M. (2006), S. 38

bereits 2003 seinen Anfang nahm, gilt als „das erste politische Großereignis, bei dem sorgfältig orchestrierte Blogs eine wichtige Rolle spiel[t]en“⁴⁷¹ und einen enormen Aufschwung gerade in Hinblick auf ihre öffentliche Wahrnehmung erhielten.⁴⁷² So nutzten bereits sechs von zehn demokratischen Präsidentschaftskandidaten das Weblog-Format als Kommunikationsmittel zur Verbreitung von Informationen und Meinungen sowie zum Spendensammeln und zur Rekrutierung von freiwilligen Wahlkampfhelfern.⁴⁷³ Vor allem Howard Dean, der einen großen Teil seiner Kampagnenarbeit über das Internet führte⁴⁷⁴ und sein früh installiertes Weblog⁴⁷⁵ sehr erfolgreich zur Kommunikation, Mobilisierung und Finanzierung seines Wahlkampfs nutzte,⁴⁷⁶ inspirierte zahlreiche andere politische Akteure, über diesen neuen Kommunikationsweg in direkten Kontakt mit den Bürgern zu treten. Ihm folgten im eigentlichen Wahlkampf sowohl John Kerry wie George W. Bush, die ihrerseits ebenfalls Weblogs in ihre Online Kampagne integrierten, um aktuelle Informationen bereitzustellen und auf die Programme und Äußerungen ihrer Kontrahenten zu reagieren.⁴⁷⁷

Bei den Nominierungskonferenzen der beiden Parteien waren zudem erstmals auch Weblog-Autoren als Beobachter zugelassen, deren Analysen auf speziellen Seiten aggregiert wurden und die die Berichterstattung der etablierten Medien ergänzen sollten.⁴⁷⁸ „When the 2004 Democratic and Republican National committees selected a handful of bloggers and accredited them to cover the parties' national conventions in the same way in which they accredited professional journalists, blogs gained legitimacy as a channel for disseminating and obtaining political information“⁴⁷⁹, beschreiben Kaid/Postelnicu die zunehmende Bedeutung von Weblogs für die politische Kommunikation in den USA.

Die US-amerikanische Blogosphäre tritt vor allem aufgrund ihrer längeren Geschichte und der konkreten Historie - gekennzeichnet durch die Entwicklung der „Warblogs“ oder auch der „Media-Watch-Blogs“ als eine Art „Korrektiv“ der herkömmlichen Mas-

⁴⁷¹ O. V. (2008): Blühende Blogosphere. Online-Journalisten gewinnen publizistischen Einfluss. In: NZZ Online, 15.07.2008 [Online-Dokument: <http://www.nzz.ch/2004/07/30/em/article9R97K.htm>, am 14.07.2008]

⁴⁷² Eine ausführliche Analyse der politischen Blogosphäre sowie der spezifischen Unterschiede zwischen liberalen und konservativen Bloggern (inklusive Verlinkungsmuster und -häufigkeiten unter den untersuchten Weblogs sowie zu Nachrichtenmedien) in den USA zum Zeitpunkt der Präsidentschaftswahlen 2004, liefern ADAMIC, L./GLANCE, N. (2005)

⁴⁷³ Vgl. KAID, L./POSTELNICU, M. (2007): Credibility of Political Messages on the Internet: A comparison of Blog Sources. In: TREMAYNE, M. [Hrsg.] (2007), S. 150

⁴⁷⁴ Vgl. ZERFASS, A./BOLTER, D. (2005), S. 21

⁴⁷⁵ Howard Dean Blog: www.blogforamerika.com

⁴⁷⁶ Vgl. HIENZSCH, U./PROMMER, E. (2004): Die Dean-Netroots – Die Organisation von interpersonaler Kommunikation durch das Web. In: Dies. [Hrsg.] (2004): Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen nach: SCHMIDT (2006a), S. 141

⁴⁷⁷ Vgl. SCHMIDT (2006a), S. 141

⁴⁷⁸ Vgl. <http://www.cyberjournalist.net/news/001461.php> (Demokraten) und <http://www.conventionbloggers.com/> (Republikaner) vgl. SCHMIDT (2006a), S. 142 siehe auch PANTALONG, F. (2004): Blogger als Berichterstatter? In: Spiegel Online, 28.07.2004] oder auch MERSCHMANN, H. (2004): Ich schreibe, also bin ich. Tagebuch im Internet: Wie Weblogger Journalisten Konkurrenz machen. In: Das Parlament, Beilage „Aus Politik und Zeitgeschichte“. Nr. 40 27.09.2004

⁴⁷⁹ KAID, L./POSTELNICU, M. (2007): Credibility of Political Messages on the Internet: A comparison of Blog Sources. In: TREMAYNE, M. [Hrsg.] (2007), S. 150

senmedien – daher häufig als stark politisiert in Erscheinung.⁴⁸⁰ Einem Großteil der Medienberichterstattung zufolge, haben Weblogs in den USA einen hohen öffentlichen Stellenwert und sind zu einem ernst zu nehmenden Medienformat geworden – vor allem wenn es um den Bereich der politischen Kommunikation geht⁴⁸¹. Hingegen stellen sie im deutschsprachigen Raum diesbezüglich nach wie vor ein Nischenphänomen dar⁴⁸². Trotz ihrer öffentlichen Wirkung und den überschaubaren Einzelfällen an spektakulären Erfolgsgeschichten, in denen Blogger durch die Thematisierung bestimmter Ereignisse oder den Hinweis auf Versäumnisse in der klassischen Medienberichterstattung für großes Aufsehen gesorgt und politische Skandale verursacht haben, kann man nicht prinzipiell davon ausgehen, dass sich die Mehrheit der US-amerikanischen Blogs mit politischen und gesellschaftsrelevanten öffentlichen Themen auseinandersetzen. Laut einer von Lenhart/Fox durchgeführten Studie über die Merkmale und Motive von US-amerikanischen Bloggern, wird auch die US-amerikanische Blogosphäre von jenen Bloggern dominiert, die ihr Weblog als persönliches Online-Tagebuch führen und sich thematisch in erster Linie ihren eigenen Alltagserfahrungen widmen, ohne sich mit politischen Themen zu beschäftigen oder gar mit der Rolle von Journalisten zu identifizieren.⁴⁸³ Berendt et al. kommen in ihrer Analyse zum Politisierungsgrad deutschsprachiger Weblogs⁴⁸⁴ im Vergleich zu populären US-amerikanischen allerdings zu dem Schluss, dass sich die amerikanischen Weblogs durch einen deutlich höheren Politisierungs- und Professionalisierungsgrad hervorheben. Im Unterschied dazu sind es im deutschsprachigen Raum vor allem Freizeit- und semiprofessionelle Blogger mit relativ wenig Interesse an Politik und Medienanalyse, die die Blogosphäre dominieren. Die Dominanz von persönlichen Themen aus Alltag und Lifestyle ist insgesamt für die gesamte global betrachtete Blogosphäre feststellbar.⁴⁸⁵ Der Unterschied in den USA ist allerdings jener, dass es hier einigen Weblog-Autoren gelungen ist, eine durchaus beachtliche Leserschaft für sich zu gewinnen und sich als „Power-Blogs“ – eine überschaubare Spitzengruppe von so genannten „A-List“-Bloggern – zu etablieren, die sich durch eine besonders hohe Nutzungsfrequenz (hohen Traffic) hervorheben, einen großen Anteil an Links anderer Weblogs auf sich ziehen, Themen setzen, von ihren Lesern offensichtlich als relativ glaubwürdig und zuverlässig eingestuft werden und daher

⁴⁸⁰ Vgl. BERENDT, B./ SCHLEGEL, M./ KOCH, R. (2008): Die deutschsprachige Blogosphäre: Reifegrad, Politisierung, Themen und Bezug zu Nachrichtenmedien. In: Zerfaß, A./ Welker, M./ Schmidt, J. [Hrsg.] (2008), S. 73

⁴⁸¹ Vgl. z.B. o. V. (2008): Blogs als Seismographen. In den USA forscht man nach der Bedeutung der politischen Blogs. In: NZZ Online, vom 29.02.2008

⁴⁸² Vgl. NDR-Interview von Meike RICHTER mit Jan SCHMIDT: „Blogger schaffen sich persönliche Öffentlichkeiten.“ In: NDR Online, vom 26.03.2008. Siehe auch BRAUCK, M./ HORNIG, F./ HÜLSEN, I. (2008): Die Beta-Blogger. In: Der Spiegel 30/2008, S. 94-96; ARMBORST, M. (2006), S. 1; BERENDT/ SCHLEGEL/ KOCH (2008), S. 93ff.

⁴⁸³ Vgl. LENHART, A./ FOX, S. (2006)

⁴⁸⁴ Vgl. BERENDT, B./ SCHLEGEL, M./ KOCH, R. (2008) In: Zerfaß, A./ Welker, M./ Schmidt [Hrsg.] (2008), Band II. Perspektiven für Wirtschaft, Politik und Publizistik. 74

⁴⁸⁵ Laut dem jüngsten Technorati Bericht sind es die Themengebiete „Persönliches und Lifestyle“, die die Blogosphäre mit einem Anteil von 54% dominieren. Nachrichten (42%) und Politik (35%) folgen erst an jeweils dritter und vierter Stelle. Vgl. TECHNORATI (2008): State of the Blogosphere 2008

auch Einfluss auf öffentliche Diskursströme gewinnen können.⁴⁸⁶ Wie die erwähnten Beispiele zeigen, ist es bereits einigen politischen Bloggern durchaus gelungen, brisante politische Themen auf die öffentliche Agenda zu setzen⁴⁸⁷ und damit die Blogosphäre zu einer relevanten politischen Teilöffentlichkeit bzw. zu einem von Massenmedien und Journalisten beachteten Faktor zu machen, der politische Kommunikationsprozesse zu beeinflussen im Stande ist.⁴⁸⁸

Reale Effekte in der Öffentlichkeit, werden laut Fraas/Barczok erst im Zusammenspiel der Medien erzielt und nicht von Bloggern alleine, „die zwar als Verstärker von Meinungen und z.T. auch als Themengeber fungieren“, wenn es um politische Veränderungen geht, in der Regel aber auf eine Reaktion der etablierten Massenmedien angewiesen sind.⁴⁸⁹ Da es einzelnen Bloggern in den USA bisher weit häufiger gelungen ist, bestimmte Themen zu setzen, die in die Mainstream-Berichterstattung aufgenommen werden, ist es verständlich, dass der Einfluss der US-amerikanischen Blogger als durchaus höher eingeschätzt wird und die Blogosphäre insgesamt als stärker politisiert wahrgenommen wird. Für den deutschen Soziologen Jan Schmidt, der sich im Rahmen seiner Tätigkeit am Hans-Bredow-Institut für Medienforschung seit Jahren intensiv mit Weblogs auseinandersetzt, könnte auch das öffentlich-rechtliche Rundfunksystem und die Tatsache, dass es im deutschen Sprachraum durch sehr unterschiedlich positionierte Zeitungs- und Magazintitel ein vergleichsweise qualitätsvolles Mediensystem gibt, ein Grund dafür sein, dass politische Weblogs hier nach wie vor kaum registriert werden und ihre Bedeutung als sehr gering eingeschätzt wird.⁴⁹⁰ Immerhin kennen laut ARD/ZDF-Onlinestudie 2008 drei Viertel der deutschen Onliner den Begriff „Weblog“ nicht, und von den 24 Prozent Blog-Kennern, sind zwei Drittel der Meinung, dass Weblogs total überschätzt werden.⁴⁹¹

Dennoch hat die Debatte über die faktische und potentielle Bedeutung von Weblogs im Rahmen der politischen Kommunikation mittlerweile auch den deutschsprachigen Raum erreicht, und es gibt doch einige Indizien dafür, dass die Bedeutung der Blog-Kommunikation für den politischen Bereich auch in Deutschland und Österreich durchaus zunimmt.⁴⁹² Während beispielsweise im deutschen Bundestagswahlkampf 2005

⁴⁸⁶ Vgl. FRAAS, C./ BARCZOK, A. (2006), S. 16

⁴⁸⁷ Vgl. hierzu z.B. DREZNER, D.W./ FARRELL, H. (2004); Siehe auch SCOTT, T.D. (2007): Pundits in Muckracker's Clothing: Political Blogs and the 2004 U.S. Presidential Election. In: Tremayne, M. (2007) [Hrsg.], S. 39ff.

⁴⁸⁸ Einen Überblick über die konkreten Beispiele eines merkbaren Einflusses US-amerikanischer Politblogger auf die politische Kommunikation bzw. die Berichterstattung traditioneller Medien gibt TREMAYNE, M. (2007) In: Tremayne (2007) [Hrsg.], S. ix-xix

⁴⁸⁹ Vgl. FRAAS, C./ BARCZOK, A. (2006) S. 12

⁴⁹⁰ Vgl. NDR-Interview von Meike RICHTER mit Jan SCHMIDT: „Blogger schaffen sich persönliche Öffentlichkeiten.“ In: NDR Online, vom 26.03.2008

⁴⁹¹ Vgl. FISCH, M./ GSCHIEDL, C. (2008) In: Media Perspektiven 7/2008, S. 360

⁴⁹² Vgl. COENEN, C. (2005) S. 1

politische Blogger als Berichterstatter zu zentralen Parteiveranstaltungen eingeladen wurden, spielten Weblogs als Kommunikationswerkzeug zwischen Bürgern und Parteivertretern auch im österreichischen Nationalratswahlkampf 2008 eine Rolle⁴⁹³.

3.1.8. Schlussfolgerungen – kommunikative Potentiale von Weblogs

Nach dieser Annäherung an den Untersuchungsgegenstand und der Bereitstellung einer umfassenden Beschreibung des Online-Formats, gilt es nun abschließend, die wesentlichsten kommunikativen Potentiale von Weblogs in Hinblick auf die politische Kommunikation herauszustellen. Die erste Analysedimension zeigt, dass Weblogs im Allgemeinen und politisch orientierte Weblogs im Speziellen aufgrund der dargelegten technischen Eigenheiten und sozialen Gebrauchsmuster durchaus hohe kommunikative Potentiale aufweisen. Diese liegen zunächst vor allem in der Freiheit und Möglichkeit, Informationen und Meinungen jederzeit publizieren und im Rahmen des WWW öffentlich kommunizieren zu können. Basierend auf der Verwendung von Social-Software und den Vernetzungsmechanismen des Internets, ermöglichen die einfache Handhabung der Weblog-Software, der benutzerfreundliche Aufbau von Weblogs sowie die damit zusammenhängende prinzipielle Niederschwelligkeit⁴⁹⁴ und die relative Gestaltungsfreiheit in Bezug auf das Auftreten im eigenen Weblog, eine einfache und unkomplizierte Veröffentlichung eigener Inhalte im Sinne eines „push-button publishing for the people“⁴⁹⁵. Als Kommunikations- und Publikationsmedium sind Weblogs „unterdeterminiert“ und zugleich „rekombinant“, eröffnen also einerseits unterschiedlichste Nutzungsoptionen, führen andererseits Elemente und Nutzungsweisen verschiedener Anwendungen auf eine neue Art zusammen und ermöglichen dadurch neue innovative Praktiken. Die besonderen Blog-Merkmale, also deren prinzipielle Rückkanalfähigkeit, der dynamische Charakter der stattfindenden Kommunikation und die hypertextuellen Strukturen sowie die sich daraus ergebenden Vernetzungseffekte, begünstigen eine schnelle, direkte, dialogorientierte und authentische Kommunikation und fördern in erheblichem Maß den und die Interaktion zwischen den Nutzern. Das spezifisch Neue des Kommunikationsmodus Weblog besteht – gegenüber analogen Medien oder auch „älteren“ Internetanwendungen – in erster Linie in der intensivierten und erweiterten Partizipationsmöglichkeit disperser Nutzer an der Medienöffentlichkeit. Die Vorteile, die

⁴⁹³ Vgl. PETZ, G./GREINER, A. (2008): Polit-Blogs im Nationalratswahlkampf 2008. Die von der FH Oberösterreich im Rahmen des Studiengangs e-Business durchgeführte Studie untersuchte insgesamt 39 von österreichischen PolitikerInnen betriebenen Weblogs. Die Untersuchung zeigte, dass Weblogs immer häufiger von Politikern genutzt werden. Am intensivsten nutzten Die GRÜNEN sowie die SPÖ das Kommunikationsformat, wobei die entsprechenden Weblogs meist von einer bestimmten Person betrieben wurden. FPÖ und BZÖ hatten keine eigenen Blogs, womit davon auszugehen ist, dass die Blog-Kommunikation keinen relevanten Einfluss auf die Wahlentscheidung hatte.

⁴⁹⁴ *Niederschwelligkeit* bezeichnet hier, die geringen Zutritts- und Transaktionskosten in Bezug auf die Teilnahme an öffentlichen Diskursen in Weblogs, in dem sie es durch die „vereinfachte Weise zu publizieren erleichtern [...] die eigene Stimme im World Wide Web einzubringen“. SCHMIDT, J. (2006a), S. 128

⁴⁹⁵ RATLIFF, C. (2004): Push-Button Publishing for the People: The Blogosphere and the Public Sphere. In: Culturecat. Rhetoric and Feminism.

das Blogging gegenüber anderen Online-Praktiken beinhaltet, liegen im Wesentlichen in der spezifischen Form der Personalisierung bzw. Individualisierung von Kommunikation, die auch politische Weblogs kennzeichnet, im anbieterseitig verschärften Aktualitätswang sowie den Charakteristika der Blogosphäre als in sich äußerst differenziertes und vielfältiges Kommunikationsnetz.

3.2. Analysedimension 2 – Demokratiefördernde Potentiale von Weblogs

Im Anschluss an diese erste Analysedimension, die einen Gesamtüberblick über das Phänomen des Webloggings bereitstellen soll, geht es nun darum, den Fokus auf die demokratiefördernden Potentiale von Weblogs zu richten. Um analysieren zu können, um welche Potentiale es sich dabei handelt, soll in einem ersten Schritt die partizipatorische Demokratietheorie und der damit verbundene Anspruch an bestimmte Öffentlichkeitsstrukturen im Verständnis von Jürgen Habermas und Benjamin Barber im Mittelpunkt der weiteren Ausführungen stehen. Die Darstellung der für den interessierenden Zusammenhang wesentlichen Grundzüge des partizipatorischen Demokratieverständnisses sowie des damit verbundenen normativen Öffentlichkeitkonzepts, soll dazu dienen, einen theoretischen Rahmen für die Analyse der demokratischen Potentiale zu erhalten. Im Anschluss daran geht es im darauffolgenden Theoriekomplex darum, der Frage nachzugehen, welche Art von Öffentlichkeit Weblogs herstellen und ob diese als Teil der politischen Öffentlichkeit im Sinne Habermas' fungieren kann. Um dies zu beantworten werden die dem normativen Öffentlichkeitkonzept zugrunde liegenden allgemeinen Strukturmerkmale einer politischen Öffentlichkeit in Hinblick auf Weblogs diskutiert. Diese Auseinandersetzung soll das demokratische Potential von Weblogs deutlich machen. In weiterer Folge werden im Rahmen dieser zweiten Analysedimension Weblogs in Zusammenhang mit dem Konzept des partizipatorischen Journalismus in Hinblick auf deren prinzipielle Anschlussfähigkeit an öffentliche massenmediale Diskursstrukturen untersucht. Dadurch soll dargelegt werden, inwiefern Weblogs und die damit verbundene mögliche Produktion eigener, unabhängiger Medieninhalte, eine potentielle Demokratisierung der Medienkommunikation begünstigen. Um dies darzulegen, gilt es die Praktiken von Weblog-Autoren und Journalisten zu vergleichen und die wesentlichen Unterschiede herauszuarbeiten. Zuletzt werden Weblogs als Formen onlinebasierter Teil- und Gegenöffentlichkeiten beschrieben, die – wie wir sehen werden – eine entscheidende Ergänzung zur weitgehend von den traditionellen Massenmedien dominierten Öffentlichkeit darstellen und von denen sich ebenfalls ein demokratisches Potential ableiten lässt.

Diese zweite Analysedimension dient insgesamt wie weiter oben bereits beschrieben (siehe Kapitel 2 Methodische Herangehensweise) der Erkundung der demokratiefördernden Potentiale des Kommunikationsmodus Weblog.

3.2.1. Die Partizipationstheorie der Demokratie und das normative Konzept einer diskursiven Öffentlichkeit

In den folgenden Ausführungen werden die zentralen Aspekte partizipatorischer Demokratievorstellung mit besonderem Fokus auf die damit verbundenen Öffentlichkeitsvorstellungen herausgearbeitet. Hierbei erfolgt eine explizite Konzentration auf die Relevanz und Funktion öffentlicher Diskurse als zentrales Merkmal einer (im Sinne der Theorie) funktionierenden Öffentlichkeit als „notwendige Voraussetzung, ja als unhintergehbare Grundbedingung für ein demokratisches Gemeinwesen“⁴⁹⁶. Dem weiteren Vorgehen liegt die Annahme zugrunde, dass das Weblog-Format – aufgrund der weiter oben dargelegten technischen Merkmale und institutionalisierten Praktiken – den diskursiven Austausch zwischen den Bürgern untereinander begünstigt und damit, in einem größeren Zusammenhang betrachtet, einen Beitrag zur Demokratisierung vorhandener Öffentlichkeitsstrukturen leisten kann. In diesem Zusammenhang soll untersucht werden, ob und in welcher Hinsicht, die spezifischen Voraussetzungen weblogbasierter Kommunikation potentiell den normativen Gehalten der partizipatorischen Demokratie- und Öffentlichkeitvorstellung entsprechen und wo sich nach wie vor einschneidende Beschränkungen in Hinblick auf die Realisierbarkeit dafür entscheidender realer Kommunikationsbedingungen verorten lassen. Das diskursive Öffentlichkeitsmodell, welches als Idealmodell einer demokratischen Öffentlichkeit zugleich die Voraussetzung für eine partizipatorisch angelegte Demokratie darstellt sowie die damit verbundenen Ansprüche, Voraussetzungen und Funktionen einer solchen, dient dabei als normativer Ausgangspunkt und theoretischer Bezugspunkt.

Ich möchte mich im Rahmen dieser Analyse auf zwei ausgewählte Demokratiekonzeptionen beziehen, deren Vertreter in der demokratietheoretischen Diskussion eine beträchtliche Prominenz gewonnen haben und sich in wesentlichen Punkten überschneiden.⁴⁹⁷ Beide Konzeptionen stellen neben der Vorstellung der Deliberation bzw. Diskursivität bei der politischen Willensbildung auch die Rolle einer partizipierenden Zivilgesellschaft im Rahmen einer demokratischen Öffentlichkeit ins Zentrum ihrer theoretischen Formulierungen. Konkret handelt es sich dabei um den „*Diskursbegriff der Demokratie*“ sowie das Konzept der „*deliberativen Politik*“ von Jürgen Habermas und die Theorie der „*Strong Democracy*“, die Benjamin Barber geprägt hat.

⁴⁹⁶ HABERMAS, J. (1990), S.38

⁴⁹⁷ Vgl. FUCHS (2004), In: Kaiser/Zittel [Hrsg.] (2004); S.34f. BEIERWALTES (2000), S. 169

3.2.1.1. Allgemeine Grundzüge der partizipatorischen Demokratietheorie

Zeitgenössische Modelle der partizipatorischen Demokratie verfügen über die längste Tradition aller bekannten Demokratietheorien. Ihr Ursprung reicht bis zurück zur altgriechischen Demokratie der Antike, deren Grundzüge – vor allem die Vorstellung von Politik als eine Form des Miteinander-Redens und Miteinander-Handelns – für viele neuzeitliche Theoretiker und Praktiker einen in vielerlei Hinsicht anzustrebenden Vorbildcharakter gewonnen haben.⁴⁹⁸ Die Bezeichnung „*partizipatorische Demokratie*“ dient als Oberbegriff unter dem eine Vielfalt von Schulen und Ansätzen subsumiert werden, die auf jeweils unterschiedliche Weise die Herrschaft durch das Volk begründen. Wie kaum ein anderer Demokratietheoretiker hat Rousseau den Anspruch, dass das Volk unmittelbar herrsche und über die eigenen Angelegenheiten zu entscheiden und abzustimmen habe, formuliert. In seinem berühmten Diktum zur Unveräußerlichkeit und der prinzipiellen Unteilbarkeit der Souveränität des Volkes⁴⁹⁹ betont er die zentrale Bedeutung des „*volonté générale*“, d.h. den allgemeinen Willen des Volkes im Sinne des Allgemeinwohls. Dieser Anspruch wurde zur Messlatte für die Verwirklichung demokratischer Strukturen in den entstehenden Demokratien der Moderne.⁵⁰⁰ Repräsentative Demokratievarianten konnten, von einer solchen Perspektive ausgehend, nur als defizitäre Demokratievarianten erscheinen.

Im Zentrum der partizipatorischen Demokratietheorie steht die Idee der „politischen Beteiligung möglichst vieler über möglichst vieles, und zwar im Sinne von Teilnehmen, Teilhaben und seinen Teil-Geben einerseits und innerer Anteilnahme am Geschehen und Schicksal des Gemeinwesens andererseits“⁵⁰¹. Zusammengefasst beschreibt sie den Eigenwert politischer Beteiligung, die erzieherische Funktion von Demokratie, die Staatsbürgerbildung und die Bedeutung öffentlicher Willensbildung im politischen Prozess. Ihr wichtigstes Ziel ist die Stärkung sowie der Ausbau von Partizipationschancen und die Suche nach Verfahren und Institutionen, die ein höheres Maß an politischer Beteiligung ermöglichen. Der partizipatorische Demokratiebegriff ist somit institutioneller, aber auch prozessualer Art. Die Konfliktregelung basiert auf dem Prinzip der Bürgerbeteiligung sowie der kommunikativen Verständigung und erfolgt nicht durch Befehl, Kampf oder Herrschaft (wie bei Max Weber), auch nicht durch den Markt und die Mehrheit (wie in der liberalen Demokratietheorie) oder durch bloßes Aushandeln (wie in den

⁴⁹⁸ Zum Modell der griechischen Demokratie siehe FUCHS (2004), In: Kaiser/Zittel [Hrsg.] (2004), S. 20-24 oder SCHMIDT, M.G. (2000): Demokratietheorien. S. 252f.

⁴⁹⁹ So heißt es bei ihm: „Ich behaupte (...), dass die Souveränität (...) niemals veräußert werden kann und dass der Souverän, der nicht anderes ist als ein Gesamtwesen, nur durch sich selbst vertreten werden kann; die Macht kann wohl übertragen werden, nicht aber der Wille.“ ROUSSEAU, J.-J. (1977): Vom Gesellschaftsvertrag oder Grundsätze des Staatsrechts. S. 27

⁵⁰⁰ Vgl. BEIERWALTES, A. (2000), S. 159

⁵⁰¹ SCHMIDT, M.G. (2000), S. 251

Verhandlungsdemokratien).⁵⁰² Geteilt wird die Überzeugung, dass Politik im Sinne einer Praxis staatsbürgerlicher Selbstbestimmung nicht als Staatsform oder als Markt, sondern als eine „Lebensform“⁵⁰³ zu betrachten ist, die möglichst alle gesellschaftlichen Bereiche, auch die privaten Lebensräume umfassen soll. Demokratie wird verstanden als gesamtgesellschaftlicher Prozess, an dem im Idealfall alle Mitglieder eines Gemeinwesens durch öffentliches Reden und Handeln aktiv mitwirken. Die Voraussetzungen dafür sind vor allem anspruchsvolle Prozeduren der Beratung und Beschlussfassung, sowie die Befähigung der Bürger, sich auf diese einzulassen.⁵⁰⁴

Das Bild von den Eigenschaften und politischen Kompetenzen des Bürgers wird im Rahmen partizipatorischer Demokratiemodelle in deutlicher Abgrenzung zu jenem, welches dem liberalen Demokratieverständnis zugrundeliegt, formuliert. Liberale Demokratiemodelle sind grundsätzlich skeptisch gegenüber einer umfassenden Mitwirkung der Bürger am politischen Willensbildungsprozess und der deliberativen Verfahrensweise zur Ermittlung gemeinschaftlicher Zwecke. Die Rolle des Bürgers im politischen Prozess wird auf jene eines weitgehend passiven Konsumenten reduziert, der mehr oder weniger rational in erster Linie seinen individuellen Nutzen verfolgt und dessen Mitwirkungsmöglichkeiten in der Politik sich größtenteils auf die periodische Bestätigung bzw. Abwahl der Regierenden beschränkt. Liberale Demokratiemodelle basieren demnach auf einem rein negativen Freiheitsverständnis, welches die Selbstverwandlungsmöglichkeiten der Menschen vom eigennützigen bourgeois zum gemeinschaftlichen citizen im Prozess demokratischer Partizipation negiert und im Gegenzug den hohen Stellenwert individueller Freiheit und Selbstbestimmung betont.⁵⁰⁵ Die individuelle Interessensdurchsetzung steht im Vordergrund. Demokratie ist hier zu verstehen als ein politisches System, in welchem eine Kollektiventscheidung durch die Aggregation der als gegeben angesehenen Präferenzen der Bürger und der durch die Bürger gewählten Vertreter legitimiert ist.⁵⁰⁶ Der „Wille des demos“ ist demzufolge in einer liberalen Demokratie eine durch Verfahrensregeln - vor allem der Mehrheitsregel – errechnete Größe.⁵⁰⁷ Die Vertreter der partizipatorischen Demokratietheorie gehen hingegen von einem ganz anderen Staatsbürgermodell aus. Auch sie sind sich der Tatsache durchaus bewusst, dass die moderne Gesellschaft durch eine Pluralität von Partikularinteressen charakterisiert ist. Allerdings glauben sie zugleich an die Vernünftigkeit des

⁵⁰² Vgl. SCHMIDT, M.G. (2000), S. 252

⁵⁰³ BARBER (1994): Starke Demokratie – Über die Teilhabe am Politischen. S. 99ff siehe auch HABERMAS (1997): Drei normative Modelle der Demokratie In: Ders.(1997): Die Einbeziehung des Anderen. Studien zur politischen Theorie. S. 282f.

⁵⁰⁴ Vgl. SCHMIDT, M.G. (2000), S. 259

⁵⁰⁵ Vgl. NOHLEN, D. [Hrsg.] (2003): Kleines Lexikon der Politik. S. 53

⁵⁰⁶ Vgl. GERHARDS, J. (1997): Diskursive versus liberale Öffentlichkeit. Eine empirische Auseinandersetzung mit Jürgen Habermas. In: KZfSS, Jg. 49, Heft 1, S. 5

⁵⁰⁷ Vgl. FUCHS (2004), In: Zittel/Kaiser [Hrsg.] (2004), S. 29

Menschen und daran, dass sich durch die kommunikative Verständigung der Bürger untereinander gemeinschaftliche Normen und Zielsetzungen formulieren lassen.

3.2.2. Starke Demokratie: Die Bedeutung des öffentlichen Sprechens bei Barber

Gemäß Barber bedarf es zur Formulierung gemeinschaftlicher Interessen und Werte einer eigenen Form staatsbürgerlicher Kultur, die sich auf bestimmte Haltungen⁵⁰⁸ und spezifische Verhaltensweisen⁵⁰⁹ der Bürger sowie der Existenz von nicht-politischen Institutionen, die mit der Zivilgesellschaft⁵¹⁰ verbunden sind, bezieht. Für ihn sind gerade die Interessenskonflikte in demokratischen Gemeinschaften ein elementares Argument für die Forderung nach weitgehender bürgerlicher Partizipation, denn „wo Konsens aufhört, beginnt Politik“⁵¹¹. Politik ist in Barbers deutlich republikanisch geprägtem Verständnis vor allem eine Reflexionsform eines sittlichen Lebenszusammenhangs, in der sich die Bürger einer politischen Gemeinschaft ihrer Angewiesenheit aufeinander bewusst werden und in diesem Prozess der gegenseitigen Bewusstwerdung überhaupt erst zu Bürgern werden.⁵¹² Der politische Bereich ist vor allem auch der Bereich menschlichen Handelns.⁵¹³ Im Unterschied zu Habermas der bereits jeden Sprechakt als kommunikative Handlung versteht, geht Barber von einer engeren und gebräuchlicheren Verwendungsweise des Handlungsbegriffs aus: Handeln bedeutet „etwas in der physikalischen Welt zu tun (oder nicht zu tun) [...], was menschliches Verhalten einschränkt, die Umgebung verändert oder die Welt in sonstiger materieller Hinsicht beeinflusst. Wo nicht gehandelt wird (oder Nicht-Handeln folgenlos bleibt), gibt es auch keine Politik“⁵¹⁴. Da Politik den Bereich des Gemeinsamen - des „Wir“ - bezeichnet, ist politisches Handeln auf öffentliches Handeln, „d.h. auf ein Handeln, das sowohl von einer Öffentlichkeit ausgeht als auch öffentlich Folgen haben soll“⁵¹⁵, einzuschränken. Mit dem Konzept einer starken Demokratie strebt Barber eine Wiederbelebung der Bürgerschaft an, welche dazu führen soll, dass sich das Volk zumindest in einigen öffentlichen Belangen – vor allem dann wenn über grundlegende Maßnahmen entschieden

⁵⁰⁸ Hierzu zählt Barber folgende Eigenschaften, die früher auch als „bürgerliche Tugenden“ bezeichnet wurden: Verantwortlichkeit, Verpflichtung, Toleranz, gegenseitiger Respekt, Kooperationswille, Einbildungskraft. Vgl. BARBER, B.R. (1994), S. 19

⁵⁰⁹ Das Verhalten beschreibt die Tatkraft, das Engagement, die Partizipation und die Kooperation und definiert zugleich die Staatsbürgerschaft. Vgl. BARBER, B.R. (1994), S. 19

⁵¹⁰ Die nicht-politischen Institutionen umfassen freiwillige Vereinigungen, Stiftungen, Kirchen, Schulen, Gewerkschaften, Vereine und signalisieren auch den Organisationsgrad der Zivilgesellschaft. Vgl. BARBER, B.R. (1994), S. 19

⁵¹¹ Ebd. S. 117

⁵¹² „Starke Demokratie schafft die Art von Bürgern, derer sie bedarf, weil sie von ihr abhängt; weil sie nicht zulässt, dass *ich* oder *wir* repräsentiert werden, sondern eine fortwährende Auseinandersetzung zwischen *mir* als Bürger und dem ‚Anderen‘ als Bürger verordnet. Auf diese Weise zwingt sie *uns*, gemeinsam nachzudenken und gemeinsam zu handeln“. BARBER, B.R. (1994), S. 149, Hervorh. i. Orig.

⁵¹³ Vgl. ebd., S. 106

⁵¹⁴ Ebd. S. 106

⁵¹⁵ Ebd. S. 107

wird – wenigstens über einen gewissen Zeitraum selbst regiert.⁵¹⁶ Das Grundverständnis seiner starken Demokratie bringt Barber demnach folgendermaßen zum Ausdruck: „Starke Demokratie als Bürgerbeteiligung löst Uneinigkeit bei Fehlen eines unabhängigen Grundes durch den partizipatorischen Prozess fortwährender, direkter Selbstgesetzgebung sowie die Schaffung einer politischen Gemeinschaft, die abhängige, private Individuen in freie Bürger und partikularistische wie private Interessen in öffentliche Güter zu transformieren vermag“⁵¹⁷. Ein Kernaspekt seiner Demokratieauffassung ist also die Transformation von Uneinigkeit durch Kommunikation und eine Vielzahl von institutionalisierten flexiblen Verfahrensweisen, die eine dauerhafte Beteiligung der Bürger an der Politikgestaltung sichern sollen, ohne dabei repräsentative Institutionen gänzlich zu verneinen.

Der Aspekt der Diskursivität ergibt sich bei Barber zwingend aus seinem Beteiligungsbegriff: „Beteiligung bedeutet Beteiligung am öffentlichen Diskurs“. An anderer Stelle heißt es: „Eine Politik der Bürgerbeteiligung handhabt öffentliche Streitfragen und Interessenskonflikte so, dass sie einem endlosen Prozess der Beratung, Entscheidung und des Handelns unterworfen werden“⁵¹⁸. Eine starke Demokratie ohne „anhaltende Gespräche“ ist für Barber prinzipiell undenkbar⁵¹⁹. Denn nur durch das Medium des demokratischen Gesprächs, könne sich eine politische Urteilskraft im Sinne einer Transformation von Interessen in öffentlichkeitsfähige Anliegen über die kollektiv geurteilt wird, entfalten.⁵²⁰ Er geht davon aus, dass durch die Reflexivität des Gesprächs der Bürger befähigt werde, Interessen, Wünsche und Bedürfnisse seiner Mitmenschen wahrzunehmen und eine Art „Wir“-Denken zu entwickeln, indem sich gemeinsame Ziele und Güter wiederfinden. Der kommunikative Austausch in Form einer öffentlichen Beratung der Bürger untereinander diene als Transformator von Eigen- in Gemeinschaftsinteressen und damit zur gesellschaftlichen Konsensfindung.⁵²¹ Auf die Bedingungen der modernen Massengesellschaft, die jede Politik mit konkurrierenden Privatinteressen und der daraus resultierenden Uneinigkeit konfrontiert, wird bei Barber also mit der Idee einer starken Bürgerbeteiligung geantwortet, welche zugleich eine wesentliche normative Dimension besitzt und mit den Begriffen: Handeln, Beratschlagen, sich engagieren, etwas miteinander teilen und einen Beitrag leisten, umrissen werden

⁵¹⁶ Vgl. Ebd. S. 14; S. 146f.

⁵¹⁷ BABER, B.R. (1994), S. 147

⁵¹⁸ Ebd.

⁵¹⁹ Vgl. Ebd. S. 127

⁵²⁰ Vgl. Ebd. S. 318

⁵²¹ „[Gemeinschaften] werden buchstäblich im Akt der öffentlichen Partizipation geformt und durch gemeinsame Beratung wie gemeinsames Handeln geschaffen, wobei eine besondere Rolle spielt, dass sich der Gehalt und die Richtung von Interessen ändert, sobald sie partizipatorischen Prozessen dieser Art ausgesetzt sind“. BABER, B.R. (1994), S. 148

kann:⁵²² Bürgerbeteiligung und die Schaffung einer Gemeinschaft stehen damit in direktem Zusammenhang.

Die wesentliche Bedeutung öffentlicher Kommunikation lässt sich bei Barber vor allem auch daran erkennen, dass er ihr insgesamt neun Aufgaben zuspricht, die für den Prozess der starken Demokratie an je unterschiedlicher Stelle relevant sind: Artikulation von Interessen, Überredung, Festlegung der politischen Tagesordnung, Ausloten von Wechselseitigkeiten, Ausdruck von Zugehörigkeit und Gefühl, Wahrung der Autonomie, Bekenntnis und Ausdruck des Selbst, Reformulierung und Rekonzeptualisierung sowie Gemeinschaftsbildung als Schaffung öffentlicher Interessen, gemeinsamer Güter und aktiver Bürger. Diese letzte Funktion stellt den eigentlichen Zielpunkt seiner Überlegungen dar, auf den alle vorangehenden Funktionen ausgerichtet sind. In diesem Sinne hält Barber fest, „dass das Sprechen letztlich die Kraft ist, mit der wir eine Gemeinschaft hervorbringen können, die in der Lage ist, ihre eigene Zukunft zu gestalten, und dass das Sprechen durch die Gemeinschaft gefördert wird, gerade wenn es dazu beiträgt, die Bestandsvoraussetzungen der Gemeinschaft zu gestalten“⁵²³.

Indem Barber die politische Urteilskraft kommunikativ deutet und das öffentliche Gespräch ins Zentrum seiner demokratiethoretischen Überlegungen stellt, lassen sich durchaus wesentliche Überschneidungspunkte zwischen Barber und Habermas feststellen. Entscheidend ist dabei die von beiden geteilte Auffassung, dass durch die kommunikative Auseinandersetzung der Bürger untereinander, Gründe produziert werden, die schließlich die Basis der Anerkennungswürdigkeit der Entscheidung und damit des gesamten politischen Systems darstellen.⁵²⁴

Die Institutionalisierung von „strong democratic talk“

Auf der Suche nach institutionellen Formen, die geeignete Kontexte zur Entfaltung der politischen Urteilskraft bieten, entwirft Barber ein äußerst präzise formuliertes programmatisches Konzept aus einer Mischung sich kumulativ ergänzender Vorschläge.⁵²⁵ Das gesamte Institutionengefüge kann hier nicht dargelegt werden, ich möchte nur die für den interessierenden Zusammenhang wichtigsten Elemente herausgreifen. Als absolut unverzichtbar begreift Barber zunächst die Institutionalisierung von „*strong democratic talk*“⁵²⁶ auf der Ebene kleiner lokaler Einheiten. Zu diesem Zweck schlägt er vor, so genannte „Nachbarschaftsversammlungen“ („neighborhood assemblies“) zu bilden, in de-

⁵²² „Bürger zu ein heißt, auf bestimmte, bewusste Weise an etwas teilzunehmen, auf eine Weise, die voraussetzt, dass man andere wahrnimmt und gemeinsam mit ihnen handelt“ Vgl. BARBER, B.R. (1994), S. 152f.

⁵²³ BARBER, B.R. (1994), S. 204

⁵²⁴ Vgl. BEIERWALTES, A. (2000), S.170

⁵²⁵ BARBER, B.R. (1994), S. 320

⁵²⁶ Politisches Sprechen in einer starken Demokratie bedeutet „erstens [...] im selben Maß Zuhören wie Reden; zweitens ist es sowohl vom Gefühl als auch vom Verstand bestimmt; und drittens greift es aufgrund seiner Zweckgerichtetheit aus dem Bereich reiner Reflexion in die Welt des Handelns über“. BARBER, B.R. (1994), S. 169

nen die Bürger in direkter Interaktion über die Angelegenheiten deliberieren, die sie unmittelbar betreffen und politische Tagesordnungen aufstellen (hier kommen die von Barber formulierten Funktionen des Sprechens zum Tragen).⁵²⁷ Diese Idee formuliert Barber in Anlehnung an die, vor allem in den Gemeinden Neuenglands eingerichteten und von Alex de Tocqueville beschriebenen „townships“, also Gemeindeversammlungen als eine bestimmte Form begrenzter Selbstverwaltung⁵²⁸. Barber selbst verortet hierbei allerdings ein gravierendes Problem: „Nachbarschaftsversammlungen bieten lebendige Foren für einen fortwährenden politischen Diskurs, aber sie erreichen nur lokale Gruppierungen und können zur Aufsplitterung sowohl der Regionen als auch des ganzen Staates führen“⁵²⁹. Notwendig wäre daher „eine Form von Bürgerversammlung, in der Partizipation direkt ist, die Kommunikation jedoch regional, wenn nicht gar national verläuft“⁵³⁰. Hier kommt die elektronische Ausweitung der Kommunikation und die damit verbundenen Technologie ins Spiel – eine Entwicklung, welche von Barber zunächst sehr positiv bewertet wird: „Das Potential der neuen Technologien kann eingesetzt werden, um die Erziehung zum Staatsbürger zu fördern, den gleichberechtigten Zugang zu Informationen zu garantieren und um Einzelpersonen und Institutionen in Netzwerken zusammenzuschließen, die eine echte partizipatorische Diskussion und Debatte über große Entfernungen hinweg möglich machen“⁵³¹. In diesem Sinne entwirft er die Idee eines „*artificial town meetings*“, also der Konstruktion eines virtuellen Raumes, in dem die Menschen zusammentreffen, um über gesellschaftsrelevante Angelegenheiten und Fragen von regionaler oder nationaler Bedeutung diskutieren und eventuell darüber schließlich auch abstimmen zu können.⁵³²

Die Konzeption einer starken Demokratie formuliert Barber in einer Zeit, in der das Internet noch in den Kinderschuhen steckte und das World Wide Web noch nicht erfunden war. Er setzt aber große Hoffnungen auf den Einsatz neuer Kommunikationstechnologien. In der deutschen Ausgabe von „Strong Democracy“ aus dem Jahr 1994 nimmt er konkreten Bezug auf die neuen Vernetzungsmöglichkeiten und plädiert für den Gebrauch der interaktiven Qualitäten der neuen Kommunikationstechnologien. Auch den dezentralen Charakter des Internets bewertet Barber durchaus positiv, da dieser die Grundlagen für eine schnelle internationale Informationsvermittlung darstelle und sich damit für die Bürger die Möglichkeit eröffne, sich nicht nur umfassend zu infor-

⁵²⁷ Vgl. BARBER, B.R. (1994), S. 241ff.

⁵²⁸ Vgl. Ebd. S. 241

⁵²⁹ Ebd. S. 247f.

⁵³⁰ Ebd. S. 249

⁵³¹ Ebd. S. 250

⁵³² Vgl. BEIERWALTES, A. (2000), S. 166

mieren, sondern zudem in Kontakt mit anderen Menschen, auch außerhalb der eigenen, physisch erfahrbaren Welt zu treten.⁵³³

Angemerkt werden muss, dass bei Barber die normativen Ansprüche und Bedingungen an eine im Sinne seiner Theorie von einer „starken Demokratie“ funktionierenden Öffentlichkeit weitgehend im Dunklen bleiben. An keiner Stelle nimmt er explizit dazu Stellung, welchen Öffentlichkeitsbegriff er seiner Demokratiekonzeption zugrunde legt. Seinen Ausführungen und Schwerpunktsetzungen im Rahmen seiner Theorie zufolge, wonach die aktive Teilnahme an öffentlichen Gesprächen und Deliberationsprozessen, zu den wesentlichsten Elementen seines Demokratieverständnisses zählen, kann allerdings angenommen werden, dass der allgemeine und freie und gleiche Zugang aller Bevölkerungsgruppen zur Öffentlichkeit bzw. zu jenen Foren, die „strong democratic talk“ ermöglichen, auch von ihm vorausgesetzt wird. So heißt es an einer Stelle beispielsweise, dass im demokratischen Sprechen „keine Stimme privilegiert, keine Position von besonderem Vorteil, keine Autorität außer der des Gesprächsprozesses selbst gilt“⁵³⁴. An anderer Stelle äußert sich Barber in direktem Bezug zu Habermas folgendermaßen: „Demokratie bedeutet zuerst einmal gleichen Zugang zur Sprache und starke Demokratie heißt umfassende und andauernde Teilnahme der gesamten Bürgerschaft am Sprechen“⁵³⁵.

Anhaltspunkte in Bezug auf seine Öffentlichkeitsvorstellung, lassen sich auch in diesem Zitat finden: „Die starke Demokratie schafft eine Öffentlichkeit, die fähig ist, vernünftige, öffentliche Beratungen abzuhalten und Entscheidungen zu fällen“. Die Herstellung von Öffentlichkeit ist bei Barber am ehesten mit der Schaffung einer Gemeinschaft von Bürgern verbunden, die sich durch gemeinsames öffentliches Beraten und Handeln aktiv an der Politikgestaltung beteiligen. Öffentlichkeiten konstituieren sich demnach, indem Bürger ihre Stimme in Bezug aufeinander erheben, ihre persönlichen Überzeugungen und Meinungen öffentlichen Beratungen und Urteilen unterziehen, sich als Teil einer größeren Gemeinschaft verstehen und mit anderen zusammen ein Gemeinwohl vertreten⁵³⁶: „Die Autonomie des demokratischen Prozesses im Rahmen starker Demokratie stellt [...] alle Werte auf die gleiche Stufe. Alle Überzeugungen und Meinungen der Individuen erhalten den gleichen Startplatz, und Rechtfertigung ist an das gebunden, was den Überzeugungen und Meinungen im Verlauf der öffentlichen Rede und des öffentlichen Handelns widerfährt [...] Ob ein Wert gerechtfertigt ist, hängt davon ab, inwieweit er Gegenstand der öffentlichen Debatte war, ob er durch die

⁵³³ Vgl. BARBER, B.R. (1994), S. 250f.

⁵³⁴ BARBER, B.R. (1994), S. 183

⁵³⁵ Ebd. S. 203f.

⁵³⁶ Vgl. auch BARBER, B.R. (2001): Coca Cola und Heiliger Krieg. Der grundlegende Konflikt unserer Zeit. S. 295

Konfrontation mit der Öffentlichkeit [...] verfeinert, verändert oder transformiert worden ist⁵³⁷. Daraus kann geschlossen werden, dass Barber, ohne dies explizit festzustellen, von einem Öffentlichkeitsbegriff ausgeht, der dem Habermas'schen in entscheidenden Punkten durchaus sehr ähnlich ist.

⁵³⁷ BARBER, B.R. (1994), S. 126

3.2.3. Politische Öffentlichkeit nach Habermas

Während mit Barber und seinem Konzept einer „starken Demokratie“ eine sehr konkrete Vorstellung wie partizipatorische Demokratie prinzipiell realisierbar wäre gezeichnet wurde, soll sich die Darstellung einer politischen Öffentlichkeit inklusive ihrer Strukturmerkmale und Funktionen in weiterer Folge an den theoretischen Überlegungen von Jürgen Habermas orientieren. Denn für Jürgen Habermas zählt die Auseinandersetzung mit dem Öffentlichkeitbegriff sowohl als historische Kategorie als auch als normativ anzustrebendes Ideal moderner demokratischer Gesellschaften, zum thematischen Zentrum seines Lebenswerks. Er ist einer der wenigen Autoren, die sich historisch fundiert mit dem Begriff „Öffentlichkeit“ auseinandergesetzt und davon ausgehend im Laufe der Zeit, ein idealisiert normatives Modell einer diskursiven Öffentlichkeit entwickelt hat. So ist es nicht verwunderlich, dass die demokratietheoretischen Diskussionen zur Öffentlichkeit sowohl im deutschsprachigen als auch im angloamerikanischen Raum in nicht unerheblichem Maße durch seine Arbeiten bestimmt sind.

Den Ausgangspunkt seiner Idee von Öffentlichkeit legt Habermas zunächst in seiner 1962 verfassten Habilitationsschrift „Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zur Kategorie einer bürgerlichen Gesellschaft“ fest. Die Untersuchung über den Strukturwandel der Öffentlichkeit ist die einzige Monographie, in der sich Habermas ausschließlich der gesellschaftlichen Öffentlichkeit als zentrale historische Kategorie widmet. Das Vorwort zu dessen Neuauflage (1990), vor allem seine rechts- und demokratietheoretische Abhandlung „Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaates“ (1992) sowie etliche andere verstreute Aufsätze, in denen Habermas bis heute „ein elaboriertes Modell diskursiver Öffentlichkeit“⁵³⁸ entwickelt hat, machen deutlich, dass er immer wieder zum Ausgangspunkt seiner frühen Überlegungen zurückgekehrt ist, sich seine kritische Perspektive allerdings in einigen Aspekten durchaus verändert hat. Eine Beschäftigung mit Jürgen Habermas bedingt eine unbedingte Beachtung seiner Verbindung zu den Theoretikern der Frankfurter Schule und deren Konzeptionen, die das Habermas'sche Gedankengebäude wesentlich beeinflusst haben.

Strukturwandel der Öffentlichkeit

Bereits in dem frühen Aufsatz „*Zum Begriff der politischen Beteiligung*“ (1958) verbindet Habermas den Öffentlichkeitsbegriff mit einem normativ anspruchsvollen Begriff von Demokratie. Ausgehend von der „Idee der Herrschaft des Volkes“ steht zunächst

⁵³⁸ GERHARDS, J. (1997): Diskursive vs. liberale Öffentlichkeit. Eine empirische Auseinandersetzung mit Jürgen Habermas. In: KZfSS, Jg. 49, Heft 1, S. 2

die politische Selbstorganisation der Gesellschaft im Zentrum seiner Demokratieauffassung: „Demokratie arbeitet an der Selbstbestimmung der Menschen, und erst wenn diese wirklich ist, ist jene wahr. Politische Beteiligung wird dann mit Selbstbestimmung identisch sein“⁵³⁹. Um zu vermeiden, dass Demokratie allein auf ein „Set von Spielregeln“ reduziert wird, ist politische Beteiligung nicht als ein multiplizierbarer Faktor, sondern als „eine Funktion im schwierigen und ungewissen Prozess der Selbstbefreiung der Menschheit“⁵⁴⁰ zu verstehen. Nur unter der Voraussetzung einer umfassenden politischen Beteiligung kommt der Sinn von Demokratie bewusst zum Ausdruck: „In dem Maße, in dem mündige Bürger unter Bedingungen einer politisch fungierenden Öffentlichkeit, durch einsichtige Delegation ihres Willens und durch wirksame Kontrolle seiner Ausführung, die Einrichtung ihres gesellschaftlichen Lebens selber in die Hand nehmen, wird personale Autorität in rationale überführbar“⁵⁴¹. Der Marx'sche Topos einer Überführung gesellschaftlicher Macht in die „Gestalt einer rationalen Autorität“⁵⁴² ist für Habermas die Grundlage einer auf Öffentlichkeit angewiesenen Demokratie, die als einzige Form der Gemeinschaftsorganisation, unter neuzeitlichen und posttraditionalen Bedingungen begründbar ist. Denn im Zuge der gesellschaftlichen Entwicklung seit Beginn der Neuzeit hat der verbindliche Kontext einer soziokulturellen Lebenswelt seine fraglose Gültigkeit verloren und gesellschaftliche Konfliktfälle können nicht mehr durch Verweis auf überlieferte Traditionen oder übergeordnete Autoritäten als begründete Instanz für gemeinschaftliche Normen gelöst werden. Gesellschaftliche Konfliktregelung ist in dieser posttraditionalen Situation, in der es keine universelle Rechtfertigung materieller Autorität mehr geben kann, sowohl für Habermas als auch in der Perspektive Barber's nur kommunikativ begründbar. Nur eine diskursiv strukturierte Willensbildung und das bessere Argument im öffentlichen Diskurs ist die Legitimationsgrundlage einer Staatsgewalt, die „vom freien und ausdrücklichen Consensus aller Bürger getragen ist“⁵⁴³.

Die normative Annahme einer unausweichlichen Diskursivität von Öffentlichkeit und Demokratie bestimmt das gesamte Habermas'sche Denkgebäude. Habermas gilt daher auch als Begründer eines diskursiven Öffentlichkeitsmodells, in dessen Zentrum der Diskurs als Form verständigungsorientierter gesellschaftlicher Kommunikation steht. Als Ausgangspunkt seiner Konzeption eines prinzipiell normativ zu verstehenden Diskursmodells von Öffentlichkeit kann seine im Jahr 1962 erschienene Habilitationsschrift „*Strukturwandel der Öffentlichkeit*“ verstanden werden. Hier geht es Habermas darum, „den Idealtypus bürgerlicher Öffentlichkeit aus den historischen Kontexten der

⁵³⁹ HABERMAS, J. (1973a), S. 11

⁵⁴⁰ Ebd. S. 12

⁵⁴¹ Ebd.

⁵⁴² Ebd. S. 13

⁵⁴³ Ebd.

englischen, französischen und deutschen Entwicklung im 18. und frühen 19. Jahrhundert“ herauszuarbeiten. Lange Zeit galt die auf umfangreichem historischem Material begründete Untersuchung, als der einzige fundierte Ansatz, Öffentlichkeit als zentrale gesellschaftliche Kategorie zu bestimmen. Habermas bespricht soziale Strukturen und politische Funktionen von Öffentlichkeit und rekonstruiert den sozialgeschichtlichen Prozess, in welchem sich die bürgerliche Öffentlichkeit entwickeln konnte, um im Anschluss daran deren Zerfall unter den Bedingungen moderner sozialstaatlicher Massendemokratien zu beschreiben. Angemerkt sei an dieser Stelle allerdings, dass die in den frühen 60er Jahren verfasste Analyse des Strukturwandels der (bürgerlichen) Öffentlichkeit in einer damals vor allem im Rahmen der Frankfurter Schule stark kulturpessimistischen Perspektive verfasst wurde, die in der Tradition der Kritischen Theorie nach Max Horkheimer und Theodor W. Adorno stand. Die historische Faktizität von Öffentlichkeit untersucht Habermas daher (noch) nicht anhand von diskursethischen Geltungsansprüchen, sondern orientiert sich im Rahmen seiner Kulturkritik an den normativen Maßstäben der frühen Kritischen Theorie. Gleich zu Beginn seiner Analyse stellt er fest, dass „Tendenzen des Zerfalls der Öffentlichkeit [...] unverkennbar“ seien: trotzdem sich „ihre Sphäre immer großartiger erweitert, wird ihre Funktion immer kraftloser“⁵⁴⁴.

Habermas behandelt im „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ die frühe Neuzeit und die Moderne von 1700 bis in die Mitte des 20. Jahrhundert und zeichnet im Rahmen seiner Analyse insgesamt ein kulturkritisches Verfallsszenario eines Idealtypus von Öffentlichkeit nach, welcher sich im Laufe der Zeit aufgrund weitreichender Veränderungen der sozialen Strukturen wie auch der politischen Funktionen von Öffentlichkeit wesentlich gewandelt habe. Die geschichtliche Entwicklung, die das Phänomen politischer Öffentlichkeit bis heute durchlaufen hat, ist vor allem auch als Prozess einer sich immer weiter ausdehnenden Sphäre, in welcher sich Öffentlichkeit abspielt, zu begreifen.

Die historisch angelegte Begriffsbestimmung von Öffentlichkeit setzt bei Habermas bereits im Mittelalter mit der Kategorie der so genannten „repräsentativen Öffentlichkeit“⁵⁴⁵ ein. Die repräsentative Öffentlichkeit des Mittelalters haftet ausschließlich an den feudalen Gewalten Kirche, Fürstentum und Herrenstand und konstituiert sich in erster Linie durch die „öffentliche Präsentation von Herrschaft“.⁵⁴⁶ Nachdem sich ab dem 16. Jahrhundert der Staat allmählich als eine „Sphäre der öffentlichen Gewalt“ mit einer ständigen Verwaltung, einem stehenden Heer, einer kontinuierlichen Staatstätigkeit

⁵⁴⁴ HABERMAS, J. (1990), S. 57

⁵⁴⁵ Vgl. HABERMAS, J. (1990), S. 58-67

⁵⁴⁶ Vgl. ebd. S. 60

und einem Anspruch auf das „Monopol legitimer Gewaltanwendung“ konstituiert,⁵⁴⁷ nimmt „öffentlich“ zunächst die Bedeutung von „staatlich“ an und steht damit im Gegensatz zum Privaten und Geheimen. Die mit dem wachsenden Wirtschaftsverkehr entstehende Presse dient den neuen Obrigkeiten zunächst vor allem dazu, mit den Untertanen in Kontakt zu treten, um Befehle und Verordnungen bekannt zu geben und Verwaltungsbelange in Hinblick auf den frühkapitalistischen Warentausch regeln zu können.⁵⁴⁸ Im 18. Jhd. entwickelt sich, getragen von einem „räsonierenden Bürgertum“, mit den frühen Öffentlichkeiten in den englischen Kaffeehäusern, den französischen Salons und den deutschen Sprach- und Tischgesellschaften allmählich eine Sphäre, die der Tendenz nach eine „permanente Diskussion unter Privatleuten“⁵⁴⁹ darstellt. Der Auslöser dieses deutlichen Politisierungsschubes der zunächst vor allem literarisch und kunstkritisch geprägten Öffentlichkeit, ist die Französische Revolution: „Eine ‚Politisierung des gesellschaftlichen Lebens‘, der Aufstieg der Meinungspresse, der Kampf gegen die Zensur und für die Meinungsfreiheit kennzeichnen den Funktionswandel des expandierenden Netzes öffentlicher Kommunikation bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts“⁵⁵⁰. Aus den literarischen Vorformen konstituiert sich eine Art (bürgerliche) Gegenöffentlichkeit, die zunehmend politische und gesellschaftskritische Funktionen übernimmt und sich vor allem von der „Sphäre der öffentlichen Gewalt“ abgrenzt. Es sind drei Pole, welche die gesellschaftlichen Verhältnisse zu dieser Zeit beschreiben: „die *bürgerliche Gesellschaft* als Gesellschaft der Privatleute als Wirtschaftsbürger, die *Öffentlichkeit* als Gesellschaft der politischen Bürger, und als Drittes, der *Staat* als die Organisationsform des Politischen“⁵⁵¹. Die politisch fungierende Öffentlichkeit steht zwischen den beiden Polen des Staates einerseits und der Privatsphäre andererseits. Über die „öffentliche Meinung“, welche sie hervorbringt, nimmt Öffentlichkeit zugleich auch eine vermittelnde Funktion ein, indem sie den Staat mit den Bedürfnissen der Staatsbürger konfrontiert.⁵⁵² „In der bürgerlichen Öffentlichkeit entfaltet sich ein politisches Bewusstsein, das gegen die absolute Herrschaft den Begriff und die Forderung genereller und abstrakter Gesetze artikuliert, und schließlich auch sich selbst, nämlich die öffentliche Meinung, als die einzig legitime Quelle dieser Gesetze zu behaupten lernt“⁵⁵³. Die aus den öffentlichen Diskursen kristallisierten Meinungen gelten damit als neue Legitimation für Herrschaft.

⁵⁴⁷ Vgl. HABERMAS, J. (1990), S. 74f.

⁵⁴⁸ Vgl. ebd. S.79

⁵⁴⁹ Ebd. S. 97

⁵⁵⁰ Ebd. S. 14

⁵⁵¹ REESE-SCHÄFER, W. (2001): Jürgen Habermas. S. 38, Hervorh. i. Orig.; Siehe dazu auch die graphische Darstellung zum „Grundriß der bürgerlichen Öffentlichkeit im 18. Jahrhundert als ein Schema sozialer Bereiche“. HABERMAS, J. (1990), S. 89

⁵⁵² Vgl. HABERMAS, J. (1973a), S. 65

⁵⁵³ HABERMAS, J. (1990), S. 119

Von diesen, sich in dieser Zeit abzeichnenden und die Öffentlichkeit tendenziell prägenden Strukturmerkmalen lassen sich nach Habermas die im Kern bis heute unveränderten *normativen Kriterien des Öffentlichkeitsbegriffs* ablesen:⁵⁵⁴ Zunächst kommunizieren die Beteiligten unabhängig von ihrer Stellung im sozialen Machtgefüge miteinander. Nicht der gesellschaftliche Status, sondern die „Autorität des vernünftigeren Arguments“ steht im Mittelpunkt der Auseinandersetzung: „Gesetze des Marktes sind ebenso suspendiert wie die des Staates“⁵⁵⁵. Dazu merkt Habermas zugleich einschränkend an: „Nicht als ob mit den Kaffeehäusern, den Salons und den Gesellschaften im Ernst diese Idee des Publikums verwirklicht worden sei; wohl aber ist sie mit ihnen als Idee institutionalisiert, damit als objektiver Anspruch gesetzt und insofern, wenn nicht wirklich, so doch wirksam gewesen“⁵⁵⁶. Die Diskussion in einem solchen Arrangement setzt zudem die Problematisierung von bislang nicht fragwürdigen Bereichen wie Kunst, Literatur, Philosophie und in zunehmendem Maße aktuelle politische und gesellschaftlich Themen voraus. Die Vermarktung von literarischen Werken bzw. von Kunstwerken überhaupt, die in dieser Zeit einsetzt, zerstört deren sakrale Aura und macht sie als Waren allgemein zugänglich. Kirchliche und staatliche Autoritäten verlieren das Interpretationsmonopol des „Allgemeinen“, prinzipiell wird damit alles thematisierbar: Über die „kritische Aneignung von Philosophie, Literatur und Kunst [gelangt das Publikum] dazu, sich aufzuklären, ja, sich als den lebendigen Prozess der Aufklärung zu begreifen“⁵⁵⁷. Die Überführung der Kultur in Warenform, womit sie überhaupt erst diskussionsfähig wird, führt schließlich zu einer „prinzipiellen Unabgeschlossenheit des Publikums“⁵⁵⁸, also der potentiellen Möglichkeit der Teilnahme aller Bürger am öffentlichen Diskurs. Zwar ist das Publikum dieser frühen Formen von Öffentlichkeit dem oberen Bürgertum zuzurechnen, konnte sich aber trotz seiner Exklusivität „niemals ganz abriegeln und zur Clique verfestigen“⁵⁵⁹.

Bereits in einem früheren Aufsatz (Quelle!) über den Wert der politischen Beteiligung, kommt Habermas zu dem Schluss, dass im liberalen Rechtsstaat, welcher sich mit den Revolutionen im 18. und 19. Jahrhundert konstituiert hat, eine Unstimmigkeit zwischen demokratischem Anspruch und sozialer Faktizität herrscht.⁵⁶⁰ Denn die Staatsbürger können von ihren bürgerlichen Teilhaberechten und Freiheiten nur dann Gebrauch machen, wenn sie alle die gleichen Chancen haben, „vermittels des Marktes ihr Leben zu

⁵⁵⁴ Vgl. ebd. S. 57ff.

⁵⁵⁵ Beide Zitate HABERMAS, J. (1990), S. 97 Dazu merkt Habermas zugleich einschränkend an: „Nicht als ob mit den Kaffeehäusern, den Salons und den Gesellschaften im Ernst diese Idee des Publikums verwirklicht worden sei; wohl aber ist sie mit ihnen als Idee institutionalisiert, damit als objektiver Anspruch gesetzt und insofern, wenn nicht wirklich, so doch wirksam gewesen.“

⁵⁵⁶ Beide Zitate HABERMAS, J. (1990), S. 97

⁵⁵⁷ Ebd. S. 105

⁵⁵⁸ Ebd. S. 98

⁵⁵⁹ Ebd. S. 98

⁵⁶⁰ Vgl. HABERMAS, J. (1973a), S. 14ff.

reproduzieren; wobei der Markt unter Bedingungen vollständiger Konkurrenz die Funktion rationaler Regulierung auch erfüllen muß, die man ihm zuschreibt⁵⁶¹. Allerdings hätte es einen solchen Zustand nie gegeben. Die als Sphäre des Warenverkehrs konstituierte bürgerliche Gesellschaft tritt keineswegs so machtneutralisiert und herrschaftsemanzipiert in Erscheinung, wie ihre Idee es sich selbst zuschreibt. Die rasonierenden Privatleute sind in Wahrheit eine nur kleine Minderheit, welcher die Masse der Bevölkerung gegenübersteht. Damit steht der Idealtypus der Öffentlichkeit und dessen Institutionalisierung im bürgerlichen Rechtsstaat prinzipiell im Widerspruch zu seiner historischen Entwicklung.⁵⁶² Dennoch beziehen sich die neuen Verfassungen des liberalen Rechtsstaates auf den Bürger und Menschen schlechthin: „Die bürgerliche Öffentlichkeit steht und fällt mit dem Prinzip des allgemeinen Zugangs. Eine Öffentlichkeit, von der angebbare Gruppen eo ipso ausgeschlossen wären, ist nicht etwa nur unvollständig, sie ist vielmehr gar keine Öffentlichkeit mehr“⁵⁶³. Habermas geht also davon aus, dass sich dieser Anspruch an Öffentlichkeit im 19. Jahrhundert zumindest soweit der Wirklichkeit angenähert hat, dass das bürgerliche Klasseninteresse mit dem allgemeinen Interesse identifiziert werden kann und Öffentlichkeit als Organisationsprinzip des liberalen Rechtsstaates glaubwürdig war.⁵⁶⁴

Mit den großen Depressionen und der sozialstaatlichen Transformation des bürgerlichen Rechtsstaates im ausgehenden 19. Jahrhunderts, beginnen die bürgerlich-liberalen Öffentlichkeiten und deren diskursive Strukturen mehr und mehr zu zerfallen und sich von ihrem eigentlichen Wesen zu entfernen.⁵⁶⁵ Im Zuge weitreichender Wandlungsprozesse kommt es insgesamt zu großen Veränderungen der sozialen Strukturen der Öffentlichkeit⁵⁶⁶ und damit zwangsläufig einhergehend auch ihrer politischen Funktionen⁵⁶⁷. Es sind im Wesentlichen diese zwei dialektisch aufeinander verweisende Tendenzen, die einen *Zerfall der bürgerlichen Öffentlichkeit*, deren Blütezeit laut Habermas maximal hundert Jahre andauerte, bezeichnen: „Öffentlichkeit „durchdringt immer weitere Sphären der Gesellschaft und verliert gleichzeitig ihre politische Funktion, nämlich die veröffentlichten Tatbestände der Kontrolle eines kritischen Publikums zu unterwerfen“⁵⁶⁸. Begleitet werden diese Entwicklungen durch weitreichende Veränderungen im Medienbereich, die bis heute die Öffentlichkeitsstrukturen insgesamt weitge-

⁵⁶¹ HABERMAS (1973a), S. 17

⁵⁶² Vgl. HABERMAS, J. (1990), S. 155ff. Hierzu merkt er an, dass während faktisch nur Bürgerliche als freie Warenbesitzer und –produzenten mit entsprechenden Bildungsvoraussetzungen am öffentlichen Rasonnement teilnehmen, die Mehrheit des „Volkes“ von den die Privatautonomie ausmachenden Kriterien Besitz und Bildung ausgeschlossen bleibt. Öffentlichkeit ist damit, auch unter den Voraussetzungen einer aufgeklärten bürgerlichen Gesellschaft, ein vor allem exklusiver Diskurszusammenhang, ohne dem Anspruch einer vollständigen Inklusion aller gerecht werden zu können.

⁵⁶³ HABERMAS, J. (1990), S. 156

⁵⁶⁴ Vgl. REESE-SCHÄFER, W. (2001), S. 44

⁵⁶⁵ Vgl. ebd.

⁵⁶⁶ Ausführlich zu den sozialen Wandlungsprozessen siehe HABERMAS, J. (1990), S. 225ff.

⁵⁶⁷ Vgl. HABERMAS, J. (1990), S. 275ff.

⁵⁶⁸ HABERMAS, J. (1990), S. 223

hend prägen. Habermas nennt die Kommerzialisierung und Verdichtung des öffentlichen Kommunikationsnetzes, den wachsenden Kapitalaufwand sowie den steigenden Organisationsgrad von publizistischen Einrichtungen, die insgesamt eine stärkere Kanalisierung der Kommunikationsströme bewirken und zugleich die Zugangschancen zur öffentlichen Kommunikation reduzieren.⁵⁶⁹ Durch den verschärften kapitalistischen Konkurrenzdruck und den damit einhergehenden Konzentrationsprozessen, gerät die Publizistik in den Sog partikularer Interessen und ist zunehmend dem wirtschaftlichen Profit verpflichtet.⁵⁷⁰ Das „Prinzip der Publizität“, das „im Medium der bürgerlichen Presse zunächst in eindeutig kritischer Funktion gegen die Geheimpraxis des absolutistischen Staates durchgesetzt und in den Verfahrensweise der rechtsstaatlichen Organe verankert worden war, wird zu demonstrativen und manipulativen Zwecken umfunktioniert“⁵⁷¹. Vor diesem Hintergrund gerät die einstmals potentiell kritische Öffentlichkeit mehr und mehr zu einer vermachteten Arena und erfüllt damit „Funktionen der Einflußnahme auf Entscheidungen von Konsumenten, Wählern und Klienten von seiten der Organisationen, die in eine massenmediale Öffentlichkeit investieren, um Kaufkraft, Loyalität oder Wohlverhalten zu mobilisieren“⁵⁷². Mit den neuen Medien des 20. Jahrhunderts – Rundfunk, Tonfilm und Fernsehen – steigen der Kapitalaufwand und die ökonomische Konzentration publizistischer Einrichtungen noch einmal um ein Vielfaches. Die Erfahrungen mit einer zur Konzentration tendierenden Presse beschreibt Habermas als den entscheidenden Anlass dafür, dass die Einrichtungen dieser Medien in einigen Ländern von „Anbeginn an in staatliche Regie oder unter staatliche Kontrolle genommen“⁵⁷³ werden. Um dem bedrohlichen Charakter der „Vermachtung einer unter den Einfluß gesellschaftlicher Mächte geratenen Öffentlichkeit“⁵⁷⁴ und der dadurch entstehenden „publizistischen Gewalt“ entgegenzuwirken, werden aus den privaten Institutionen eines Publikums von Privatleuten, die Medien – vor allem Rundfunk und Fernsehen – zu öffentlichen Anstalten umfunktioniert. „In England, Frankreich und Deutschland wurden diese neuen Medien als öffentliche und halböffentliche Körperschaften organisiert, weil ihre publizistische gegenüber der privatkapitalistischen Funktion nicht ausreichend hätte geschützt werden können“⁵⁷⁵. Damit ergibt sich für Habermas eine Verkehrung in Bezug auf die ursprüngliche Basis der publizistischen Institutionen: Waren dem liberalen Modell der Öffentlichkeit zufolge, „die Einrichtungen des rasonierenden Publikums gegenüber Eingriffen der öffentlichen Gewalt dadurch gesichert, daß sie sich in der Hand von Privatleuten befanden“, sind diese im Verlauf ihrer zunehmen-

⁵⁶⁹ Ebd. S. 27f.

⁵⁷⁰ Ebd. S. 281ff.

⁵⁷¹ HABERMAS (1971a): Theorie und Praxis. Sozialphilosophische Studien. S. 11f.

⁵⁷² HABERMAS, J. (1990), S. 28

⁵⁷³ Ebd. S. 282

⁵⁷⁴ Ebd. S. 283

⁵⁷⁵ Ebd.

den Kommerzialisierung und der ökonomischen, technologischen und organisatorischen Konzentration ab der Mitte des 19. Jahrhunderts „zu Komplexen gesellschaftlicher Macht geronnen, so daß gerade der Verbleib in privater Hand die kritischen Funktionen der Publizistik vielfach bedrohte“⁵⁷⁶.

Diese vernichtende Einschätzung der in den 60er Jahren aktuellen Öffentlichkeitsstrukturen wird von Habermas im Vorwort des Strukturwandels der Öffentlichkeit aus dem Jahr 1990 ein wenig relativiert, indem er auf seinen veränderten Blickwinkel hinweist. Auf dem Weg und schließlich mit der „Theorie des kommunikativen Handelns“ verlässt Habermas das Fundament der älteren kulturkritischen Tradition der Frankfurter Schule und verändert damit zugleich den bisherigen Bezugspunkt seiner Konzeption von Öffentlichkeit. Trotzdem die zeitkritische Diagnose in Bezug auf die veränderten Öffentlichkeitsstrukturen von Habermas nach wie vor als zutreffend empfunden wird, stellt sich für ihn immer mehr heraus, dass sich diese mit den alten begrifflichen Mitteln der Kritischen Theorie nicht mehr klar begründen lässt.⁵⁷⁷ Mit der „Theorie des kommunikativen Handelns“, welche Habermas 1981 in zwei Bänden⁵⁷⁸ veröffentlicht, wird fortan das „sprachliche Telos der Verständigung“⁵⁷⁹ zum Maßstab seiner Kritik. Habermas entwickelt somit den theoretischen Unterbau für eine Beschreibung der gesellschaftlichen Öffentlichkeit, welche ihre normative Implikation nun „nicht mehr nur in einer epochenspezifisch auftretenden Formation der Öffentlichkeit“⁵⁸⁰ zu finden sucht, sondern sich auf das Vernunftpotential, welches in der kommunikativen Alltagspraxis selbst angelegt ist, stützen kann.

Unter Einbezug systemtheoretischer Überlegungen und indem er sich von der älteren Kritischen Theorie deutlich abgrenzt, entwickelt Habermas ein umfangreiches Gesellschaftskonzept, das zugleich auch seine konkrete zeitdiagnostische Einschätzung gegenwärtiger Öffentlichkeit ein wenig verändert. Das gesamte Habermas'sche Gesellschaftskonzept, welches er in seiner „Theorie des kommunikativen Handelns“ zugrunde legt, kann im Rahmen dieser Arbeit nicht dargestellt werden. Wesentlich ist, dass Habermas fortan davon ausgeht, dass nicht mehr von *der* Gesellschaft als Makrosub-

⁵⁷⁶ HABERMAS, J. (1990), S. 284

⁵⁷⁷ Zur Entwicklung des Begriffs Öffentlichkeit bei Habermas siehe EMBACHER, Serge (2001): Selbstverschuldete Unmündigkeit. Überlegungen zu den normativen Grundlagen einer Kritik der Öffentlichkeit Self-imposed Immaturity. Dissertation FU Berlin. S. 121-142

⁵⁷⁸ HABERMAS, J. (1981): Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung, Band. 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft.

⁵⁷⁹ Habermas geht davon aus, dass der Sinn von Rede bzw. sprachlicher Kommunikation „offensichtlich darin [besteht], daß sich mindestens zwei Sprecher/Hörer über etwas verständigen“. HABERMAS, J. (1971b): Vorbereitende Bemerkungen zu einer Theorie der kommunikativen Kompetenz. In: Habermas/Luhmann (1971): Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie. Was leistet die Systemforschung? S. 114. Dieser Zusammenhang zwischen Kommunikation und Verständigung ist für Habermas in den Strukturen der Sprache angelegt: „Ich bin wie Wittgenstein der Auffassung, daß ‚Sprache‘ und ‚Verständigung‘ gleichursprüngliche, sich wechselseitig erläuternde Begriffe sind“. HABERMAS, J. (1984a): Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns. S. 497. Diese (hier sehr kurz dargestellten) Überlegungen führen ihn zur zentralen These, „daß in sprachlicher Kommunikation ein Telos von gegenseitiger Verständigung eingebaut ist“. HABERMAS, J. (1985b): Die neue Unübersichtlichkeit. Kleine politische Schriften V. S. 173.

⁵⁸⁰ HABERMAS, J. (1990), S. 34

jekt in einem ganzheitlichen Sinn gesprochen werden kann⁵⁸¹, sondern dass aufgrund der komplexer gewordenen Sozialverhältnisse der Moderne vielmehr zwischen sozial und systemisch integrierten Gesellschaftsbereichen unterschieden werden muss.⁵⁸² Im Rahmen eines zweistufigen Gesellschaftsmodells stellt Habermas einer kommunikativ integrierten gesellschaftlichen Lebenswelt, die Bereiche der Wirtschaft und des Staates gegenüber, welche sich im Laufe der gesellschaftlichen Entwicklung und aufgrund einer kommunikativen Rationalisierung als funktionale Subsysteme von der Lebenswelt abgespalten, verselbstständigt und über entsprachlichte Kommunikationsmedien (Geld und administrative Macht) systemisch integriert haben.⁵⁸³ Die Bereiche Staat und Wirtschaft stehen als selbstbezügliche und selbstgesteuerte Subsysteme für sich und sind seitens der Lebenswelt kommunikativ nicht mehr einholbar.⁵⁸⁴ Der Öffentlichkeit sowie den Massenmedien als zentrale Institution dieser, kommt daher ein besonders hoher gesellschaftlicher Stellenwert zu. Öffentlichkeit wird von Habermas nun als ein Teil der gesellschaftlichen Lebenswelt konzipiert, in der politische und gesellschaftliche Folgen von Entwicklungen des Wirtschaftssystems und der Administration kommunikativ bearbeitet werden. Denn im Habermas'schen Gesellschaftskonzept ist es von zentraler Bedeutung, dass die Subsysteme kommunikativ an die Lebenswelt, aus der sie ursprünglich hervorgegangen sind, rückgekoppelt bleiben. Mit der zentralen Funktion sozialer Integration, fungiert die Öffentlichkeit als Sphäre, in der konflikträchtige gesellschaftliche Materie einer, im Sinne der gemeinsamen Interessen der Betroffenen und damit rationalen Regelung unterzogen werden sollen.⁵⁸⁵ (Politische) Öffentlichkeit ist somit gewissermaßen ein lebensweltliches Ordnungsprinzip, welches darauf aufbaut, über den Mechanismus der sprachlichen Verständigung, einen gesellschaftlichen Konsens herzustellen, welcher im Idealfall über die Medien der Massenkommunikation – die Habermas als zentrale Infrastruktur von Öffentlichkeit beschreibt – an das Wirtschafts- und Verwaltungssystem rückgekoppelt wird. Erlangen nun die Subsysteme eine Dominanz gegenüber der kommunikativ strukturierten Lebenswelt bzw. greift die ökonomische und bürokratische Systemrationalität zu tief in diese ein, ist ein „pathologischer Zustand“ erreicht. Habermas spricht in diesem Zusammenhang von der „Kolonialisierung der Lebenswelt“.⁵⁸⁶ Derartige Kolonialisierungstendenzen sind gemäß seinen Untersuchungen zum „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ noch mit der Transformation von Staat und Ökonomie ab dem 19. Jahrhundert zu beobachten und bis heute sehr weit

⁵⁸¹ HABERMAS, J. (1990), S. 35

⁵⁸² Vgl. HABERMAS, J. (1981), Bd. 2, S. 180

⁵⁸³ Siehe dazu die „Theorie der sozialen Evolution“ HABERMAS, J. (1981), Bd. 2, S. 230

⁵⁸⁴ Vgl. EMBACHER, S. (2001), S. 134

⁵⁸⁵ BURKART, R./LANG, A. (2007): Die Theorie des kommunikativen Handelns von Jürgen Habermas. Eine kommentierte Textkollage. In: Burkart, R./Hömberg, W. [Hrsg.] (2007): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. S. 60

⁵⁸⁶ Vgl. Zur Kolonialisierungsthese vgl. HABERMAS, J. (1981), Bd. 2, S. 277ff., 293, 471, 522

fortgeschritten. In Bezug auf die gesellschaftliche Komponente der Lebenswelt, in welcher Habermas einen inneren Zusammenhang zwischen verständigungsorientierter Kommunikation, politischer Öffentlichkeit, Massenmedien und Demokratie verortet, kommen sie vor allem mit der Vermachtung von Öffentlichkeit durch den manipulativen Einsatz massenmedialer Technologien zum Ausdruck.⁵⁸⁷

Allerdings kommt Habermas zu dem Schluss, dass die „Theorie des kommunikativen Handelns „skeptisch gegenüber der These [stimmt], daß die Öffentlichkeit in postliberalen Gesellschaften liquidiert wird“⁵⁸⁸. Denn die modernen Massenmedien sind im Rahmen der wenig komplexen Betrachtungsweise, die sich aus den Voraussetzungen und Betrachtungsweisen der Kulturindustriethese Adornos und Horkheimers ergibt, ein systemischer Mechanismus, ein „Apparat“⁵⁸⁹, der einen hermetischen Verblendungszusammenhang herstellt, aus dem es für die uniformierten Individuen kein Entrinnen geben kann. Im Unterschied dazu betrachtet Habermas die Medien der Massenkommunikation allerdings als „generalisierte Formen der Kommunikation“⁵⁹⁰, deren Potential im Grunde ein ambivalentes ist: „Diese [gemeint sind die Massenmedien, Anm. Verf.] bilden technische Verstärker der sprachlichen Kommunikation, die räumliche und zeitliche Distanzen überbrücken und die Kommunikationsmöglichkeiten multiplizieren, das Netz kommunikativen Handelns verdichten, ohne aber die Handlungsorientierung von lebensweltlichen Kontexten überhaupt abzukoppeln“⁵⁹¹.

Das Diskursmodell politischer Öffentlichkeit(en) – Ansprüche und Funktionen

Von der historischen Rekonstruktion des Öffentlichkeitsbegriffs durch Habermas und seiner Darstellung eines entsprechenden Idealmodells einer bürgerlichen Öffentlichkeit, lassen sich nun die spezifischen Grundmerkmale eines normativen Öffentlichkeitsmodells ableiten. Im Kern lassen sich die von Habermas explizierten kommunikativen Bedingungen bzw. spezifischen Voraussetzungen für eine funktionierende politische Öffentlichkeit – also *Öffentlichkeit im Sinne eines sozialen Raumes, in dem konfliktträchtige gesellschaftliche Materie einer rationalen Auseinandersetzung und Regelung zugeführt werden soll* – durchaus auch bei Barber finden. Die beiden konstituierenden Momente einer solchen demokratischen Öffentlichkeitsstruktur stellen für Habermas die *allgemeine Zugänglichkeit* sowie die *rationale Diskussion* dar.

⁵⁸⁷ Vgl. BURKART, R./ LANG, A. (2007), In: Burkart/Hömborg [Hrsg.] (2007), S. 59

⁵⁸⁸ HABERMAS, J. (1981), Bd. 2, S. 571

⁵⁸⁹ Ebd. S. 572

⁵⁹⁰ Ebd. 573

⁵⁹¹ HABERMAS, J. (1981), Bd. 1. S. 497

Zunächst „steht und fällt [die bürgerliche Öffentlichkeit] mit dem Prinzip des allgemeinen Zugangs“⁵⁹². Damit die politische Öffentlichkeit ihre Funktionen erfüllen kann, darf also prinzipiell niemand aus dem öffentlichen Diskurs bzw. der politischen Entscheidungsfindung ausgeschlossen werden. Dies wiederum erfordert „die vollständige Inklusion aller möglicherweise Betroffenen, die Gleichberechtigung der Parteien, Zwanglosigkeit der Interaktion, Offenheit für Themen und Beiträge, Revidierbarkeit der Ergebnisse usw.“⁵⁹³. Barber teilt den Aspekt der allgemeinen Zugänglichkeit in seinem Konzept einer starken Demokratie weitgehend, indem er sagt: „Demokratie bedeutet zuerst einmal gleichen Zugang zur Sprache und starke Demokratie heißt umfassende und andauernde Teilnahme der gesamten Bürgerschaft am Sprechen“⁵⁹⁴. Damit verbunden ist zwangsläufig die Forderung, dass vor allem sozialstrukturelle Merkmale oder die Zugehörigkeit zu bestimmten Bevölkerungsgruppen kein Ausschlussgrund für die Teilhabe an öffentlichen Debatten und Diskursen sein dürfen, da dies eine systematische Exklusion von Minderheiten bedeuten würde. Konkret bringt dies Barber folgendermaßen auf den Punkt: Im demokratischen Sprechen ist „keine Stimme privilegiert, keine Position von besonderem Vorteil [und es gilt] keine Autorität außer der des Gesprächsprozesses selbst [...]“⁵⁹⁵.

Weiters wird in öffentlichen Diskursen eine rationale Auseinandersetzung problematischer Belange und gesellschaftsrelevanter Fragestellungen gefordert – dass „[...] die zum Publikum versammelten Privatleute nach Rede und Gegenrede übereinstimmen“⁵⁹⁶. Hier liegt der Habermas'sche Diskursbegriff zugrunde, den er im Rahmen seines umfassenden Verständigungskonzepts in der „Theorie des kommunikativen Handelns“ herausarbeitet. Ein Diskurs kann nach Habermas ja nur dann wirklich stattfinden, wenn die Diskussionspartner gegenseitig die „ideale Sprechsituation“ unterstellen und damit zugleich die „Utopie herrschaftsfreier Kommunikation“ voraussetzen. Im politischen Kontext ist der Habermas'sche Diskursbegriff besonders relevant, da es hier um die zentrale Frage geht, wie angesichts der Pluralität von Einzelinteressen in modernen Gesellschaften, ein gesellschaftlicher Konsens über politische Fragen zustande kommen kann bzw. wie Partikularinteressen Einzug in die öffentliche Auseinandersetzung erlangen können. Aufgrund einer fortschreitenden funktionalen Differenzierung gesellschaftlicher Subsysteme, welche vor allem durch eine wachsende Vielfalt an divergierenden Interessenslagen und eine Pluralisierung von Weltbildern und kulturellen Lebensformen zum Ausdruck kommt, kann man sich laut Habermas unmöglich auf

⁵⁹² HABERMAS, (1990), S. 156

⁵⁹³ Ebd. S. 41

⁵⁹⁴ BARBER, B.R. (1994), S. 203f.

⁵⁹⁵ Ebd. S. 183

⁵⁹⁶ HABERMAS, J. (1990), S. 204

einen kulturell eingespielten Hintergrundkonsens stützen und von der unrealistischen Annahme einer kollektiv handlungsfähigen Bürgerschaft ausgehen.⁵⁹⁷ Vielmehr sei es das in den Sprachstrukturen angelegte Verständigungspotential sowie der öffentliche Vernunftgebrauch der Bürger, in welcher die Ausgangsbasis einer gesellschaftlichen Konsensfindung gefunden werden kann. Diskursive Verständigungsprozesse stehen unter dem besonderen Anspruch, dass das erzielte Ergebnis eines Diskurses, ein „wahrer“ und „vernünftiger Konsens und dieser nicht durch Irrtum, Zwang, Täuschung etc. zustande gekommen ist.“⁵⁹⁸ Den Rationalisierungseffekt diskursiver Verständigung begründet Habermas mit dem Konzept der „idealen Sprechsituation“⁵⁹⁹, in welcher die Kommunikationspartner (kontrafaktisch⁶⁰⁰) eine völlig ausgewogene Chancengleichheit bei der Wahrnehmung etwaiger Dialogrollen unterstellen.⁶⁰¹ Konkret bedeutet das, dass jeder Diskursteilnehmer davon ausgeht, dass er die gleichen Chancen und Möglichkeiten hat, eigene Standpunkte und Themen in die Debatte einzubringen und womöglich auch durchsetzen zu können. Die Möglichkeit der Durchsetzung eigener Standpunkte in Diskursen beruht vor allem auch darauf, dass zugleich unterstellt wird, dass ein Konsens zwischen den Diskussionspartnern ausschließlich auf „dem eigentümlich zwanglosen Zwang des besseren, weil einleuchtenderen Arguments“⁶⁰² basiert.

Die Forderung nach rationalen Diskussionen in der politischen Öffentlichkeit bezieht sich also vor allem auf die Vermutung, dass durch eine vernünftige, argumentativ begründete Auseinandersetzung über strittige Sachverhalte, am Ende eine Übereinstimmung erzielt werden kann, die sich Dank der „Kraft des besseren Arguments“ gegebenenfalls auch rational begründen lässt. Somit ist schließlich „[...] die zentrale Identifikation der öffentlichen Meinung mit Vernunft“ das wesentliche Kriterium der gesellschaftlichen Konsensfindung im Rahmen der politischen Öffentlichkeit. Nicht bestehende Machtverhältnisse, politische und wirtschaftliche Direktiven oder hierarchische Abhängigkeiten dürfen öffentliche Diskurse gänzlich bestimmen. Entscheidend ist vielmehr, dass eine rationale, argumentativ begründete Auseinandersetzungen in den Öffentlichkeitsstrukturen im Vordergrund steht – nicht zuletzt, auch um zu verhindern, dass Medienmacht primär manipulativ eingesetzt wird.

⁵⁹⁷ Vgl. HABERMAS, J. (1997), In: ders. (1997), S. 284-287

⁵⁹⁸ Vgl. BURKART, R./ LANG, A. (2007) In: Burkart, R./ Hömberg, W. [Hrsg.] (2007), S. 50

⁵⁹⁹ Vgl. HABERMAS, J. (1984a), S. 174-183

⁶⁰⁰ Die spezifischen Kommunikationsvoraussetzungen, welche Habermas mit der „idealen Sprechsituation“ begründet und in Anlehnung an den Rechtsphilosophen Robert Alexy in Form eines Systems von spezifischen Diskursregeln zugrundelegt, sollen zusammengefasst eine Kommunikationsstruktur garantieren, in der „für alle Diskursteilnehmer eine symmetrische Verteilung der Chancen, Sprechakte zu wählen und auszuführen, gegeben ist“ HABERMAS 1984a, S. 177. Die idealisierten Kommunikationsbedingungen werden allerdings niemals gänzlich erfüllt und sind bestenfalls nur ansatzweise realisierbar. Habermas bezeichnet sie daher als „kontrafaktisch“, also für die Realität sozialer Kommunikationsprozesse nicht zutreffend. Um jedoch Verständigung herstellen und die Möglichkeit zur Erreichung eines vernünftigen Konsens überhaupt wahrnehmen zu können, müssen sie von allen Argumentationsteilnehmern wechselseitig unterstellt und gewissermaßen wider ihrer Erfahrung, als faktisch wirksam angenommen werden. Vgl. HABERMAS, J. 1984a, S. 119.

⁶⁰¹ Vgl. BURKART, R. (2002), S. 527

⁶⁰² HABERMAS, J. (1984a), S. 116

In diesen beiden zentralen Ansprüchen an die politische Öffentlichkeit – die allgemeine Zugänglichkeit und die vordergründige rationale Diskussion in öffentlichen Kommunikationszusammenhängen – liegt nun das Potential einer „*kritischen Publizität*“, welche die nach Habermas heute weitgehend vorherrschende „manipulative Publizität“ zu verdrängen im Stande wäre.⁶⁰³ Denn die manipulative Publizität erfüllt in erster Linie die Aufgabe, „die Aufmerksamkeit durch Themenbereiche zu strukturieren, d.h. Themen, Probleme und Argumente unter die Aufmerksamkeitsschwelle herunterzuspielen“⁶⁰⁴. Das Potential der kritischen Publizität kommt hingegen durch die kommunikative Macht öffentlicher Diskurse zum Ausdruck, „die Themen von gesamtgesellschaftlicher Relevanz entdecken, Werte interpretieren, Beiträge zu Problemlösungen leisten, gute Gründe produzieren und schlechte entwerfen“. In der politischen Öffentlichkeit geht es also darum, öffentliche Diskurse über allgemeinrelevante Sachverhalte zu ermöglichen, die dann im Zusammenspiel mit der institutionell verfassten politischen Willensbildung eine kommunikative Macht eigener Art darstellen: „Diskurse herrschen nicht. Sie erzeugen eine kommunikative Macht, die die administrative nicht ersetzen, sondern nur beeinflussen kann. Dieser Einfluss beschränkt sich auf die Beschaffung und den Entzug von Legitimation“⁶⁰⁵, so Habermas.

Zusammengefasst lässt sich (politische) Öffentlichkeit im Sinne des normativ äußerst anspruchsvollen Diskursmodells und in Hinblick auf den idealtypischen Entwurf der „bürgerlichen Öffentlichkeit“, welchen Habermas im „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ zugrunde legt, als einen „jedermann zugänglichen Bereich unseres Gemeinwesens [beschreiben], in dem sich so etwas wie ein vernunftgeleiteter öffentlicher Konsens unter rationalem Diskurs bilden kann“⁶⁰⁶. Die Voraussetzung dafür ist die Gleichheit der kommunikativen Beziehungen, eine prinzipielle Offenheit für Themen und Beiträge sowie eine diskursive Struktur der öffentlichen Kommunikationen.⁶⁰⁷ Ein unter solchen kommunikativen Bedingungen resultierender Konsens artikuliert sich über die „öffentliche Meinung“, welche als vernünftig oder aufgeklärt gilt, weil bzw. insofern sie über den Mechanismus des öffentlichen Diskurses und damit auf der Grundlage eines gegenseitigen Austausches von Argumenten und Begründungen zustande gekommen ist.⁶⁰⁸ Habermas spricht in Zusammenhang mit dem Diskursbegriff auch von einer „höherstufigen Intersubjektivität von Verständigungsprozessen“⁶⁰⁹. Im Kern geht es im Dis-

⁶⁰³ Vgl. BURKART, R. (2002), S. 529

⁶⁰⁴ HABERMAS, J. (1973c): Legitimationsprobleme im Spätkapitalismus. S. 99 zit. nach Burkart, R. (2002), S. 530

⁶⁰⁵ HABERMAS, J. (1990), S. 44

⁶⁰⁶ ROHMAHN, B. (2007): public sphere – Zum Comeback eines streitbaren Klassikers. In: Medien Journal, 31. Jg., Nr. 1/2007, S. 27f.

⁶⁰⁷ Vgl. PETERS, B. (1994): In: KfSS, Sonderheft 34/1994, S. 47

⁶⁰⁸ Vgl. ebd. S. 47

⁶⁰⁹ Vgl. HABERMAS, J. (1992), S. 362

kursmodell von Öffentlichkeit also um die zentrale Annahme, dass „das Publikum durch öffentliche Diskurse und *nur* dadurch zu begründeten, kritisch geprüften, in diesem Sinn vernünftigen gemeinsamen Einsichten, Problemlösungen und Zielsetzungen kommen kann (oder zumindest reflektiertem und tolerantem Dissens)“⁶¹⁰.

Die Bildung einer rationalen bzw. aufgeklärten öffentlichen Meinung als Resultat öffentlicher Kommunikationen stellt bereits eine wesentliche Funktion der politischen Öffentlichkeit dar, indem sie gewissermaßen als „Bindeglied zwischen politischer Öffentlichkeit und deren politischer Wirksamkeit“ fungiert.⁶¹¹ Denn die Konzeption von Öffentlichkeit „als Gesamtheit der Prozesse diskursiver, auf kollektive Probleme bezogener Meinungs- und Willensbildung“ ist laut Bernhard Peters dazu bestimmt, „ein altes Problem der Demokratietheorie zu lösen“⁶¹². Wenn Demokratie im Sinne der partizipatorischen Demokratievorstellung, mit den Worten Barber’s, die „buchstäbliche Selbstregierung der Bürger“ und nach Habermas‘ die „Selbstbestimmung der Menschen“ bedeutet, ist vor allem die Frage zu stellen, wie es in einem demokratischen Gemeinwesen zu einer Einigung auf Entscheidungen kommt, die freiwillig und autonom, aber auch vernünftig ist. Die praktische Antwort auf diese Frage, ist im Rahmen des Diskursmodells von Öffentlichkeit, die diskursive bzw. deliberative Meinungs- und Willensbildung innerhalb der politischen Öffentlichkeit.⁶¹³ Im Unterschied zu anderen Demokratiekonzeptionen bezieht sich die Funktion von Öffentlichkeit im diskursiven Modell des politischen Prozesses in erster Linie auf die „Reflexion vorgegebener Interessensdefinitionen, [...] eine mögliche Transformation und Weiterentwicklung auch individueller Werte und Interessen, [...] die Definition kollektiver oder allgemeiner Interessen und Aspirationen, [...] normative Prinzipien und Regeln, welche den egozentrischen individuellen Interessenshorizont transzendieren“⁶¹⁴.

Konkret formuliert Habermas die *Funktionen von Öffentlichkeit* im Rahmen seines Konzepts einer „deliberativen Politik“, welche in „Faktizität und Geltung“ (1992) zum Hauptbegriff einer diskurstheoretisch angelegten Demokratiekonzeption wird. Demzufolge ergibt sich eine für eine demokratische Gesellschaft fruchtbare rationale Willensbildung nur dann, wenn es zu einem „Zusammenspiel der institutionell verfassten politischen Willensbildung mit den spontanen, nicht-vermachteten Kommunikationsströmen einer nicht auf Beschlussfassung, sondern auf Entdeckung und Problemlösung programmierten, in diesem Sinne nicht-organisierten Öffentlichkeit“⁶¹⁵ kommt. Das Habermas’-

⁶¹⁰ PETERS, (1994) In: KfSS, Sonderheft 34/1994, S. 47

⁶¹¹ Vgl. SCHEYLI, M. (2000), S. 73

⁶¹² PETERS, B. (1994) In: KfSS, Sonderheft 34/1994, S. 47

⁶¹³ Vgl. HABERMAS, J. (1990), S. 38

⁶¹⁴ PETERS, B. (1994), In: KfSS, Sonderheft 34/1994, S. 48; Vgl. dazu auch BARBER, B.R. (1994), S. 146ff.

⁶¹⁵ HABERMAS, J. (1992), S. 43

sche Modell einer deliberativen Politik tritt damit als „zweigleisiges“ Politikkonzept in Erscheinung.⁶¹⁶ Während das „erste Geleis“ die rechtsstaatlich institutionalisierte freiheitliche Meinungs- und Willensbildung im Parlament und in den Gerichten darstellt, welche vor allem auf die „Bearbeitung von Problemen“ ausgerichtet ist und darauf abzielt, durch institutionalisierte demokratische Verfahren der Beratung und Beschlussfassung, praktische politische Fragen durch eine konkrete Entscheidung zu lösen, bezeichnet das „zweite Geleis“, die nicht-institutionalisierte, informelle Meinungsbildung im Rahmen einer allgemeinen politischen Öffentlichkeit, welche Habermas an den peripheren Strukturen des politischen Systems verortet und in der Zivilgesellschaft verankert sieht. Im Unterschied zur institutionell geprägten politischen Willensbildung ist dieser zweite Bereich einer allgemeinen, nicht-vermachteten politischen Öffentlichkeit „nicht auf Beschlussfassung, sondern auf Entdeckung“⁶¹⁷ ausgerichtet und dient gewissermaßen als Sensor, um die zu bearbeitenden politischen und gesellschaftlichen Probleme überhaupt erst zu identifizieren.⁶¹⁸ Der Kernpunkt seines Demokratieverständnisses ist es nun, dass das erste Geleis auf den „Entdeckungszusammenhang einer nicht durch Verfahren regulierten Öffentlichkeit, die vom allgemeinen Publikum der Staatsbürger getragen wird“ und damit zugleich von der Zufuhr informeller öffentlicher Meinungen, angewiesen ist, „die sich idealerweise in Strukturen einer nicht-vermachteten politischen Öffentlichkeit bilden“⁶¹⁹. Im Rahmen des zweigleisigen Konzepts einer deliberativen Politik fungiert die politische Öffentlichkeit daher zunächst einmal als „Impulsgeberin“ bzw. als „Warnsystem“ mit „gesellschaftsweit empfindlichen Sensoren“⁶²⁰, welche im Unterschied zu den „vermachteten“ Komplexen im Zentrum des politischen Systems, weitaus sensibler in Bezug auf die Wahrnehmung von gesellschaftlicher Konfliktmaterie ist.⁶²¹ „Die Kommunikationsstrukturen der Öffentlichkeit sind mit den privaten Lebensbereichen in der Weise verknüpft, daß die zivilgesellschaftliche Peripherie gegenüber den Zentren der Politik den Vorzug größerer Sensibilität für die Wahrnehmung und Identifizierung neuer Problemlagen besitzt.“⁶²² Durch diese „*Sensorfunktion*“ der politischen Öffentlichkeit ergibt sich gewissermaßen auch ihre legitimatorische Wirkung. Denn für die Legitimität politischer Entscheidungen ist entscheidend, dass sich in ihnen nicht nur die prozeduralisierte Vernunft der institutionalisierten Verfahren widerspiegelt, sondern dass sie vor allem auch den wichtigen gesellschaftlichen Problemlagen gerecht werden: „Letzteres ermöglicht die Funktion der politischen Öffentlichkeit als in der Zivilgesellschaft verwurzelten Vermittlerin von Impulsen, die auf dem Wege

⁶¹⁶ Vgl. SCHEYLI, M. (2000), S. 42ff.; vgl. HABERMAS, J. (1992), S. 373f.

⁶¹⁷ HABERMAS, J. (1992), S. 43

⁶¹⁸ Ebd. S. 427

⁶¹⁹ Beide Zitationen HABERMAS, J. (1992), S. 373f.

⁶²⁰ HABERMAS, J. (1992), S. 435

⁶²¹ Vgl. ebd. S. 435

⁶²² HABERMAS, J. (1992), S. 460f.

von Kommunikationsflüssen von der Peripherie zum politischen Zentrum Eingang in die Problemlösungsprozesse finden⁶²³.

Die allgemeine politische Öffentlichkeit, welche sich aus diversen Teilöffentlichkeiten zusammensetzt und insgesamt „spontan“ und unorganisiert in Erscheinung tritt, bezeichnet im Rahmen des deliberativen Politikkonzepts also in erster Linie eine herrschaftsfreie und regierungsexterne Sphäre öffentlicher, weitgehend ungezwungener Kommunikationsprozesse, deren Träger das breite Publikum der Staatsbürger ist. Sie steht damit jener „veranstalteten“ Öffentlichkeit parlamentarischer Körperschaften entgegen, die sozial abgegrenzt, zeitlich beschränkt, durch Verfahren reguliert und insgesamt als „Rechtfertigungszusammenhang“ strukturiert ist, da sie im Wesentlichen darauf abzielt, die zu behandelnden Probleme auszuwählen sowie die entsprechende Lösung derselben zu rechtfertigen.⁶²⁴

In Hinblick auf ihre Rolle als „Impulsgeberin“ oder wie Habermas es auch formuliert als „Resonanzboden für Probleme, die vom politischen System bearbeitet werden müssen“⁶²⁵, bezieht sich die erste Funktion der politischen Öffentlichkeit auf die *Problemwahrnehmung* sowie in weiterer Folge auf die *Thematisierung* gesellschaftlicher und politischer Problemlagen bzw. kontrovers diskutierter Belange und Sachverhalte auf die öffentliche Agenda: „Aus demokratietheoretischer Sicht muß die Öffentlichkeit [...] den Problemdruck verstärken, d.h. Probleme nicht nur wahrnehmen und identifizieren, sondern auch überzeugend und *einflußreich* thematisieren, mit Beiträgen ausstatten und so dramatisieren, daß sie vom parlamentarischen Komplex übernommen und bearbeitet werden“⁶²⁶. Die herrschaftsfreie und autonom agierende politische Öffentlichkeit wirkt, indem sie bestimmte Themen problematisiert und entsprechende Stellungnahmen erzeugt, die wiederum als öffentliche Meinung zu beobachten sind, als „vor- oder gar antiinstitutionelles Element“ und birgt gewisse „oppositionelle Konnotationen“.⁶²⁷ Denn durch die Bildung einer informellen öffentlichen Meinung, welche in jenem „Öffentlichkeit“ genannten Forum des Meinungsstreits entsteht, wird die Politik zu einer argumentativen Rechtfertigung ihrer Entscheidungen und Mittel gezwungen, da sie es ja mit potentiellen Wählern zu tun hat und zu diesen in einem direkten Abhängigkeitsverhältnis steht.

Eine weitere Funktion von politischer Öffentlichkeit ist die Erzeugung *kommunikativer Macht*. Sie ist das Resultat des Zusammenspiels zwischen den beiden Geleisen deli-

⁶²³ SCHEYLI, M. (2000), S. 68; Vgl. dazu auch HABERMAS, J. (1992), S. 432

⁶²⁴ Vgl. SCHEYLI, M. (2000), S. 80; Vgl. dazu auch HABERMAS, J. (1992), FuG, S. 373f.

⁶²⁵ HABERMAS, J. (1992), S. 435

⁶²⁶ HABERMAS, J. (1992), S. 435

⁶²⁷ Vgl. PETERS, B. (1994), In: KfSS, Sonderheft 34/1994, S. 48

berativer Politik zu sehen und entspringt gemäß Habermas „den Interaktionen zwischen rechtsstaatlich institutionalisierter Willensbildung und kulturell mobilisierten Öffentlichkeiten, die ihrerseits in den Assoziationen einer von Staat und Ökonomie gleich weit entfernten Zivilgesellschaft eine Basis finden“⁶²⁸. Kommunikative Macht, welche Habermas der administrativen Macht – also jener, über welche der Staatsapparat verfügt – gegenüberstellt, wird in der Selbstbestimmungspraxis der Bürger erzeugt⁶²⁹ und fußt auf der Kraft gemeinsamer, diskursiv gewonnener Überzeugungen.⁶³⁰ Der im Rahmen deliberativer Politik vorgesehene demokratische Machtkreislauf besteht nun darin, dass sich die administrative aus der kommunikativen Macht herleitet: „Der Kommunikationsfluß zwischen öffentlicher Meinungsbildung, institutionalisierten Wahlentscheidungen und legislativen Beschlüssen soll gewährleisten, daß der publizistisch erzeugte Einfluß und die kommunikative Macht über die Gesetzgebung in administrativ verwendbare Macht umgeformt wird“⁶³¹. Entscheidend ist dabei, dass die administrative Macht „mit der aus der demokratischen Meinungs- und Willensbildung hervorgehende kommunikative Macht“ rückgekoppelt bleibt, so dass verhindert wird, dass die Macht des administrativen Komplexes dem demokratischen Kreislauf entgegenarbeitet und manipulative Einflüsse wirksam werden. In der kommunikativen Macht der Staatsbürger sieht Habermas demnach eine lebensweltlich verankerte Gegenmacht, mit Hilfe derer, administrative Manipulationstendenzen eingeschränkt werden können. Denn im Vorwort zur Neuauflage von „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (1990) kommt Habermas wieder zu einer ambivalenten Zeitdiagnose, indem er in der politischen Öffentlichkeit prinzipiell zwei gegenläufige Tendenzen beobachtet: die „kommunikative Erzeugung legitimer Macht“ einerseits und die „manipulative Inanspruchnahme der Medienmacht zur Beschaffung von Massenloyalität, Nachfrage und ‚compliance‘ gegenüber systemischen Imperativen“ andererseits.⁶³² Die Frage, welche Tendenzen sich jeweils durchsetzen können, hängt vor allem vom Zustand der politischen Kultur und der Zivilgesellschaft ab: „Die administrative Macht kann sich nicht selbst begrenzen, sie muß – wie Hannah Arendt sagt – von der kommunikativ erzeugten Macht derer, die ein Interesse *aneinander* nehmen, begrenzt werden“⁶³³.

Diese „kommunikativ erzeugte Macht“ kann gemäß Habermas allerdings nicht von einem gesellschaftlichen Makrosubjekt ausgehen, sondern konstituiert sich vielmehr durch eine Vielzahl von kleinen Teilöffentlichkeiten, die, in meinungsbildender Konkur-

⁶²⁸ HABERMAS, J. (1992), S. 365. Zur ausführlichen Beschreibung des Entstehungsprozesses kommunikativer Macht siehe HABERMAS (1992), S. 429ff. oder auch SCHEYLI, M. (2000), S. 48ff.

⁶²⁹ Vgl. HABERMAS (1997) In: Ders. (1997), S. 280

⁶³⁰ Vgl. SCHEYLI, M. (2000), S. 50

⁶³¹ HABERMAS, J. (1992), S. 362f.

⁶³² Beide Zitationen HABERMAS, J. (1990), S. 45

⁶³³ HABERMAS, J. (1990b): Die nachholende Revolution. Kleine Politische Schriften VII. S. 93. Hervorh. i. Original.

renz zueinander stehend, eine kommunikative Gegenmacht erzeugen müssten und aus dem Mikrobereich der lebensweltlichen Alltagspraxis entstehen.⁶³⁴ In diesem Zusammenhang spricht Habermas auch von „*autonomen Öffentlichkeiten*“: „Autonom nenne ich Öffentlichkeiten, die nicht vom politischen System zu Zwecken der Legitimationsbeschaffung erzeugt und ausgehalten werden“⁶³⁵. Zugleich bilden diese autonomen Teilöffentlichkeiten auch den institutionellen Kern der Zivilgesellschaft, in Form von „nicht-staatlichen und nicht-ökonomischen Zusammenschlüssen auf freiwilliger Basis“⁶³⁶, zu der er u.a. auch „unabhängige Medien“ zählt. Die zivilgesellschaftlich verantworteten autonomen Öffentlichkeiten, innerhalb derer sich die Bürger ihre Meinung bilden, stehen für Habermas einer solchen gegenüber, die von den Inszenierungen professioneller Imageexperten und Politikberater getragen wird und der Stabilisierung bestehender Strukturen dient.⁶³⁷ Unter Bezugnahme auf das von Bernhard Peters zur Beschreibung des politischen Systems entwickelte Zentrum-Peripherie-Modell legt Habermas nun die wesentliche Bedeutung zivilgesellschaftlicher Akteure und ihren Diskursen in nicht- oder nur schwach organisierten öffentlichen Kontexten dar. Im Rahmen der peripheren Strukturen der Meinungsbildung kommt ihnen in erster Linie die Aufgabe zu, „gesamtgesellschaftliche Probleme wahrzunehmen, zu interpretieren und auf eine zugleich Aufmerksamkeit erregende und innovative Weise in Szene zu setzen“⁶³⁸. Aufgrund ihrer Verankerung in der Zivilgesellschaft, sind diese autonomen politischen Öffentlichkeiten weitaus sensibler in Bezug auf die Wahrnehmung von gesellschaftlicher Konfliktmaterie: „Die Kommunikationsstrukturen der Öffentlichkeit sind mit den privaten Lebensbereichen in der Weise verknüpft, daß die zivilgesellschaftliche Peripherie gegenüber den Zentren der Politik den Vorzug größerer Sensibilität für die Wahrnehmung und Identifizierung neuer Problemlagen besitzt. Das lässt sich mit den großen Themen der letzten Jahrzehnte belegen [...] Fast keines dieser Themen ist *zuerst* von Exponenten des Staatsapparates, der großen Organisationen oder gesellschaftlichen Funktionssystemen aufgebracht worden“⁶³⁹.

In ihrer Gesamtheit stellt sich die allgemeine politische Öffentlichkeit nach Habermas als „Netzwerk für die Kommunikation von Inhalten und Stellungnahmen, also von Meinungen“ dar, welches allerdings in sich differenziert in Erscheinung tritt und sich sowohl „räumlich in eine Vielzahl von überlappenden internationalen, nationalen, regionalen, kommunalen subkulturellen Arenen verzweigt“⁶⁴⁰, als auch „sachlich nach funktio-

⁶³⁴ Vgl. BURKART, R./ LANG, A. (2007), In: Burkart, R./ Hömberg, W. [Hrsg.] (2007), S. 62

⁶³⁵ HABERMAS, J. (1985a): Der philosophische Diskurs der Moderne. Zwölf Vorlesungen. S. 422

⁶³⁶ HABERMAS, J. (1990), S. 46

⁶³⁷ Vgl. PLAKE, K./ JANSEN, D./ SCHUHMACHER, B. (2001), S. 37

⁶³⁸ HABERMAS, J. (1992), S. 434

⁶³⁹ HABERMAS, J. (1992), S. 460f.

⁶⁴⁰ Ebd. S. 451f.

nenalen Gesichtspunkten, Themenschwerpunkten, Politikbereichen usw. in mehr oder weniger spezialisierte, aber für ein Laienpublikum noch zugängliche Öffentlichkeiten (z.B. in populärwissenschaftliche und literarische, kirchliche und künstlerische, feministische und ‚alternative‘, gesundheits-, sozial- oder wissenschaftspolitische Öffentlichkeiten) gliedert“⁶⁴¹. Dieses „komplexe Netzwerk“ konstituiert sich je nach Kommunikationsdichte, Organisationskomplexität, Reichweite und unabhängig von ihrer demokratischen Qualität prinzipiell auf unterschiedlichen Ebenen. Systemtheoretisch beeinflusste Konzeptionen, verstehen Öffentlichkeit daher als eine „intermediäre Struktur, die zwischen dem politischen System einerseits, den privaten Sektoren der Lebenswelt und funktional spezifizierten Handlungssystemen andererseits vermittelt“⁶⁴². In ähnlicher Weise verstehen auch die Autoren Gerhards/Neidhardt den Öffentlichkeitsbegriff, in dem sie Öffentlichkeit als ein „intermediäres System [beschreiben], dessen politische Funktion in der Aufnahme (Input) und Verarbeitung (Throughput) bestimmter Themen und Meinungen sowie in der Vermittlung der aus dieser Verarbeitung entstehenden öffentlichen Meinungen (Output) einerseits an die Bürger, andererseits an das politische System besteht“⁶⁴³. Sowohl Habermas als auch Gerhards/Neidhardt beziehen sich in ihren konkreten Öffentlichkeitsvorstellungen explizit auf die politische Öffentlichkeit. Es kann aber davon ausgegangen werden, dass diese Systematisierung der Strukturierung von Öffentlichkeit dennoch allgemein gültig erscheint, so dass auch andere gesellschaftliche Kommunikationsstrukturen damit analysiert werden können.

Für die Analyse der Spezifik der Weblog-Öffentlichkeit(en) sollen dieses Kapitel abschließend die sowohl von Habermas als auch von Gerhards/Neidhardt in sehr ähnlicher Weise beschriebenen Ausprägungsformen von Öffentlichkeiten in komplexen modernen Gesellschaften dargestellt werden, die sich für die Autoren auf unterschiedlichen Ebenen verorten lassen. Zentrale Beschreibungskriterien sind dabei im Wesentlichen die Menge der Kommunikationsteilnehmer und der Grad der strukturellen Verantwortung⁶⁴⁴.

Die unterste Ebene auf der sich Öffentlichkeit konstituiert, ist die in Anlehnung an Goffman (1961) als *Encounter* bezeichnete Öffentlichkeitsebene, welche ein einfaches Interaktionssystem ohne differenzierte Leistungsrollen, also Sprecher oder Vermittler und Publikum darstellt. Diese „episodischen Öffentlichkeiten“⁶⁴⁵ entstehen durch flüchtiges Aufeinandertreffen von Menschen in zum Beispiel Kneipen, Kaffeehäusern oder auf

⁶⁴¹ Ebd. S. 452

⁶⁴² Ebd. S. 451

⁶⁴³ GERHARDS, J./NEIDHARDT, F. (1993): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellung und Ansätze. In: Langenbacher, W.R. [Hrsg.] (1993): Politische Kommunikation. Grundlagen, Strukturen, Prozesse. S. 54

⁶⁴⁴ Vgl. KATZENBACH, C. (2008): Weblogs und ihre Öffentlichkeiten. S. 54

⁶⁴⁵ HABERMAS, J. (1992), S. 452

der Straße und sind in der Regel durch wenige Teilnehmer sowie eine fehlende Strukturierung gekennzeichnet und treten unorganisiert und „spontan“ in Erscheinung.⁶⁴⁶ Laut Gerhards/Neidhardt sind diese einfachen Interaktionssysteme zwar sehr offen im Sinne von zugänglich, sind allerdings nicht in der Lage die Verarbeitung von Themen zu leisten, weil sie aufgrund ihres flüchtigen Charakters weder eine Kontinuität der Themen noch eine Synthetisierung von Meinungen gewährleisten. Diese Interaktionen bleiben daher untereinander nicht vernetzte „Episoden“, „so dass zwischen ihnen kein Kommunikationsfluss stattfindet, der synergetische Effekte der Meinungsbildung auslösen könnte“⁶⁴⁷. Gerhard/Neidhardt gehen davon aus, dass Encounter durch ihre Gebundenheit an einen physischen Ort und da sie nur unter Anwesenden stattfinden können, durch eine nur sehr geringe und beschränkte Anzahl an potentiellen Teilnehmern charakterisiert sind. Es handelt sich daher um eine sehr frühe Form von Vermittlungssystemen, die keine Kommunikation über räumliche und zeitliche Grenzen hinweg möglich macht.⁶⁴⁸

Die zweite als „*Veranstaltungs-*“- oder auch „*Themenöffentlichkeit*“ bezeichnete Ebene weist bereits differenzierte Handlungsrollen auf, welche die Kommunikationen dieser Form von Öffentlichkeit strukturieren. Bei „*Veranstaltungsöffentlichkeiten*“ handelt sich um „thematisch zentrierte Interaktions- und Handlungssysteme“⁶⁴⁹, wie sie beispielsweise „bei Theateraufführungen, Rockkonzerten, Elternabenden, Parteiversammlungen oder Kirchentagen“⁶⁵⁰ zu beobachten sind. Hier sind zwar die Rollen der Referenten, Moderatoren und des Publikums prinzipiell austauschbar, geben den Kommunikationsprozessen zugleich aber eine vorgegebene Form. Zugleich wird diese Öffentlichkeitsform auch durch das vorgegebene Thema strukturiert, so dass sowohl die Auswahl des Sprechers als auch die Teilnahmeentscheidung des Publikums entlang dieses Kriteriums erfolgt. Damit hat man es auf dieser Ebene mit einer größeren inneren Stabilität zu tun, denn vorausgesetzt ist hier eine Vorabformulierung von Interessen.⁶⁵¹ Der Vorteil der Veranstaltungsöffentlichkeiten gegenüber einfachen Interaktionssystemen ist, dass die Voraussetzungen für das Synthetisieren von Meinungen und der Herstellung einer öffentlichen Meinung weitaus besser sind. Gemeinsam ist beiden Öffentlichkeitsebenen allerdings die räumliche und zeitliche Beschränkung der Kommunikation, denn auch Veranstaltungsöffentlichkeiten sind flüchtig und ortsgebunden.

⁶⁴⁶ Einziges strukturierendes Element dieser Öffentlichkeitsform sind die physischen Orte, an denen sie sich konstituieren. Nur diese sichern ein Mindestmaß an kommunikativer Kontinuität. Vgl. KATZENBACH, C. (2008), S. 55

⁶⁴⁷ GERHARDS, J./NEIDHARDT, F. (1990): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellung und Ansätze, S. 21

⁶⁴⁸ Vgl. KATZENBACH, C. (2008), S. 55

⁶⁴⁹ DONGES, P./JARREN, O. (1999): Politische Öffentlichkeit durch Netzkommunikation. In: Kamps, K. [Hrsg.] (1999): Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation. S. 91

⁶⁵⁰ HABERMAS, J. (1992), S. 452

⁶⁵¹ Vgl. DONGES, P./JARREN, O. (1999), In: Kamps [Hrsg.] (1999), S. 91

Die prägende und dominante Form von Öffentlichkeiten in modernen Gesellschaften ist die „über Massenmedien hergestellte Öffentlichkeit von vereinzelt und global verstreuten Lesern, Zuhörern und Zuschauern“⁶⁵². Zentrale Voraussetzung für diese massenmediale und zugleich hochgradig strukturierte Öffentlichkeitsebene ist eine technische Infrastruktur mit der die Begrenzungen von Raum und Zeit der öffentlichen Kommunikation endgültig aufgehoben werden. Öffentliche Kommunikation tritt hier am „folgenreichsten“⁶⁵³ und für Habermas vor allem „abstrakt“ in Erscheinung, da sie „von der physischen Anwesenheit der mehr oder weniger passiven Rezipienten absieht und sich über die Unmittelbarkeit der konkreten Blicke und Gesten, Gedanken und Reaktionen von Anwesenden und Adressaten hinwegsetzt“⁶⁵⁴. Die Öffentlichkeit der Massenmedien ist in hohem Maße institutionalisiert und arbeitsteilig organisiert, d.h. Leistungs- und Publikumsrollen sind am ausgeprägtesten und die wechselseitigen Erwartungen eindeutig. Im Unterschied zu den beiden anderen Öffentlichkeitsebenen erfolgt hier die Bereit- und Herstellung von Themen durch spezialisierte Personen, d.h. vor allem durch Journalisten, die auf der Grundlage journalistischer Selektionskriterien, Themen und Meinungen auswählen, professionell bearbeiten und gegebenenfalls kommentieren und kontextualisieren.⁶⁵⁵ Der Zugang zur Öffentlichkeit ist dadurch stark eingeschränkt. Eine weitere Spezifik der Medienöffentlichkeit ist, dass sie durch ihr mehr oder weniger permanent vorhandenes Publikum dauerhaft in Erscheinung tritt.⁶⁵⁶ Das allgemeine Merkmal bzw. die normative Forderung der „prinzipiellen Unabgeschlossenheit des Publikums“⁶⁵⁷ trifft hier in besonderem Maße zu. Das abstrakte und in seinen Handlungsoptionen deutlich eingeschränkte Publikum der massenmedialen Kommunikation hat allerdings nur noch über die „Exit“-Option im Sinne von „Ausschalten bzw. die Abbestellung der ‚veröffentlichten Meinung‘“ die Möglichkeit einer direkten Teilnahme, denn die „voice“-Option, also das Artikulieren von Widerspruch ist für das Publikum nur in sehr eingeschränkter Form (z.B. über Leserbrief oder Anruf) möglich ist.⁶⁵⁸ Um die massenmediale Öffentlichkeit in Bezug auf ihre Funktionsrollen zu beschreiben und die beschränkten Handlungsoptionen des Publikums deutlich zu machen, ziehen Gerhards/Neidhardt die Metapher von Arena und Galerie heran.⁶⁵⁹ Habermas fasst dies folgendermaßen auf: „Je mehr nun das über Massenmedien vereinigte Publikum alle Angehörigen einer nationalen Gesellschaft oder gar alle Zeitgenossen einschließt und

⁶⁵² HABERMAS, J. (1992), S. 452

⁶⁵³ Vgl. DONGES, P./JARREN, O. (1999), In: Kamps [Hrsg.] (1999), S. 91

⁶⁵⁴ HABERMAS, J. (2008): Hat die Demokratie noch eine epistemische Dimension? Empirische Forschung und normative Theorie. In: Ders. (2008): Ach, Europa. Kleine politische Schriften XI. S. 159; oder im Wesentlichen auch HABERMAS, J. (1992), S. 452

⁶⁵⁵ Vgl. GERHARDS, J./ NEIDHARDT, F. (1993), In: Langebuecher, W.R. (1993) [Hrsg.], S. 61

⁶⁵⁶ Vgl. DONGES, P./ JARREN, O. (1999), In: Kamps [Hrsg.] (1999), S. 91

⁶⁵⁷ HABERMAS, J. (1990), S. 98 sowie auch GERHARDS, J./ NEIDHARDT, F. (1993), In: Langenbuecher, W.R. (1993) [Hrsg.], S. 61

⁶⁵⁸ Vgl. GERHARDS, J./ NEIDHARDT, F. (1993), In: Langenbuecher, W.R. (1993) [Hrsg.], S. 66

⁶⁵⁹ Vgl. Ebd. S. 27

eine entsprechend abstrakte Gestalt annimmt, um so schärfer differenzieren sich die *Rollen der Akteure*, die in den Arenen auftreten, von den Rollen der Zuschauer auf der Galerie⁶⁶⁰. Während die Sprecher Aussagen und Meinungen in der Arena artikulieren, kommt dem sich auf der Galerie befindenden Publikum, zwar eine eher passive, aber durchaus wichtige Rolle zu, betont Lünenborg⁶⁶¹. So gehen Gerhards/Neidhardt davon aus, dass die Foren öffentlicher Kommunikation prinzipiell aus Arena und Bühne bestehen, „der Erfolg der Arenenakteure [wird aber] letztendlich auf den Galerien entschieden“⁶⁶² und das „Publikum [ist] als Publikum bestimmender Teil von Kommunikationsprozessen“⁶⁶³. Der Grund warum dem Publikum eine so wesentliche Rolle zugesprochen wird, lässt sich durch das für die Autoren notwendige Zusammenspiel der drei dargestellten Öffentlichkeitsebenen erklären⁶⁶⁴, welches sich mit Habermas auch demokratiepolitisch begründen lässt.

Erfolgreich kann massenmediale Öffentlichkeit nur dann hergestellt werden, wenn die Akteure und Kommunikatoren in der Arena Aufmerksamkeit auf der Galerie erzeugen. Laut Gerhards/Neidhardt gelingt das wiederum dann, wenn das Geschehen in der Arena über eine Rückbindung an das Geschehen auf der Galerie verfügt, d.h. wenn „Themen ‚von unten‘, aus den weniger strukturierten Formen von Öffentlichkeit in die massenmediale Öffentlichkeit hineingetragen werden können“⁶⁶⁵. Aus einer Makro-Perspektive betrachtet kann man laut Lünenborg also davon ausgehen, dass das Publikum sich nicht als bloße Rezeptionsinstanz erweist, „sondern als Generator öffentlich relevanter Themen, als Institution, die über den Erfolg öffentlicher Kommunikation entscheidet“⁶⁶⁶. Aktiv kann das Publikum insofern werden, als es aus seiner Rolle als Publikum heraustritt und sich an der Herausbildung neuer kleiner Öffentlichkeiten „auf der Galerie“ beteiligt. Dabei wechselt es von der Publikumsrolle der massenmedialen Kommunikation zu Akteursrollen in Encounter- oder Veranstaltungsöffentlichkeiten.⁶⁶⁷ Im Rahmen der massenmedialen Öffentlichkeit bleibt es aber trotz allem so, dass das Publikums als Publikum hier zunächst tatsächlich „bloße“ Rezeptionsinstanz ist, die laut Katzenbach neben dem potentiellen Heraustreten aus seiner Rezipientenrolle, durch zwei zentrale Merkmale charakterisierbar ist: Das Publikum massenmedialer Kommunikation ist (1) durch die mediale und kommunikative Kluft zwischen Arena und Galerie von den Sprechern getrennt und (2) seine Handlungsoptionen sind lediglich binär (Ja-/

⁶⁶⁰ HABERMAS, J. (1992), S. 453

⁶⁶¹ LÜNENBORG, M. (2005): Journalismus als kultureller Prozess. Wiesbaden: VS Verlag. S. 32

⁶⁶² GERHARDS, J./ NEIDHARDT, F. (1990), S. 27

⁶⁶³ GERHARDS, J. /NEIDHARDT, F. (1993), In: Langenbucher, W.R. (1993) [Hrsg.], S. 72

⁶⁶⁴ Vgl. KATZENBACH, C. (2008), S. 57

⁶⁶⁵ KATZENBACH, C. (2008), S. 57

⁶⁶⁶ LÜNENBORG, M. (2005): Journalismus als kultureller Prozess. S. 33

⁶⁶⁷ Vgl. KATZENBACH, C. (2008), S.57

Nein-Stellungnahmen bzw. Zustimmung/Ablehnung eines Medienangebots).⁶⁶⁸ Auch Habermas geht von einem unbedingt notwendigen Zusammenspiel der drei Ebenen von Öffentlichkeit aus und macht im Rahmen seines Konzepts einer deliberativen Politik auf dessen demokratiepolitische Bedeutung aufmerksam. Er geht davon aus, dass die massenmediale(n) Öffentlichkeiten aus den Strömen von politischen Botschaften „öffentliche Meinungen“ kondensieren, welche sich als „Synthese aus unzähligen themenspezifischen Stellungnahmen eines diffusen Massenpublikums zu mehr oder weniger gut definierten öffentlichen Problemen und Beiträgen begreifen“⁶⁶⁹. Zugleich weist er darauf hin, dass die Massenkommunikation durchaus nicht unempfindlich ist, für die Resonanz aus dem großen Publikum, denn sonst könnte die politische Öffentlichkeit unmöglich die Rolle eines Resonanzbodens für gesamtgesellschaftliche Problemlagen spielen, die sie dem deliberativen Modell zufolge übernehmen soll. Allerdings ist die mediengestützte Kommunikation laut Habermas in der Regel ein von Eliten angestoßener und getragener Diskurs. Damit die politische Öffentlichkeit insgesamt im Rahmen des deliberativen Politikkonzepts einen angemessenen Beitrag zum Legitimationsprozess leisten kann, nennt Habermas folgende Bedingungen, die dafür notwendig wären:⁶⁷⁰ (1) die relative Unabhängigkeit eines selbstgesteuerten Mediensystems und (2) das richtige Feedback zwischen einem sich selbst steuernden Mediensystem und einer für Kommunikationsimpulse empfindlichen Zivilgesellschaft, die über eigene, mehr oder weniger autonome Öffentlichkeiten verfügt.

Mit Blick auf die Differenzierung von Öffentlichkeit in eine Vielzahl von Teilöffentlichkeiten, die auf unterschiedlichen Ebenen angesiedelt sind, wird daher in demokratisch verfassten Gesellschaften die normative Forderung nach Offenheit für Themen und Beiträge in der allgemeinen politischen Öffentlichkeit mit jener nach „Durchlässigkeit“ kombiniert: „In der politischen Öffentlichkeit soll Durchlässigkeit gewährleistet sein, so dass relevante Themen mittels ‚Anschlusskommunikation‘ alle drei Ebenen durchdringen. Kein Akteur darf verhindern können, dass ein Thema bis in die Medienöffentlichkeit vordringt“⁶⁷¹ konstatiert Hans-Georg Welz. Und auch Habermas selbst konstatiert: „Trotz dieser Differenzierung [unterschiedlicher Öffentlichkeitsebenen] bleiben alle [...] konstituierten Teilöffentlichkeiten porös füreinander. [...] Grenzen innerhalb der allgemeinen, durch ihren Bezug zum politischen System definierten Öffentlichkeit bleiben prinzipiell durchlässig“⁶⁷².

⁶⁶⁸ Vgl. KATZENBACH, C. (2008), S. 57.

⁶⁶⁹ HABERMAS, J. (2008), In: Ders. (2008), S. 159

⁶⁷⁰ Ebd. S. 179-188

⁶⁷¹ WELZ, H.-G. (2002): Politische Öffentlichkeit und Kommunikation im Internet. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. B 39-40/2002, S. 4

⁶⁷² HABERMAS, J. (1992), S. 452

Wesentlich für das „Funktionieren“ von Öffentlichkeiten ist daher die wechselseitige Bezugnahme der öffentlichen Kommunikationen. Denn Öffentlichkeit als intermediäre Kommunikationsstruktur bzw. als ein komplexes Netzwerk von Kommunikationsflüssen⁶⁷³ kann nur entstehen, wenn Inhalte einer Kommunikationsepisode die Möglichkeit haben in anderen Episoden wieder aufgegriffen zu werden⁶⁷⁴.

Ob und inwiefern die computervermittelte Kommunikation im Internet im Allgemeinen und Weblogs im Besonderen hier einen Wandel und die Konstituierung solcher „autonomen Öffentlichkeiten“ bewirken, wird in den folgenden Kapiteln zu diskutieren sein. Zunächst soll allerdings noch ein kurzer Blick auf das von Habermas konstatierte ambivalente Potential der Massenmedien geworfen werden um neben den Vorteilen massenmedialer Kommunikation für demokratisch verfasste, komplexe moderne Gesellschaftsstrukturen auch die Funktionsmängel deutlich zu machen. Dies erscheint wichtig, um anschließend feststellen zu können, ob die Internet-Kommunikation bzw. Weblogs das Potential besitzen, eine Veränderung der allgemeinen Öffentlichkeitsstrukturen zu bewirken und die Frage diskutieren zu können, ob diese durch die Entstehung eigentümlicher Weblog-Öffentlichkeiten insgesamt demokratischer werden.

Das ambivalente Potential der Massenmedien

Die Medien der Massenkommunikation besitzen nach Habermas sowohl autoritäre als auch emanzipatorische Potentiale. Das ambivalente Potential liegt für Habermas im Wesentlichen darin, dass die Medienöffentlichkeiten den Horizont möglicher Kommunikationen sowohl hierarchisieren als auch entschränken.⁶⁷⁵ Autoritär sind massenmedial hergestellte Öffentlichkeiten insofern, als dass sie große Kommunikationszusammenhänge hierarchisieren und damit ein Gefälle zwischen Sendern und Rezipienten manifestieren. Indem sie allerdings die räumlichen und zeitlichen Beschränkungen der Kommunikation aufheben und den öffentlichen Diskurs ubiquitär verbreiten, kommt ihr emanzipatorisches Potential zum Ausdruck: „[Massenmedien] lösen Kommunikationsvorgänge aus der Provinzialität raumzeitlich beschränkter Kontexte und lassen Öffentlichkeit entstehen, indem sie die abstrakte Gleichzeitigkeit eines virtuell präsent gehaltenen Netzes von räumlich und zeitlich weit entfernten Kommunikationsinhalten herstellen und Botschaften für vielfältige Kontexte verfügbar halten“⁶⁷⁶. Die hier angesprochene Stärke der massenmedialen Öffentlichkeit liegt somit in erster Linie in der Synthetisierung verstreuter öffentlicher Kommunikationen. Mit den modernen Massenmedien (Radio, Fernsehen, Film), welche im Vergleich zur Presse der liberalen Ära eine

⁶⁷³ Ebd. S. 451ff.

⁶⁷⁴ Vgl. KATZENBACH, C. (2008), S. 60

⁶⁷⁵ HABERMAS, J. (1981), Bd. 2, 573

⁶⁷⁶ Ebd.

ungleich größere Reichweite und Wirksamkeit besitzen und von einer deutlich größeren publizistischen Effektivität gekennzeichnet sind, hat sich laut Habermas die Sphäre der Öffentlichkeit in erheblichem und vormals unvergleichbarem Maße ausgedehnt,⁶⁷⁷ so dass Kommunikationszusammenhänge mit sehr großen Teilnehmerzahlen möglich wurden.

Während Habermas im „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ massive Tendenzen einer Ausschöpfung des autoritären Potentials der Massenmedien verortet und in einer durchaus kulturpessimistischen Perspektive eine sukzessive „Vermachtung“ der (politischen) Öffentlichkeit durch eine manipulativ eingesetzte Medienmacht beschreibt, die von ökonomischen und parteipolitischen Direktiven geleitet, dem „Prinzip der Publizität seine Unschuld raubte“⁶⁷⁸, tritt er in der „Theorie des kommunikativen Handelns“ den kulturkritischen Vorstellungen von einer gänzlich vermachteten und manipulativen Öffentlichkeit mit theoretischen, aber auch empirischen Argumenten entgegen.⁶⁷⁹ Mit Verweis auf eine Reihe von kommunikationswissenschaftlichen Studien macht er deutlich, dass die Massenmedien nicht als totaler Apparat zu verstehen sind, sondern durchaus ein vielfältiges gesellschaftliches Interessensgeflecht widerspiegeln.

In einem aktuellen Beitrag (2008) geht Habermas allerdings erneut darauf ein, dass die abstrakte massenmedial hergestellte Öffentlichkeitssphäre heute kaum den Anforderungen an Diskursqualität genügen kann. Denn schon allein aufgrund ihrer Struktur würden den Massenmedien wesentliche Züge einer diskursiven Auseinandersetzung fehlen.⁶⁸⁰ „Während Diskurse den Rollentausch zwischen Sprechern und Adressaten verlangen, stellt man sich die Massenkommunikation in der Öffentlichkeit am besten in Analogie zu einer Bühne vor, die einen Rollenwechsel zwischen wenigen Akteuren und einem stumm zuschauenden Publikum nicht erlaubt. Gewiss, die Akteure spielen für das Publikum, aber dieses hat nur die Möglichkeit, am Ende eines Aktes oder einer Aufführung pauschal Beifall zu spenden oder ablehnend zu reagieren – they can't talk back“⁶⁸¹. Verkörpert wird diese den Massenmedien innewohnende asymmetrische Struktur von Medienintellektuellen und Politikern, die als Hauptakteure der massenmedialen Kommunikationszusammenhänge in Erscheinung treten – allerdings nicht miteinander diskutieren, sondern vor allem auf die Meinungsbildung eines anonymen Publikums abzielen, „ohne ihm ihrerseits Rede und Antwort stehen zu müssen“⁶⁸².

⁶⁷⁷ Vgl. HABERMAS, J. (1990), S. 284

⁶⁷⁸ Ebd. S. 28

⁶⁷⁹ Vgl. HABERMAS, J. (1981), Bd. 2, S. 574f.

⁶⁸⁰ Vgl. HABERMAS, J. (2008) In: Ders. (2008), S. 158

⁶⁸¹ Ebd. S. 160

⁶⁸² Ebd. S. 161

Die Chancen für eine Entfaltung des emanzipatorischen Potentials der Medien sieht Habermas nun am ehesten dann gegeben, wenn sich aus dem Mikrobereich der Alltagspraxis heraus Zentren verdichteter Kommunikation bilden:⁶⁸³ „Auf solchen Schauplätzen können sich autonome Öffentlichkeiten bilden, die auch miteinander in Kommunikation treten, sobald das *Potential zur Selbstorganisation und zum selbstorganisierten Gebrauch von Kommunikationsmedien* genutzt wird“⁶⁸⁴. Damit verbindet er auch die Frage „ob und in welchem Umfang eine von Massenmedien beherrschte Öffentlichkeit den Trägern der Zivilgesellschaft Chancen einräumt, mit der Medienmacht der politischen und wirtschaftlichen Invasoren aussichtsreich zu konkurrieren, also das Spektrum der Einflußnahme von außen kanalisiertem Werten, Themen und Gründen zu verändern, innovativ zu entschränken und kritisch zu filtern“⁶⁸⁵. Hier sieht Habermas heute durchaus vielversprechende Potentiale in Bezug auf die Internetkommunikation, denn diese wäre aufgrund ihrer dezentralen Strukturierung eigentlich in der Lage, die „Schwächen des anonymen und asymmetrischen Charakters der Massenkommunikation auszugleichen“⁶⁸⁶ und zwar insofern, als dass es „den Wiedereinzug interaktiver und deliberativer Elemente in einen unreglementierten Austausch zwischen Partnern zulässt, die virtuell, aber auf gleicher Augenhöhe miteinander kommunizieren“⁶⁸⁷. So beobachtet er im World Wide Web auch eine Wiederbelebung der „historisch versunkenen Gestalt eines egalitären Publikums von schreibenden und lesenden Konversationssteilnehmern“⁶⁸⁸ und erkennt den demokratischen Verdienst der computergestützten Kommunikation vor allem im Kontext autoritärer Regime, die durch weitreichende Zensurmaßnahmen, spontane öffentliche Meinungen zu kontrollieren und zu unterdrücken versuchen.

⁶⁸³ Vgl. HABERMAS, J. (1985a), S. 422

⁶⁸⁴ HABERMAS, J. (1985b), 159f.

⁶⁸⁵ HABERMAS, J. (1992), S. 48

⁶⁸⁶ HABERMAS, J. (2008), S. 161

⁶⁸⁷ Ebd.

⁶⁸⁸ Ebd.

3.2.4. Weblogs und ihre Öffentlichkeit(en)

Bereits frühere Internet-Formate wie beispielsweise die private Homepage oder Diskussionsforen haben dazu geführt, dass dem vormaligen Publikum (massen-)medialer Kommunikation selbst mediale Ausdrucksformen zur Verfügung stehen. Mit dem Aufkommen dieser Formen der computervermittelten Kommunikation ist seither zu beobachten, dass die öffentliche mediale Artikulation nicht mehr ausschließlich den Routinen und Strukturen professioneller Medienakteure und Journalisten unterliegt. Aus der weiter oben bereitgestellten Darstellung von Weblogs als Kommunikationsformat mit spezifischen technischen Funktionen und sozialen Gebrauchsmustern wird bereits ersichtlich, dass Weblogs diese Entwicklungstendenzen verstärken. Als Kommunikationsformat und Distributionskanal, mit Hilfe dessen sich Internet-Nutzer in relativ einfacher Art und Weise öffentlich äußern und mit anderen Menschen kommunikativ austauschen können, entstehen um Weblogs sowie den Anliegen und Interessen ihrer Nutzer zum einen einfache Formen von Öffentlichkeiten, die auf der Kommunikation zwischen Weblog-Autor und seinen Besuchern basieren. Durch die ebenfalls dargelegten technischen und sozialen Mechanismen der Koordination und Strukturierung von Kommunikationen in Weblogs, welche eine wechselseitige Bezugnahme zwischen einzelnen Weblogs begünstigen, kann zum anderen auch die Herausbildung von umfassenden Öffentlichkeiten beobachtet werden. Diese ergeben sich wiederum aus der Vernetzung der einfachen Öffentlichkeiten einzelner Weblogs: „Durch die Vernetzung von kleinen Öffentlichkeiten entstehen so Kommunikationräume über eine Vielzahl oder gar die Gesamtheit von Weblogs hinweg“⁶⁸⁹. Eine solche „networked public sphere“, wie der Harvard-Rechtsprofessor Yochai Benkler die Blog-Netzwerke in seinem 2006 unter einer Creative-Commons-Lizenz veröffentlichtem Buch „The Wealth of Networks“⁶⁹⁰ beschreibt, weist ebenfalls bestimmte Strukturen und Routinen auf, die sehr eigentümlich sind. Sie lenken die Aufmerksamkeit der Nutzer und weisen damit zugleich anderen medialen Angeboten, bestimmten thematischen Auseinandersetzungen und persönlichen Sichtweisen Relevanz zu. Bei genauerer Betrachtung der spezifischen Kommunikationsstrukturen der Blogosphäre wird deutlich, dass sich die in Weblog-Öffentlichkeiten zu verortenden Selbstverständigungsprozesse „nicht als vollständig egalitäre Kommunikation im Gegensatz zur einseitigen und weitgehend elitären massenmedialen Kommunikation verstehen [lassen]“, sondern vielmehr von „ihren eigenen Routinen und Strukturen geprägt [sind]“⁶⁹¹, die durchaus auch beschränkende Mechanismen beinhalten. Sowohl die Beschaffenheit einfacher Weblog-Öffentlichkeiten als auch jene der

⁶⁸⁹ KATZENBACH, C. (2008), S. 105

⁶⁹⁰ BENKLER, Y. (2006): The Wealth of Networks. How Social Production transforms Markets and Freedom.

⁶⁹¹ KATZENBACH, C. (2008), S. 105

Blogosphäre gilt es im folgenden Kapitel darzulegen, um die Spezifik von Weblog-Öffentlichkeiten herauszustellen. Das von Habermas konzipierte normative Öffentlichkeitsmodell einer politischen Öffentlichkeit sowie die Differenzierung unterschiedlicher Öffentlichkeitsebenen soll in mehrerer Hinsicht hilfreich sein, da es eine Einordnung und Bewertung von Weblog-Öffentlichkeiten möglich macht. Im Anschluss daran soll ein Resümee gezogen und das demokratische Potential von Weblogs dargelegt werden.

3.2.4.1. Die Charakterisierung von Weblog-Öffentlichkeiten

Zahlreiche Befragungen von Weblog-Autoren deuten darauf hin, dass Weblogs in erster Linie genutzt werden, um relativ unkompliziert, schnell und ohne an externe Vorgaben gebunden zu sein, eigene Texte oder Hinweise zu veröffentlichen, in denen sich Blogger mit Dingen auseinandersetzen, die sie selbst betreffen und interessieren.

Nun sind die meisten dieser Texte im Rahmen von Weblogs zwar öffentlich zugänglich, vielen Bloggern geht es aber – wie einige Untersuchungen⁶⁹² gezeigt haben – nicht in erster Linie darum, eine mit den Massenmedien vergleichbare Öffentlichkeit zu erreichen oder Informationen von gesellschaftlicher Relevanz zu veröffentlichen. Im Vordergrund stehen vielmehr die Artikulation von Sichtweisen und das Hinweisen auf Dinge, die persönlich relevant sind sowie der kommunikative Austausch mit den Besuchern des Blogs.⁶⁹³ Weblogs sind als Form öffentlicher Kommunikation in zweierlei Hinsicht zu betrachten:

Zum einen orientieren sich Weblogs als Kommunikationsform an v.a. subjektiven Relevanzkriterien, „während sich journalistische Produkte von Konstruktionen gesellschaftlicher Relevanz oder breitem Interesse (Nachrichtenwerte) leiten lassen“⁶⁹⁴. Hier wird der Zusammenhang zwischen Öffentlichkeit und Relevanz in Weblogs angesprochen, der als erste Annäherung an eine Analyse der entstehenden Weblog-Öffentlichkeit besonders interessant ist, um etwaige Missverständnisse bei einem sowohl in der wissenschaftlichen Literatur als auch in der massenmedialen Berichterstattung immer wieder gezogenen Vergleich zwischen Weblogs und Journalismus bzw. Weblogs und Massenmedien auszuräumen.

Der potentielle Zugang zu medialer Öffentlichkeit im Sinne der Möglichkeit zur Veröffentlichung eigener Inhalte und zugleich zu einem potentiell unbegrenzten Publikum wird in praktisch-technischer Hinsicht durch das Web 2.0 und in besonderer Weise durch das Weblog-Format begünstigt. Die Möglichkeit der Content-Produktion und

⁶⁹² Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 43; NARDI, B. et. al (2004): Why we Blog. In: Communication of the ACM, Jg. 47, Nr. 12, S. 41 – 46; LENHART, A./ FOX, S. (2006). Informationen zu Motiven des Bloggens finden sich auch bei ALPHONSO/PAHL [Hrsg.]: Blogs! Text und Form im Internet. S. 101-293; FISCHER, E. (2007), S. 40

⁶⁹³ KATZENBACH, C. (2008), S. 106

⁶⁹⁴ KATZENBACH, C. (2008), S. 106; siehe auch SCHMIDT, J./ SCHÖNBERGER, K./ STEGBAUER, C. (2005) In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 4, S. 5

-Distribution für einen nicht-kommerziellen, zivilgesellschaftlichen Bereich hat dazu geführt, dass die Ausschlüsse, welche im Rahmen der massenmedialen Öffentlichkeitssphäre durch den Berufszugang und den hohen Organisationsgrad von Medieninstitutionen stattfinden, abgeschwächt werden und größere Öffentlichkeiten nicht allein von Journalisten und den Medien für die sie tätig sind, konstituiert und reguliert werden können. Sehr viele Menschen nutzen heute die Möglichkeiten mittels Weblogs und anderen Social Software-Anwendungen im Internet, ihren Alltag, ihre individuellen Lebenswelten und persönlichen Perspektiven medial und öffentlich zu verhandeln. Diese Entwicklung wird von Schmidt/Schönberger/Stegbauer als eine „Veränderung des Zusammenhangs von Öffentlichkeit und Relevanz“⁶⁹⁵ beschrieben. Waren traditionell, im Rahmen massenmedialer Kommunikation, Öffentlichkeit und gesellschaftliche Relevanz im Idealfall weitgehend gekoppelt, löse sich – indem Weblog-Autoren vor allem Dinge von persönlicher Relevanz artikulieren⁶⁹⁶ und veröffentlichen – in Weblogs dieser Zusammenhang auf: „Die Öffentlichkeit ist dabei gewollt, aber es ist eine andere Öffentlichkeit als die der Massenmedien: Sie ist das Mittel zum Zweck, um andere Menschen zeit- und ortsunabhängig am eigenen Leben teilhaben zu lassen und die Chance zu eröffnen, bislang unbekannte Personen mit ähnlichen Interessen kennen zu lernen“⁶⁹⁷. Diese Perspektive macht deutlich, dass gängige Vergleichsmaßstäbe im Rahmen einer Betrachtung von Weblogs und Journalismus, die sich ausschließlich an den Kriterien der klassischen Massenmedien bzw. des herkömmlichen Journalismus orientieren und denen zufolge das Öffentliche immer auch gesellschaftlich relevant sein müsse, zu kurz greifen. Und auch Katzenbach konstatiert: „Während in klassischen Öffentlichkeiten gesellschaftliche Relevanz und mediale Öffentlichkeit zusammenfallen, eine zunehmende Medialisierung von Öffentlichkeit immer auch eine Zunahme der Relevanz für größere gesellschaftliche Gruppen bedeutet, lösen Weblogs und andere Internet-Formate diesen Zusammenhang auf“⁶⁹⁸, indem sich Öffentlichkeiten herausbilden, die zwar medial sind, sich aber auf individuelle Relevanzkriterien beziehen. Beschränkt man den Blickwinkel allerdings auf politisch orientierte Weblogs, deren Autoren sich in erster Linie mit politischen, gesellschaftlichen und kulturellen Themen auseinandersetzen und Meinungen sowie Interpretationen zu politischen Fragen und Debatten artikulieren, lassen sich – von außen betrachtet – durchaus Überschneidungspunkte in Hinblick auf die gesellschaftliche Relevanz der Kommunikationsinhalte zu

⁶⁹⁵ SCHMIDT, J./ SCHÖNBERGER, K./ STEGBAUER, C. (2005) In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 4, S. 5

⁶⁹⁶ Horst Prillinger beschreibt diese Verschiebung durch Weblog in Hinblick auf veränderte Relevanzkriterien auch folgendermaßen sehr treffend: „We have been moving away from ‘news that are relevant to the world’ to ‘news that are entertaining for the world’, but more recently there has been a pronounced shift to ‘news that are relevant for me’“.

PRILLINGER, H. (2004): Are you serious? The potential and the reality of weblogs as mass media, and why they matter. In: Burg, T.N. (2004) [Hrsg.]: BlogTalks 2.0. The European Conference on Weblogs. S. 89 f.

⁶⁹⁷ SCHMIDT, J./ SCHÖNBERGER, K./ STEGBAUER, C. (2005) In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 4, S. 5

⁶⁹⁸ KATZENBACH, C. (2008), S. 108

massenmedialen Inhalten feststellen. Es darf dennoch nicht übersehen werden, dass auch politisch orientierte Weblog-Autoren, ihre Themen bewusst auf der Basis subjektiver Relevanzkriterien auswählen und bearbeiten und sich damit tendenziell von den Routinen und Verarbeitungsmustern herkömmlicher Journalisten unterscheiden, die in der Regel mit gesellschaftlichen Relevanzkriterien operieren müssen. Es wird also deutlich, dass Blogger und Journalisten beim Gebrauch der ihnen zur Verfügung stehenden Medien, auf der Basis verschiedener Relevanzkriterien handeln und daher ein direkter Vergleich nur bedingt möglich ist.

Zum anderen konstituieren sich mit Weblogs Öffentlichkeiten, die durch ihren medialen Charakter, d.h. v.a. die permanente Verfügbarkeit von Texten, zwar durchaus Gemeinsamkeiten mit den massenmedialen Öffentlichkeiten aufweisen, in ihrer Themensetzung und zum Teil auch den Funktionen, die sie für die Anwender erfüllen, aber deutlich den einfachen Öffentlichkeiten der persönlichen Gespräche in Kaffeehäusern oder im Arbeitsumfeld entsprechen.

Das Habermas'sche Konzept von Öffentlichkeit, das von verschiedenen Formen von Öffentlichkeiten ausgeht, die je nach Strukturierungs- und Komplexitätsgrad auf verschiedenen Ebenen angesiedelt sind, ermöglicht nun eine differenziertere Analyse von Weblog-Öffentlichkeiten, die sich nicht auf einen Vergleich mit der Öffentlichkeit der Massenmedien beschränkt. Zieht man die unterschiedlichen Öffentlichkeitsebenen als Analyserahmen heran, lassen sich Anknüpfungspunkte erkennen, zugleich werden aber auch die Unterschiede deutlich, so dass die spezifischen und neuartigen Öffentlichkeitsstrukturen von Weblogs bzw. der Blog-Kommunikation veranschaulicht werden können.

3.2.4.2. Merkmale von einfachen Weblog-Öffentlichkeiten

Zieht man nun die Merkmale von Episoden- und Veranstaltungsöffentlichkeiten als Vergleichsrahmen heran, werden einige Gemeinsamkeiten sichtbar, die sich anhand mehrerer Dimensionen beschreiben lassen. Unter Bezugnahme auf Klaus⁶⁹⁹ können diese Dimensionen anhand der Aspekte der (a) „Kommunikatorrolle“, der (b) „Beziehung zwischen KommunikatorInnen und Publikum“ sowie (c) der „Funktion“ dieser Öffentlichkeitsform beschrieben werden.

Zunächst ist in Weblog-Öffentlichkeiten der aktive, direkte Zugang zu Öffentlichkeit lediglich an eine geringe technische Ausstattung sowie minimale technische Kompetenzen geknüpft. Prinzipiell kann jeder, der einen Computer bedienen kann und über

⁶⁹⁹ KLAUS, E. (2001): Das Öffentliche im Privaten – Das Private im Öffentlichen. Ein kommunikationstheoretischer Ansatz. In: Hermann, F/Lünenborg, M. (2001) [Hrsg.]: Tabubruch als Programm. Privates und Intimes in den Medien. S. 22.

einen Internet-Anschluss verfügt, ein eigenes Weblog starten. Indem damit ein (fast) voraussetzungsloses Artikulieren von Meinungen ermöglicht wird, werden erste Gemeinsamkeiten zu den einfachen Öffentlichkeiten deutlich, wie sie von Habermas am Beispiel von Gesprächen bzw. Interaktionen in Kaffeehäusern oder auf der Straße beschrieben werden. Das Habermas'sche und auch von Barber implizit zum Ausdruck gebrachte Kriterium einer allgemeinen Zugänglichkeit als konstituierendes Moment einer demokratischen Öffentlichkeit, lässt sich somit in einfachen Weblog-Öffentlichkeiten wiederfinden.

Im Unterschied zu den episodenhaften Öffentlichkeiten in realen Umgebungen, sind die Kommunikationen in einzelnen Weblogs aber wesentlich strukturierter, da eine Rollendifferenzierung zwischen „Autor“, „Kommentator“ und „Leser“ beobachtet werden kann. Aufgrund dieser Rollendifferenzierung lassen sich für Weblogs Gemeinsamkeiten mit Veranstaltungsöffentlichkeiten feststellen, in der wie weiter oben dargelegt, einerseits die Rollen von Referenten und Moderatoren und andererseits die Rolle des Publikums erkennbar sind. Ähnlich wie bei Veranstaltern obliegt die Entscheidung darüber, welches Thema im Weblog behandelt wird und in beschränktem Maße auch welche Meinungen dazu artikuliert werden können, letztendlich dem Weblog-Autor. Die Kontrolle über die im eigenen Blog stattfindenden Kommunikationen hat immer der Betreiber bzw. Autor eines Blogs selbst.

Betrachtet man allerdings nicht die Öffentlichkeit eines Weblogs, sondern Öffentlichkeiten, die sich über mehrere Weblogs hinweg herausbilden, können aufgrund der Möglichkeit, dass jeder Leser eines Weblogs zugleich auch selbst ein Weblog führen kann, die Grenzen zwischen den einzelnen Rollen im Rahmen der Blog-Kommunikation durchaus fließend sein. Sobald verschiedene Blogger miteinander interagieren und durch Links und Trackbacks verbunden sind, kann die Beziehung der verschiedenen Kommunikatoren eher als interpersonal und gleichberechtigt, ähnlich wie in einfachen Encounter-Öffentlichkeiten beschrieben werden. Auch die Tatsache, dass die Äußerungen und Stellungnahmen der Leser in Form von Kommentaren direkt unter dem Ursprungstext des Bloggers stehen, während die Zuhörer-Rolle im Rahmen von Veranstaltungen in der Regel eher eine kurze Bemerkung oder Frage erlaubt, deutet darauf hin, dass die Leser-Rolle in der Blog-Kommunikation im Vergleich zu jener im Rahmen massenmedialer Kommunikation „eine deutliche Aufwertung“⁷⁰⁰ erfährt.

Bezüglich des dritten Aspekts – den Funktionen eines Kommunikationsraumes – machen die Motive der Blog-Nutzer deutlich, dass Weblogs wiederum starke Ähnlichkei-

⁷⁰⁰ KATZENBACH, C. (2008), S. 110

ten mit einfachen Öffentlichkeiten aufweisen. So deuten verschiedene Untersuchungen darauf hin, dass in Hinblick auf die Gesamtheit der existierenden Weblogs, die Darstellungen von persönlichen Erlebnissen und subjektiven Positionen – auch im Rahmen der politisch orientierten, zivilgesellschaftlich betriebenen Weblogs – überwiegen. In Weblogs geht es, ähnlich wie in persönlichen Gesprächen vor allem um die „jeweilige alltagsweltliche Relevanz und damit letztlich die gesellschaftliche Wirkung von Wirklichkeitskonstruktionen, gesellschaftlichen Normen und kulturellen Zielen“⁷⁰¹. Funktional leisten sie damit vor allem die Auseinandersetzung mit dem individuellen Lebensumfeld und die Integration gesellschaftlicher Probleme in den Alltag. Dazu gehören auch die Aneignung massenmedialer Texte und die persönliche Auseinandersetzung mit diesen.

Die drei diskutierten Aspekte, mit denen sich die unterschiedlichen Öffentlichkeitsebenen konkret voneinander unterscheiden und neue Formen analysieren lassen, kann nun durch einen vierten ergänzt werden: die „Medialität der Öffentlichkeitsform“⁷⁰². Dass diese Dimension erst konstruiert werden muss, liegt daran, dass in traditionellen Konzepten und vor allem vor der massenhaften Diffusion des Internets, die einzige Ausprägungsform einer medialen Öffentlichkeit, jene der klassischen Massenmedien war. Sowohl Encounter- als auch Veranstaltungsöffentlichkeiten sind als „Präsenzöffentlichkeiten“⁷⁰³ zu verstehen, im deren Rahmen die physische Anwesenheit aller Teilnehmer konstitutiv war. In Bezug auf das Kriterium der Medialität, kommt bei Weblogs neben diesem räumlichen auch ein zeitlicher Aspekt zum Tragen. Mediale Formen sichern in der Regel die Permanenz eines Kommunikationsraumes und damit die Möglichkeit späterer Bezugnahmen, so dass Gespräche im Anschluss auch asynchron weitergeführt werden können. Es ist zum einen die fehlende Permanenz, zum anderen die fehlende und kaum mögliche Vernetzung einfacher Öffentlichkeiten, die gerade auch das episodenhafte und flüchtige dieser Öffentlichkeitsformen ausmachen. Aufgrund fehlender Permanenz kann, wie Gerhards/Neidhardt in Bezug auf die Episoden einfacher Encounter-Öffentlichkeiten feststellen, „kein Kommunikationsfluss stattfindet, der synergetische Effekte der Meinungsbildung auslösen könnte“⁷⁰⁴. Die fehlende Vernetzung bedingt zudem, dass die einzelnen Interaktionen isoliert voneinander stattfinden, so dass „Synthetisierungen von Themen und Meinungen und damit Akkumulationseffekte der Meinungsgenerierung [...] unwahrscheinlich [sind]“⁷⁰⁵. Nun handelt es sich im Fall von Weblog-Öffentlichkeiten aber zweifellos um mediale Öffentlichkeitsformen.

⁷⁰¹ KLAUS, E. (2001), S. 24

⁷⁰² KATZENBACH, C. (2008), S. 111

⁷⁰³ Vgl. auch HABERMAS, J. (1992), S. 452

⁷⁰⁴ GERHARDS, J./ NEIDHARDT, F. (1990), S. 21

⁷⁰⁵ GERHARDS, J./NEIDHARDT, F. (1990), S. 21

Permalinks sowie die Archivfunktion in Weblogs machen es möglich, dass die medialen, öffentlichen Texte auch nach der Veröffentlichung verfügbar bleiben. „Die Flüchtigkeit der Interaktionen in einfachen Öffentlichkeiten wird [damit] in eine manifeste, permanente Form gebannt“⁷⁰⁶.

Zusammenfassend lässt sich hier festhalten, dass mit Weblogs neue und eigentümliche Formen von Öffentlichkeiten entstehen, die funktional vor allem die Auseinandersetzung mit dem individuellen Lebensumfeld und vor allem auch durch die Routine der Bezugnahme auf massenmediale Inhalte oder Online-Angebote, die Integration gesellschaftlicher Probleme und Fragen in den Alltag leisten. Damit sind sie durchaus vergleichbar mit den einfachen Interaktionen im Rahmen von Kneipen- oder Kaffeehausöffentlichkeiten. Zugleich weisen diese Formen „persönlicher Öffentlichkeiten“⁷⁰⁷, wie Schmidt sie auch beschreibt, aufgrund der eigentlichen Rollendifferenzierung in einzelnen Weblogs sowie aufgrund ihres medialen Charakters auch Unterschiede zu diesen einfachen Encounter-Öffentlichkeiten auf. Die Sprecherrolle ist im Rahmen von einfachen Weblog-Öffentlichkeiten lediglich an basale Kompetenzen im Umgang dem Computer und mit dem Internet gebunden und von der Rezipientenrolle nicht immer eindeutig zu trennen. Sobald zum Beispiel, ein Blogger den Beitrag eines anderen Weblog-Autors kommentiert, wird er vom Sprecher zum Leser und zugleich Kommentatoren. Der mediale Charakter von Weblogs begünstigt eine breite öffentliche Zugänglichkeit sowie eine Permanenz in Hinblick auf die stattfindenden Kommunikationen und deren Inhalte. Insgesamt lässt sich damit eine Verschiebung von einfachen Offline-Öffentlichkeiten in digitale Umgebungen beobachten.⁷⁰⁸ Indem Weblogs „Merkmale der interpersonalen und öffentlichen Kommunikation miteinander verbinden“⁷⁰⁹, entstehen neue Formen von „persönlichen Öffentlichkeiten“, die außerhalb der computervermittelten Kommunikation im Internet nicht zu beobachten waren.

Zudem ermöglichen Weblogs eine Vernetzung einfacher Öffentlichkeiten bzw. Kommunikationsepisoden in besonderem Maße. Weblog-Autoren tragen, soweit sie verschiedene Formen der Verlinkung einsetzen, auf mediale Bezugsquellen verweisen und den kommunikativen Austausch mit anderen Bloggern nachvollziehbar machen, zur „diskursiven Produktion medialer Inhalte“⁷¹⁰ bei. Unterstützt werden die wechselseitige Bezugnahme und der Verweis auf die Bezugsquellen der eigenen Inhalte durch Links und Trackbacks, indem sie Verknüpfungen beidseitig nachvollziehbar machen. In diesem

⁷⁰⁶ KATZENBACH, C. (2008), S. 111

⁷⁰⁷ SCHMIDT, J. (2007b): Öffentlichkeiten im Web 2.0. Entstehung und Strukturprinzipien. In: Journalistik Journal 1/2007, S. 24

⁷⁰⁸ Vgl. KATZENBACH, C. (2008), S. 113

⁷⁰⁹ SCHMIDT, J. (2006a), S. 139

⁷¹⁰ Vgl. SEEBER, T. (2008), S. 57

Sinn werden aus isolierten Episoden „verteilte Konversationen“⁷¹¹, die durchaus „die Möglichkeit bieten, Themen und Meinungen zu sammeln und gemeinsam Interessen wahrzunehmen“⁷¹². Während um einzelne Weblogs herum, zunächst kleine Öffentlichkeiten entstehen, in denen die Blog-Autoren Meinungen und Perspektiven (oft unter Bezugnahme auf die Berichterstattung der Massenmedien) artikulieren und sich mit anderen über Themen und Ereignisse von persönlicher Relevanz austauschen, entstehen durch wechselseitige Bezugnahmen (begünstigt durch technische Merkmale wie Links und Trackbacks) Verbindungen zwischen einzelnen Episoden in Weblogs zu vernetzten Konversationen entlang gemeinsamer Interessen oder Themensetzungen und ermöglichen somit die „Wahrnehmung von individuellen Erlebnissen und Sichtweisen als Gruppenerfahrungen- und Meinungen“⁷¹³. Indem flüchtige Öffentlichkeiten permanent werden, steigen zum einen die Möglichkeiten zur Anschlusskommunikation. Zum anderen öffnet die Unabhängigkeit von einem physischen Ort diese Öffentlichkeiten für mehr potentielle Kommunikations- und Diskussionsteilnehmer. Durch die Möglichkeit der Vernetzung einzelner Weblog-Öffentlichkeiten steigen auch die Chancen so viel Aufmerksamkeit für bestimmte Themen und Perspektiven zu erzeugen, dass sie von den Massenmedien übernommen bzw. behandelt werden und eventuell sogar reale politische Effekte im Sinne von konkreten Handlungen erzielen oder zumindest größere öffentliche Debatten auslösen.

Dieser Blickwinkel führt zur Betrachtung von Weblog-Öffentlichkeiten als Kommunikationsnetz und verlagert zugleich den Blick von den individuellen Handlungen und einfachen Interaktionen in Weblogs⁷¹⁴ auf höhere Ebene der Verbindungen zwischen Weblogs und der strukturellen Beschaffenheit der dadurch entstehenden umfassenden Öffentlichkeiten. Denn neben den diskutierten einfachen Interaktionen um einzelne Weblogs herum, entstehen durch Bezugnahmen auf andere Weblogs oder Internet-Quellen und den Einsatz von Links und Trackbacks vernetzte Kommunikationsräume über eine Vielzahl von Weblogs hinweg, für die sich die Bezeichnung „Blogosphäre(n)“ durchgesetzt hat.

⁷¹¹ Vgl. BUCHER, H.J./ ERLHOFER, S./ KALLASS, K./ LIEBERT, W.A. (2008): Netzwerkkommunikation und Internet-Diskurse: Grundlagen eines netzwerkorientierten Kommunikationsbegriffs. In: Zerfaß, A./ Welker, M./ Schmidt, J. [Hrsg.] (2008), Bd. 1. S. 53

⁷¹² KATZENBACH, C. (2008), S. 112

⁷¹³ Ebd. S. 114

⁷¹⁴ Gemeint sind damit die Verlinkungen von und zwischen Weblog-Einträgen. Vgl. BUCHER, H.J./ BÜFFEL, S. (2006), In: Picot, A./ Fischer, T. [Hrsg.] (2006), S. 141-143

3.2.4.3. Die Blogosphäre als Kommunikationsnetz – Vernetzte Weblog-Öffentlichkeiten

Bevor es darum geht, die zu beobachtenden Kommunikations- und Machtstrukturen umfassenderer Weblog-Öffentlichkeiten zu diskutieren, soll noch kurz auf die Vermittlungsleistungen von Weblogs und die Fokussierung von Aufmerksamkeit durch Weblogs im Rahmen der computervermittelten Kommunikation und im Internet eingegangen werden.

Weblogs als partizipative Vermittlungsform im Internet

In dem aktuellen Beitrag von Habermas aus dem Jahr 2008, den er anlässlich einer Rede auf der Jahrestagung der International Communication Association verfasst hat, spricht Habermas der Internetkommunikation zwar durchaus vielversprechende Potentiale zu, indem er auf die Stärken der computervermittelten Kommunikation im Vergleich zur massenmedialen Kommunikation verweist (Vgl. Abschnitt „Das ambivalente Potential der Massenmedien“). Zugleich relativiert er allerdings deren Einfluss auf die vorhandenen Öffentlichkeitsstrukturen, indem er den bestehenden Formen der Online-Kommunikation die für die Gesellschaft so notwendigen Vermittlungsleistungen abspricht: „Vorerst fehlen im virtuellen Raum die funktionalen Äquivalente für die Öffentlichkeitsstrukturen, die die dezentralisierten Botschaften wieder auffangen, selektieren und in redigierter Form synthetisieren“⁷¹⁵.

In der Habermas'schen Einschätzung kommt eine zentrale kommunikationswissenschaftliche Annahme zum Ausdruck, mit der sich erklären lässt, warum sich mit der breiten Diffusion des Internets in den letzten Jahrzehnten, immer wieder auch sehr kritische Stimmen zu Wort gemeldet und auf die möglichen negativen Auswirkungen einer zunehmenden Internet-Nutzung für die Gesellschaft aufmerksam gemacht haben. Ausgehend von der zentralen Annahme, dass kommunikative Vermittlungsleistungen in modernen komplexen Gesellschaften unbedingt notwendig sind, um die wechselseitigen Diskussions- und Aushandlungsprozesse der gesellschaftlichen Gruppen zu strukturieren und zu bündeln, um damit gesellschaftliche Integrationsprozesse zu unterstützen, wird in Zusammenhang mit dem Internet und der damit verbundenen hoch selektiven Informationsauswahl seiner Nutzer von manchen Kritikern befürchtet, dass damit der Zerfall bzw. die Fragmentierung des öffentlichen Raumes weiter vorangetrieben werden würde.⁷¹⁶ Eine solche kritische und in manchen Fällen durchaus pessimistische Prognose, die sich auf die Annahme stützt, das Internet würde die ohnehin schon

⁷¹⁵ HABERMAS, J. (2008) In: Ders. (2008), S. 162

⁷¹⁶ Überlegungen dazu bieten BUCHSTEIN, H. (1996), In: Deutsche Zeitschrift für Philosophie, Jg. 1996 44/4, S. 591; HASENBRICK, U. (1998): Politikvermittlung im Zeichen individualisierter Mediennutzung. In: Sarcinelli, U. [Hrsg.] (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. S.359f. oder auch KLEINSTEUBER, H.J./ THOMASS, B. (1998): Politikvermittlung im Zeitalter der Globalisierung und medientechnischer Revolution. Perspektiven und Probleme. In: Sarcinelli, U. [Hrsg.] (1998), S.226

seit langen zu beobachtende Tendenz einer zunehmenden Segmentierung der Gesellschaft in zahlreiche Teilöffentlichkeiten verstärken⁷¹⁷, lässt sich auch bei Habermas herauslesen. Denn während er, wie weiter oben bereits beschrieben, der computergestützten Kommunikation eindeutig demokratische Verdienste in autoritären Regimen zuspricht, beobachtet er im Kontext liberaler Gesellschaftssysteme eine andere Tendenz: „Hier fördert die Entstehung von Millionen von weltweit zerstreuten *chat rooms* und weltweit vernetzten *issue publics* eher die Fragmentierung jenes großen, in politischen Öffentlichkeiten jedoch gleichzeitig auf gleiche Fragestellungen zentrierten Massenpublikums. Dieses Publikum zerfällt im virtuellen Raum in eine riesige Anzahl von zersplitterten, durch Spezialinteressen zusammengehaltenen Zufallsgruppen. [...] Das Netz liefert die Hardware für die Enträumlichung einer verdichteten und beschleunigten Kommunikation, aber von sich aus kann es der zentrifugalen Tendenz nichts entgegenzusetzen“⁷¹⁸.

Dass das emanzipatorische Potential des Internets im Sinne der für potentiell jeden bestehende Möglichkeit, sich nun selbst äußern zu können und eigene Sichtweisen und Perspektiven bzw. Informationen aufgrund persönlicher Relevanzkriterien bereitstellen zu können, nicht zugleich zu einer sinkenden Bedeutung von professionellen Vermittlungsstrukturen in modernen Gesellschaften führt, welche bisher in erster Linie durch etablierte Medien und den Journalismus verankert waren, ist unumstritten. Im Gegenteil ist davon auszugehen, dass im öffentlichen Kommunikationsraum insgesamt, gerade aber auch im Rahmen der Internetkommunikation Strukturen der Vermittlung wichtiger sind denn je.⁷¹⁹ Die Notwendigkeit von vermittelnden Strukturen in der computervermittelten Kommunikation im Internet betont auch Christoph Neuberger mit Verweis darauf, dass die Lösung eines Kommunikationsproblems, in diesem Fall in erster Linie die vielbeklagte Einseitigkeit der traditionellen Massenmedien, zwangsläufig Folgeprobleme wie die Informationsselektion und –prüfung, das Gewinnen von Aufmerksamkeit und das Auslösen von Anschlusskommunikation, mit sich bringt.⁷²⁰ Das Defizit ist heute

⁷¹⁷ Angemerkt sei, dass das Phänomen der gesellschaftlichen Spezialisierung und Differenzierung kein Internet-spezifisches darstellt. Denn auch in anderen Medienbereichen (v.a. Rundfunk und Printmedien) ist schon lange eine zunehmende Spezialisierung als marktstrategische Antwort auf die zunehmende Segmentierung der Gesellschaft sowie die Ausdifferenzierung der Lebensstile festzustellen. Vgl. HAAS, H. (2001): Druckmedien und Kommunikationsordnung. Struktur, Organisation, Funktion. Skriptum. WUV Universitätsverlag, S. 41. Richard Meisel beobachtete bereits 1973 eine komplementäre Spezialisierung der Interessen in zwei Richtungen stattfindet: a.) eine inhaltliche Spezialisierung der Medien und b.) eine Spezialisierung der Interessen des Publikums. Vgl. MEISEL, R. (1973): The Decline of Mass Media. Nach HAAS, H. (2002), A. 41. Unterstützt durch die technologische Innovation der Digitalisierung werden beispielsweise im Fernsehbereich schon lange Programme angeboten, die kleine, genau definierte Zielgruppen ansprechen sollen. Die Herausbildung von auf bestimmte Themen bzw. Bereiche spezialisierten Teilöffentlichkeiten innerhalb eines Mediums bzw. einer kommunikativen Infrastruktur ist also sicherlich kein mit dem Internet entstandenes Phänomen. Vermutet wird aber, dass die Digitalisierung und globale Vernetzung eine weitere Vervielfachung und Ausdifferenzierung der Medienangebote sowie eine damit einhergehende ungebremste Zielgruppenorientierung begünstigt. Vgl. auch WELZ, H.J. (2002) In: Aus Politik und Zeitgeschichte. B 39-40/2002, S. 10

⁷¹⁸ HABERMAS, J. (2008) In: Ders. (2008), S. 162

⁷¹⁹ Vgl. z.B. JARREN, O. (1998): Internet – neue Chancen für die politische Kommunikation. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 40, S. 15

⁷²⁰ Vgl. Vgl. NEUBERGER (2002): Alles Content, oder was? Vom Unsichtbarwerden des Journalismus im Internet. In: Hohfeld R./Meier, K./Neuberger C. [Hrsg.] (2002): Innovationen im Journalismus. Forschung für die Praxis. S. 33ff.

keinesfalls mehr ein „Zuwenig“ an Daten, sondern vielmehr das Gegenteil: ein „Zuviel“ an permanent abrufbarer Information im Netz. Der vereinfachte kommunikative Zugang über das Internet, in dem jeder ohne großen Aufwand publizieren und sich öffentlich zu Wort melden kann, bringt eine ständig wachsende „Informationsflut“ mit sich, die für den Einzelnen schon längst unüberschaubar geworden ist. Gleichzeitig wird konstatiert, es gingen die traditionellen „Kommunikationsknoten“ verloren, die sich im Fall traditioneller Medien auf verschiedenen Ebenen befinden und von unterschiedlichen sozialen Akteuren als sogenannte „Gatekeeper“, ausgeübt werden. Sie sind „die Bedingung der Möglichkeit, sich im Ozean der Information zurechtzufinden“⁷²¹, helfen bei der unüberschaubaren Datenmenge zwischen Information und Unsinn zu unterscheiden und bieten ein gemeinsam geteiltes Wissen sowie einen gemeinsam geteilten Aufmerksamkeitsfokus. Geht man davon aus, dass Öffentlichkeit nur mit Hilfe von Mediatoren funktioniert⁷²², die eine vermittelnde Funktion zwischen Kommunikatoren und Rezipienten einnehmen und sowohl Beobachtungs-, Validierungs- und Orientierungsleistungen⁷²³ im Rahmen des gesellschaftlichen Funktionssystems Öffentlichkeit erbringen und sich dabei an gewisse, die journalistische Qualität bestimmende Vermittlungsstandards wie Vielfalt, Ausgewogenheit, Neutralität, Objektivität, Sachlichkeit, Aktualität etc. halten, auf die sich der Rezipient verlassen kann, stellt sich zwangsläufig die Frage nach vergleichbaren Vermittlungsleistungen bzw. Mediatoren im Internet. Aufgrund einer gänzlich anderen Struktur der Internet-Öffentlichkeit und den neuen medialen Formen, die sich im Rahmen dessen herausbilden und auf Interaktion und Vernetzung aufbauen, kann aber nicht davon ausgegangen werden, dass ausschließlich die Massenmedien die Vermittlungsleistungen für die Internet-Öffentlichkeiten erbringen können. Es handelt sich um unterschiedliche Öffentlichkeitsbereiche, die auch jeweils andere Formen der Vermittlung benötigen.

Der vereinfachte Zugang zur Öffentlichkeit sowie die Möglichkeit eines besonders zeitsparenden und kostengünstigen Zugriffs auf eine Fülle von Informationen aller Art sind prinzipiell wichtige mediengeschichtliche Errungenschaften des Internets.⁷²⁴ Die technischen, ökonomischen, rechtlichen und kognitiven Barrieren, die einer öffentlichen Artikulation über traditionelle Massenmedien meist im Wege stehen, sind im Internet deutlich niedriger. Indem Rezipienten nun selbst als Kommunikatoren auftreten können und

⁷²¹ Vgl. BUCHSTEIN (1996), S. 596

⁷²² Vgl. LANGENBUCHER, W.R. (1974/75): Kommunikation als Beruf. Ansätze und Konsequenzen kommunikationswissenschaftlicher Berufsforschung. In: Publizistik. 19./20. Jg. Heft 3-4/1-2, S. 256-278

⁷²³ Friedrich Neidhardt unterscheidet unter den Bedingungen der Massenmedien drei Vermittlungsleistungen des traditionellen Journalismus in der Öffentlichkeit: (1) Beobachtung („Input“): Journalisten schaffen Transparenz über die Umwelt, indem sie Informationen und Meinungen recherchieren und selektieren, (2) Validierung („Throughput“): Darüber hinaus prüfen sie kritisch die Qualität der Informationen und Meinungen und (3) Orientierung („Output“): Als Ergebnis vermitteln sie Orientierungsdaten über relevante Probleme und die Akzeptanz von Lösungen an gesellschaftliche Akteure. Vgl. NEIDHARDT, F. (1994) In: KfSS, Sonderheft 34/1994, S. 22-28)

⁷²⁴ Vgl. z.B. LUDWIG, J. (1999): Vom Buchdruck zum Internet. Gesellschaftliche Emanzipationsprozesse als Folge ökonomischer Entwicklungen. In: Rundfunk und Fernsehen. 47. Jg., Heft 3, S. 364

einen direkten Zugang zur Öffentlichkeit haben, wird von einer Emanzipation des Publikums der Massenmedien gesprochen.⁷²⁵ Zwar waren die Prozesse der gesellschaftlichen Selbstverständigung und Aushandlung von Relevanz nie allein Angelegenheit professioneller Kommunikatoren. Aber die Foren, in denen sich Bürger traditionellerweise über gesellschaftliche Themen, Problemstellungen und gemeinsame Wirklichkeitskonstruktionen austauschen, sind in der Regel in Ausmaß und Auswirkung stark begrenzt (Vgl. Abschnitt „Einfache Weblog-Öffentlichkeiten“). Am einflussreichsten war bisher vor allem die massenmediale Öffentlichkeitsarena, deren Zugänglichkeit durch die journalistische Profession und ihre spezifische Wirklichkeitskonstruktionen reguliert wird. Folgt man dem „Gatekeeper-Ansatz“ ist es der Journalist, der als sogenannter „Schleusenwärter“ unter den Bedingungen redaktioneller Strukturen und dem Einfluss institutioneller Faktoren entscheidet, welche Themen und Interpretationen veröffentlicht und damit Teil gesellschaftlicher Wirklichkeit werden.⁷²⁶ Dies hat dazu geführt, dass die Zuschreibung von gesellschaftlicher Relevanz eng an die spezifische Zugriffsweise von Journalisten auf Öffentlichkeit verbunden ist (Vgl. Abschnitt: Charakterisierung von Weblog-Öffentlichkeiten). Mit dem Internet hat sich nun der Kreis jener Akteure, die sich an medialen Prozessen der gesellschaftlichen Selbstverständigung beteiligen, beachtlich erweitert. Publikationen sind inzwischen nicht mehr ausschließlich „an knappe und teure Trägermedien wie Zeitungspapier, Rundfunkwellen oder Satelliten“⁷²⁷ gebunden. Aufgrund der daraus resultierenden ständig steigenden Fülle an Informationen und Daten, die im Internet jeden Tag verbreitet werden, hat sich im Gegensatz zu massenmedialen Öffentlichkeitsformen der Engpass verschoben: „Nun herrscht nicht mehr Knappheit an Verbreitungskapazität, sondern Knappheit an Aufmerksamkeit und Urteilsvermögen auf Seiten der Rezipienten“⁷²⁸, konstatiert Neuberger. Auch diese Einschätzung macht deutlich, dass Vermittlungsstrukturen unter den Bedingungen des Internet unerlässlich sind.

Neuberger geht nun davon aus, dass während im Kontext der traditionellen Massenmedien, der professionelle Journalismus die exklusive Form der Vermittlung darstellt, im Internet neue funktional äquivalente Formen der Vermittlung öffentlicher Kommunikation hinzu treten, die nicht mehr der traditionellen Vorstellung vom Journalismus entsprechen und sich im Laufe der Entwicklung des Internets herausgebildet haben.⁷²⁹ Dabei werden „zum einen journalistische Selektionsprozesse durch Suchalgorithmen *technisiert*, zum anderen übernehmen die *aktiven* Nutzer als Laien einen Teil der jour-

⁷²⁵ Vgl. NEUBERGER, C. (2003), S. 5

⁷²⁶ Vgl. BURKART, R. (2002), S. 276ff.

⁷²⁷ KATZENBACH, C. (2008), S. 118

⁷²⁸ NEUBERGER, C. (2004), S. 9

⁷²⁹ Vgl. NEUBERGER, C. (2004a), S. 10

nalistischen Aufgaben“⁷³⁰. Laut Neuberger lassen sich demnach drei Formen der Vermittlung öffentlicher Kommunikation im Internet verorten: (1) der *professionell-redaktionelle Journalismus*, wie er vor allem von den klassischen Medien im Internet und nur von wenigen reinen Online-Anbietern betrieben wird, (2) *technische bzw. technisierte Vermittler* wie Suchmaschinen, Nachrichtenaggregatoren (wie z.B. „Google News“), Webkataloge und Portale, die mit Hilfe von Algorithmen Nachrichten automatisch selektieren und gewichten und (3) *partizipative Formen* der Vermittlung, „in denen nach dem Peer-to-Peer-Prinzip Nutzer Beiträge publizieren und deren Qualität wechselseitig kontrollieren“⁷³¹. Das Besondere an diesen Vermittlungsstrukturen ist, dass die Prüfung von Informationen und Meinungen – anders als im redaktionellen Umfeld des Journalismus – erst nach der Publikation stattfindet. Hierzu zählt Neuberger sowohl kollaborative („Peer-to-Peer“-) Angebote wie „Wikipedia“ oder „Slashdot.org“, vor allem aber auch individuelle Angebote wie Weblogs.

Diese drei Vermittlungsformen ergänzen sich, indem sie zu unterschiedlichen Anteilen die notwendigen Vermittlungsleistungen öffentlicher Kommunikation, also die Beobachtung von Umwelt, die Validierung der Information und die Orientierung zu Problemen und Lösungsmöglichkeiten, im Internet erfüllen.⁷³² Nicht nur Neuberger zählt Weblogs zu den partizipativen Vermittlungsstrukturen im Internet. Sven Engesser, wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Ludwig-Maximilian-Universität in München, hat anhand eines mehrstufigen Verfahrens der Begriffsexplikation, eine hinreichende Definition für partizipativen Vermittlungsformen im Internet herausgearbeitet und diesen eindeutig auch Weblogs zugeordnet: „Partizipativer Journalismus beteiligt die Nutzer zumindest am Prozess der Inhaltsproduktion, wird außerhalb der Berufstätigkeit ausgeübt und ermöglicht die aktive Teilhabe an der Medienöffentlichkeit“⁷³³. Auf der Grundlage einer Sammlung der insgesamt neun, in der wissenschaftlichen Literatur gebräuchlichsten Bezeichnungen für Weblogs, die er in jeweils drei Begriffsgruppen zusammenfasst⁷³⁴, kommt Engesser am Ende seiner Untersuchung zu dem Schluss, dass die Bezeichnung „partizipativer Journalismus“ die angemessenste Beschreibung von Weblogs darstellt⁷³⁵. Prinzipiell beinhaltet der Begriff „partizipativer Journalismus“ – in enger Verbindung zu den Begriffen „Graswurzeljournalismus“⁷³⁶ und „Bürgerjournalismus“ – eine

⁷³⁰ Ebd., Hervorh. i. Orig.

⁷³¹ Ebd. S. 11

⁷³² Vgl. NEUBERGER, C. (2006): Weblogs verstehen. Über den Strukturwandel der Öffentlichkeit im Internet. In: Picot, A./ Fischer, T. [Hrsg.] (2006), S. 125

⁷³³ ENGESSER, S. (2008): Partizipativer Journalismus: Eine Begriffsanalyse. In: Zerfaß, A./ Welker, M./ Schmidt, J. [Hrsg.] (2008), Bd. 2, S. 66

⁷³⁴ Zur ersten Gruppe zählt er die Bezeichnungen „Kollaborativer Journalismus“, „Open Source Journalismus“, „Peer-to-Peer-Journalismus“; die zweite umfasst die Begriffe „Amateurjournalismus“, „Parajournalismus“, „Laienjournalismus“ und unter der dritten Gruppe summiert Engesser die Bezeichnungen „Graswurzeljournalismus“, „Bürgerjournalismus“, „partizipativer Journalismus“. Vgl. ENGESSER, S. (2008), In: Zerfaß, A./ Welker, M./ Schmidt, J. [Hrsg.] (2008), Bd. 2, S. 59-63

⁷³⁵ Vgl. ENGESSER, S. (2008), In: Zerfaß, A./ Welker, M./ Schmidt, J. [Hrsg.] (2008), Bd. 2, S. 63

⁷³⁶ Den Begriff des „Graswurzeljournalismus“ als Bezeichnung für Online-Angebote wie Weblogs, Kollektivformate und mobile Kommunikationsmittel, prägte vor allem der US-amerikanische Journalist, Autor und Direktor des Knight Center for

starke politische Komponente. Er geht auf die partizipatorische Demokratietheorie zurück und erfüllt – so eine in der Literatur verbreitete Ansicht – eine wichtige Funktion in demokratischen Gesellschaften. Dies kommt beispielsweise in der Definition der Autoren Shayne Bowman und Chris Willis zum Ausdruck, welche „partizipativen Journalismus“ folgendermaßen beschreiben: „The act of a citizen, or group of citizens, playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing and disseminating news and information. The intent of this partizipation is to provide independent, reliable, accurate, wide-ranging and relevant information that a democracy requires“⁷³⁷. Trotz seiner relativ festen Verankerung in einem in erster Linie politikwissenschaftlichen Kontext im Rahmen dessen er sich vor allem auf politische Teilhabe bezieht, kann der Begriff des „partizipativen Journalismus“ laut Engesser in einen größeren Bedeutungszusammenhang gebracht und damit „auch im Sinn von *öffentlicher* statt politischer Teilhabe verstanden werden“⁷³⁸, denn „die früheren und neueren Formen des Partizipativen Journalismus“⁷³⁹ begreifen sich [...] in erster Linie als Artikulationsmöglichkeit oder Plattform für Gegenöffentlichkeit“⁷⁴⁰. Engesser plädiert in seinem Beitrag daher für eine semantische Verschiebung des Begriffs in Richtung, „öffentlicher“ bzw. „kommunikativer“ Partizipation, die zwar das Potential für politische Teilhabe beinhaltet, diese aber nicht unbedingt voraussetzt.

Weblogs lassen sich also als partizipative Vermittlungsform im Internet beschreiben. Gemeinsam mit anderen Internet-Angeboten treten sie neben professionell-journalistische Routinen und grenzen sich von diesen durch andere Mechanismen der Vermittlung und damit auch der Zuschreibung von Relevanz von herkömmlichen Vermittlungsformen ab. Allerdings muss man davon ausgehen, dass diese Unterscheidung in unterschiedliche Vermittlungsformen im Internet, die Neuberger trifft, als keine definitive, für verschiedene, gänzlich voneinander getrennte Vermittlungsinstanzen verstanden werden kann. Denn tatsächlich kommt es im Internet immer mehr zu einer Vermischung der drei Vermittlungsformen, so dass es nicht immer möglich ist ein Medienangebot oder einen Online-Dienst deutlich der einen oder anderen Form der Vermittlung zuzu-

Digital Media Entrepreneurship an der Universität von Arizona, Dan GILLMOR (2006) in seinem Buch „We the media. Grassroots Journalism by the People for the People.“

⁷³⁷ BOWMAN, S./WILLIS, C. (2003): We Media. How audiences are shaping the future of news and information.

⁷³⁸ ENGESSER, S. (2008), In: Zerfaß, A./ Welker, M./ Schmidt, J. [Hrsg.] (2008), Bd. 2, S. 63

⁷³⁹ Partizipative Formen der Vermittlung lassen sich durchaus bis ins 18. Jahrhundert zurückverfolgen. Zu den früheren Formen partizipativer Vermittlung wie Heimatzeitungen, Leserbrief, Hörer- bzw. Zuschauertelefon, Alternativpresse, nicht-kommerzielle Radios und offene Kanäle siehe ENGESSER, S. (2008), In: Zerfaß, A./ Welker, M./ Schmidt, J. [Hrsg.] (2008), S. 50-56. Im 20. Jahrhundert erstreckte sich die journalistische Partizipation vor allem auf zwei Ebenen: Einerseits war mittels Leserbrief oder Hörertelefon eine marginale Beteiligung an kommerziellen Medien möglich, die sich aber auf Kommentare und Ergänzungen beschränkte. Andererseits konnte man sich im Rahmen spezieller Medienformate wie der Alternativpresse, den Nichtkommerziellen Radios und Offenen Kanälen an der Vermittlung von Informationen und Meinungen beteiligen, wobei sich die allgemeine Zugangsmöglichkeiten, Vermittlungskompetenz und Publikumsakzeptanz hier stark in Grenzen hielten. Mit den neuen Formen der computervermittelten Kommunikation im Internet und den niedrigen Zugangsbarrieren ergeben sich nun sowohl in quantitativer als auch qualitativer Hinsicht, veränderte Partizipationsmöglichkeiten der Informationsvermittlung und öffentlichen Meinungsäußerung. Es daher nicht verwunderlich, dass partizipative Medienformate im Internet in den letzten Jahren zu einer starken Begriffsinflation geführt haben. Vgl. ENGESSER, S. (2008) In: Zerfaß, A./ Welker, M./ Schmidt, J. [Hrsg.] (2008), S. 55

⁷⁴⁰ ENGESSER, S. (2008), In: Zerfaß, A./ Welker, M./ Schmidt, J. [Hrsg.] (2008), S. 66

rechnen. Entscheidend ist nun die Beobachtung, dass gerade aufgrund neuer technischer Gegebenheiten und Strukturen, partizipative Formen der Vermittlung erst möglich werden. Denn „das niederschwellige Publizieren, die wechselseitige Bezugnahme und Qualitätskontrolle der vielzahligen Mikro-Publikationen wären ohne Links, Trackbacks oder RSS nicht realisierbar“⁷⁴¹. Aber auch technische Vermittlung basiert im Web 2.0 nicht mehr ausschließlich auf Technik. Suchmaschinen arbeiten beispielsweise ebenfalls auf der Basis der individuellen Handlungen von Nutzern, indem sie gesetzte Hyperlinks auf Webseiten als Empfehlung für die verlinkte Seite werten.⁷⁴² Damit gründet die Zuschreibung von Relevanz dieser technischen Vermittlungsform ausschließlich auf den individuellen Bewertungen und Handlungen der Internet-Nutzer, die im Rahmen technischer Strukturen zusammengetragen und auf diese Weise vermittelt werden.⁷⁴³ Und mittlerweile kann man auch im Rahmen des professionell-redaktionellen Journalismus im Internet feststellen, dass sich dieser immer weniger scharf von den beiden anderen Formen trennen lässt. Denn auch die klassischen Medienhäuser integrieren zunehmend partizipative Elemente und interaktive Formate in ihr Online-Angebot und lassen ihre Leser in kleinem Rahmen selbst zu Wort kommen. Eine Vermischung von professionell-redaktionellen und technischen Elementen lässt sich außerdem im Fall von Google-News⁷⁴⁴ beobachten. Hier werden die im Internet veröffentlichten Nachrichten der meisten Medieninstitutionen in einem Angebot zusammengefasst und durch technische Algorithmen gewichtet.

Trotz dieser Schwierigkeiten einer klaren Trennung der unterschiedlichen Vermittlungssysteme macht der Hinweis Neubergers, dass professionelle Journalisten - zumindest im Internet – kein Vermittlungsmonopol mehr besitzen, weil neben den professionellen Journalismus auch andere Formen der öffentlichen Aushandlung von Relevanz treten, den Wandel von Öffentlichkeit im Internet deutlich.⁷⁴⁵ Weblogs bzw. deren Autoren nehmen im Rahmen dieses Wandels, der für Neuburger in gewisser Weise sogar das „Ende des Gatekeeper-Zeitalters“ markiert, eine entscheidende Rolle ein: „Blogger sind nicht nur Kommunikatoren; sie leisten darüber hinaus einen Beitrag zur Vermittlung öffentlicher Kommunikation im Internet, sie sind damit also zugleich Mediatoren“⁷⁴⁶. Der an der Brisbane Queensland University of Technology arbeitende Medienwissenschaftler Axel Bruns hat die Theorie entwickelt, dass Bloggen eine Form von „Gatwat-

⁷⁴¹ KATZENBACH, C. (2008), S. 119

⁷⁴² Vgl. KATZENBACH, C. (2008), S. 119

⁷⁴³ Zur Rolle von Suchmaschinen als „Gatekeeper“ öffentlicher Kommunikation im Internet vgl. z.B. SCHULZ, W./HELD, T./LAUDIEN, A. (2005): Suchmaschinen als Gatekeeper in der öffentlichen Kommunikation: rechtliche Anforderungen an Zugangsoffenheit und Transparenz bei Suchmaschinen im WWW.; DIAZ, A. (2005): Through the Google Goggles: Sociopolitical Bias in Search Engine Design. Thesis, Stanford University, 2005

⁷⁴⁴ <http://news.google.at/> (für Österreich); <http://news.google.de/> (für Deutschland); <http://news.google.com> (für die USA)

⁷⁴⁵ Vgl. ausführlich dazu NEUBERGER, C. (2004a) und NEUBERGER, C. (2006) In: Picot, A./ Fischer, T. [Hrsg.] (2006)

⁷⁴⁶ NEUBERGER, C. (2006), In: Picot, A./ Fischer, T. [Hrsg.] (2006), S. 114

ching⁷⁴⁷ darstellt, die auf der Praxis des Beobachtens, Filterns und Verlinkens von Nachrichtenmedien, Online-Quellen und anderen Bloggern basiert. Dies trifft in besonderem Maße auf Weblogs zu, deren Autoren sich mit gesellschaftspolitischen Themen und den Medien auseinandersetzen und die Produkte der klassischen Massenmedien und andere Online-Quellen häufig als Ausgangs- bzw. Bezugspunkt für die persönliche Aufbereitung von Inhalten heranziehen.⁷⁴⁸ Unter dem Begriff „Gatewatching“ versteht Bruns „the observation of output gates of news publications and other sources, in order to identify important material as it becomes available“⁷⁴⁹. In diesem Sinne kommentieren Blogger als Gatewatcher die Entscheidungen und Produkte derer, die die Newsgates kontrollieren.

Fokussierung von Aufmerksamkeit und wechselseitige Qualitätssicherung

Während, wie beschrieben, um einzelne Weblogs herum, einfach Öffentlichkeiten entstehen, die aufgrund ihrer Permanenz Anschlusskommunikation und damit auch die Weiterführung von Diskussionen begünstigen, bedingen sowohl die technisch unterstützte Vernetzung von Weblogs und ihren Beiträgen sowie die spezifischen Gebrauchsweisen der Weblog-Autoren – in erster Linie die zentrale Praxis des gegenseitigen Verlinkens und auch das Bereitstellen von „Fundstücken im Netz“ – die Herausbildung umfassender Weblog-Öffentlichkeiten. Hier lassen sich bestimmte übergreifende Mechanismen und Strukturen erkennen, die einen wesentlichen Beitrag zur Fokussierung von Aufmerksamkeit und der Zuschreibung von Relevanz leisten: „Aus den einzelnen Handlungen des Verlinkens und Bezugnehmens entsteht unintendiert eine hypertextuelle Struktur, die einzelne Inhalte besser auffindbar macht und dadurch zukünftige Rezeptionen beeinflusst“⁷⁵⁰ (siehe folgendes Kapitel: Die strukturelle Beschaffenheit der Blogosphäre). Dieser Effekt resultiert aus der Verschiebung einfacher Öffentlichkeiten in den medialen Raum der Weblogs. Zunächst werden durch Links und Trackbacks die wechselseitigen Bezugnahmen in den Blog-Beiträgen explizit und für den Leser nachvollziehbar. Diese Nachvollziehbarkeit eines Verweises spielt insofern eine große Rolle, als es dadurch für andere Nutzer möglich ist, dem Links zu folgen und den entsprechenden Artikel oder Inhalt auf den sich ein Blogger in seinem Beitrag bezieht, selbst zu lesen, zu prüfen und eventuell, soweit er als interessant oder diskussionswürdig eingeschätzt wird, in weiterer Folge in einen eigenen Blog-Eintrag zu integrieren, so dass noch mehr Nutzer darauf stoßen. Die Auffindbarkeit eines bestimmten Inhalts im

⁷⁴⁷ BRUNS, A. (2005): Gatewatching, Collaborative Online News Production.

⁷⁴⁸ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 129

⁷⁴⁹ BRUNS, A. (2005), S. 17

⁷⁵⁰ SCHMIDT, C. (2006a), S. 54

WWW wird dadurch wahrscheinlicher. Auf diesem Weg wird Relevanz dezentral, d.h. „zwischen Weblogs wechselseitig zugeschrieben und verhandelt“⁷⁵¹. Diese dezentrale Form der Vermittlung ist im Rahmen von Weblog-Öffentlichkeiten neben dem reinen Auswählen und Bereitstellen von Informationen und Sichtweisen allerdings auch in einem anderen Zusammenhang zu beobachten, nämlich in jenem der Bewertung von Nachrichten und Meinungen.⁷⁵² Durch die explizite Verlinkung auf die Quellen, auf die sich ein Weblog-Autor in seinem Beitrag bezieht, kann jeder Leser die Richtigkeit eines Artikels prüfen und gegebenenfalls in den Kommentaren oder in eigenen Beiträgen korrigieren bzw. seine eigene Sichtweise ergänzen. Während im professionellen Journalismus die Validierung von Informationen durch den Journalisten vor der Veröffentlichung und unsichtbar für den Leser erfolgt, ist es in Weblogs und anderen partizipativen Vermittlungsformen in der Regel umgekehrt.⁷⁵³ „The order of things in broadcast is ‚filter, then publish‘. The order in communities is ‚publish, then filter‘. [...] Participants in a community [...] say what they have to say, and the good is sorted from the mediocre after the fact“⁷⁵⁴. Dieser Mechanismus der wechselseitigen Bezugnahme und gegenseitigen Beobachtung in Weblog-Öffentlichkeiten bewirkt, dass im Rahmen der Gesamtheit der Weblogs eine Art Korrektivfunktion bzw. dezentrale Qualitätssicherung zum Tragen kommt.⁷⁵⁵ Denn prinzipiell kann beobachtet werden, dass Quellen, deren Informationen als glaubwürdig und Meinungen als interessant angesehen werden, auch häufiger verlinkt werden als andere und damit auch insgesamt sichtbarer bzw. leichter auffindbar sind. Die Autoren Bowman und Willis beschreiben diesen Mechanismus als „self-correcting process“⁷⁵⁶ der Blogosphäre. In diesem Zusammenhang wird auch von der „Weisheit der Vielen“ gesprochen, eine Bezeichnung die der US-amerikanische Journalist und Autor James Surowiecki geprägt hat⁷⁵⁷, um ein allgemeines Phänomen von Gruppenintelligenz zu beschreiben. Ihm zufolge könne kollektive Intelligenz, also die Kumulation von Informationen und Meinungen in der Gruppe, zu besseren Entscheidungen als sie einzelne Mitglieder treffen könnten: „Under the right circumstances, groups are remarkably intelligent, and are often smarter than the smartest people in them“⁷⁵⁸. Damit sich kollektive Intelligenz entwickeln und entfalten könne, brauche es allerdings Meinungsvielfalt, die Unabhängigkeit der Individuen voneinander, eine de-

⁷⁵¹ KATZENBACH, C. (2008), S. 121

⁷⁵² Vgl. KATZENBACH, C. (2008), S. 122

⁷⁵³ NEUBERGER, C. (2006), In: Picot, A./ Fischer, T. [Hrsg.] (2006), S. 120 oder auch BOWMAN, S./ WILLIS, C. (2003), S. 7

⁷⁵⁴ SHIRKY, C. (2002): Broadcast Institutions, Community Values. Clay Shirky's Writings About the Internet. Economics and Culture, Media and Community, Open Source.

⁷⁵⁵ Vgl. z.B. NEUBERGER, C. (2004), S. 11

⁷⁵⁶ BOWMAN, S./ WILLIS, C. (2003), S. 25

⁷⁵⁷ SUROWIECKI, J. (2004): The Wisdom of the crowds. Why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business, economics, societies, and nations.

⁷⁵⁸ SUROWIECKI, J. (2004), S. xiii

zentrale Kommunikationsstruktur und ein taugliches Verfahren zur Meinungsbildung. Übertragen auf die Blogosphäre kommt dieser als „Weisheit der Vielen“ beschriebene Prozess zum Beispiel dann zum Tragen, wenn die veröffentlichten Einträge anderer Blogger verlinkt werden oder nicht, wenn sie mit zusätzlichen Kommentaren versehen werden oder gar nicht erst gelesen werden. Qualität ist in der Blogosphäre eng verbunden mit kollektiver Bestätigung⁷⁵⁹. Dabei sind sowohl die durch eine entsprechende Verlinkung vermittelte Glaubwürdigkeit eines Weblogs (Weblogs als Netzwerke des Vertrauens⁷⁶⁰) als auch das unter Bloggern häufig zu beobachtende Phänomen der Selbstkorrektur⁷⁶¹ von Bedeutung. Werden Blog-Beiträge von vielen Nutzern als besonders interessant eingestuft und entsprechend häufig verlinkt, kommt ihnen automatisch eine deutlich größere Aufmerksamkeit zu als anderen, die kaum gelesen und verlinkt werden. Sie werden gewissermaßen „hochgespült“ und zugleich leichter auffindbar. Mediale und diskursive Verknüpfungen von Beiträgen in Weblogs wirken sich also auf einer höheren Ebene als jener der einfachen Öffentlichkeiten aus, die um einzelne Angebote herum, in Form von sozialen Netzwerken entstehen. In diesem Sinn konstituiert sich ein größerer Kommunikationszusammenhang – die „Blogosphäre“, welche entsteht weil die einzelnen Kommunikationsepisoden in Weblogs durch Links und Trackbacks zusammengehalten werden.⁷⁶²

Die Blogosphäre als soziales Netzwerk

Weblogs können, trotz ihrer individuellen Beschaffenheit und subjektiven Autorenschaft, immer auch als Teil einer größeren Organisationsstruktur betrachtet werden.⁷⁶³ Die hochgradige Vernetzung und dichte Verflechtung von Inhalten, Kommentaren und automatischen Referenzen in Weblogs konstituiert eine Art eigenständiges virtuelles Diskursuniversum in Form eines globalen, dynamischen Netzwerks, bestehend aus hypertextuellen und sozialen Verknüpfungen.⁷⁶⁴ Armborst beschreibt die Blogosphäre auch als „Kosmos, der [sich] aus der Gesamtheit der Weblogs sowie den kommunikativen und sozialen Verbindungen zwischen Weblog-Betreibern und Nutzern“⁷⁶⁵ zusammensetzt. Wie die bisherigen Ausführungen zu den blogtypischen Vernetzungsformen und funktionalen Verlinkungsmustern deutlich machen, steht kaum ein Weblog für sich allein⁷⁶⁶. Laut Bucher/Büffel sind Weblogs daher immer auch als Teile des Kommunika-

⁷⁵⁹ Vgl. FISCHER, E. (2008), S. 32

⁷⁶⁰ Vgl. MÖLLER, E. (2006), S. 211

⁷⁶¹ Trotzdem davon auszugehen ist, dass sich Lügen und Falschmeldungen virenartig im Netz verbreiten können, werden sie als solche relativ schnell enttarnt bzw. korrigiert. Vgl. BUCHER, H.J./BÜFFEL, S. (2006), In: Picot, A./Fischer, T. [Hrsg.] (2006), S. 144f.

⁷⁶² Vgl. auch BOWMAN, S./WILLIS, C. (2004), S. 23

⁷⁶³ Vgl. BUCHER, H.J./BÜFFEL, S. (2006), In: Picot, A./Fischer, T. [Hrsg.] (2006), S. 140f.; FISCHER, E. (2007), S. 29

⁷⁶⁴ Vgl. ZERFASS, A./BOLTER, D. (2005), S. 20; SCHMIDT, J./SCHÖNBERGER, K./STEGBAUER, C. (2005) In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 4, S. 1

⁷⁶⁵ ARMBORST, M. (2006), S. 9

⁷⁶⁶ Vgl. SCHÖNBERGER, K. (2006), In: Schlobinski, P. [Hrsg.] (2006), S. 235

tionsnetzes zu betrachten, in das sie eingebunden sind.⁷⁶⁷ Denn nur innerhalb dessen, können sie ihre kommunikativen Funktionen zur Gänze entfalten und gegebenenfalls auch größeren Einfluss auf öffentliche Kommunikationszusammenhänge geltend machen.⁷⁶⁸ So ist es für die Autoren „gerade der ‚Systemcharakter‘, nämlich die dichte Vernetzung der Weblogs zu einer Blogosphäre, also einer eigenen Form virtueller Öffentlichkeit, die als Strukturmerkmal diese Kommunikationsform charakterisiert“⁷⁶⁹.

Im Zentrum der Auffassung von der Blogosphäre als Kommunikationsnetz steht der Netzwerkbegriff. Sozialwissenschaftlich betrachtet, können Netzwerke als „spontane Ordnungen“ verstanden werden, „die das Ergebnis menschlichen Handelns, aber nicht menschlicher Planung sind“⁷⁷⁰. Laut Bucher ist Netzwerken - wie sozialen Ordnungen generell - eine Doppelstruktur inhärent, welche in individuellen Handlungen einerseits und überindividuellen Strukturen andererseits erkennbar ist.⁷⁷¹ Im Fall von Weblogs ist es die blogtypische Praxis des bewussten Verlinkens, welche auf struktureller Ebene die Bildung dezentraler Kommunikationsstrukturen zur Folge hat und den orts- und zeitungebundenen Informationsaustausch sowie die Kollaboration und Kommunikation zwischen den Weblog-Akteuren begünstigt.⁷⁷² Computervermittelte Netzwerke zeichnen sich als Organisationsform durch Flexibilität, Anpassungsfähigkeit, Dezentralität, horizontale Strukturen und flache Hierarchien aus.⁷⁷³ Die Potentiale von Netzwerkstrukturen hat der spanische Kommunikationswissenschaftler Manuel Castells in seiner dreibändigen Monographie „The Rise of the Network-Society“ (deutsch: „Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft“) bereits im Jahr 1996 eindrucksvoll herausgearbeitet. Nach einer Sichtung von Studiendaten aus den USA, Lateinamerika, Asien und Europa kommt er zu der Erkenntnis, „dass die herrschenden Funktionen und Prozesse im Informationszeitalter zunehmend in Netzwerken organisiert sind“⁷⁷⁴. Er diagnostiziert eine fundamentale Transformation der Gesellschaft, in welcher die traditionellen hierarchischen und vertikalen Organisationsformen der Über- und Unterordnung von einer „Vernetzungslogik“ abgelöst werden: „Netzwerke bilden die neue soziale Morphologie unserer Gesellschaft, und die Verbreitung der Vernetzungslogik verändert die Funktionsweise und die Ergebnisse von Prozessen der Produktion, Erfahrung, Macht und Kultur wesentlich“⁷⁷⁵. Da es zum ersten Mal in der Mediengeschichte die traditionellen öffentli-

⁷⁶⁷ Vgl. BUCHER, H.J./BÜFFEL, S. (2006), In: Picot, A./ Fischer, T. [Hrsg.] (2006), S. 140f.

⁷⁶⁸ Vgl. ebd.

⁷⁶⁹ SCHLOBINSKI, P./SIEVER, T. (2005): Sprachliche und textuelle Merkmale in Weblogs. In: Dies. [Hrsg.] (2005): Sprachliche und textuelle Merkmale in Weblogs. Ein internationales Projekt. In: Networx, Nr. 46, S. 53

⁷⁷⁰ Vgl. HAYEK, F.A.v (1969): S. 141 zit. nach Bucher (2007), In: OBST (2007), Heft 72, S. 14

⁷⁷¹ Vgl. BUCHER, H.J. (2007), In: OBST (2007), Heft 72, S. 14

⁷⁷² Vgl. FISCHER, E. (2007), S. 30

⁷⁷³ Vgl. BUCHER, H.J./BÜFFEL, S. (2006), In: Picot, A./ Fischer, T. [Hrsg.] (2006), S. 140f.

⁷⁷⁴ CASTELLS, M. (2001): Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Teil 1 der Trilogie. Das Informationszeitalter. S. 527, Zit. nach Armbrorst, M. (2006), S. 76

⁷⁷⁵ CASTELLS, M. (2001), S. 146

chen Kommunikationsstrukturen grundlegend zu verändern im Stande ist, erklärt er das Internet zum Hebel dieser gesellschaftlichen Veränderung und zum Sinnbild für die neue Struktur. Diese fundamentale gesellschaftliche Transformation würde insgesamt dazu führen, dass die „Macht der Ströme“ Vorrang gegenüber den „Strömen der Macht“ gewinnt, so Castells.⁷⁷⁶ Bezogen auf den Medienbereich bedeutet diese neue Organisationslogik, dass neben der bloßen Distribution medialer Inhalte von einem (Anbieter) an viele (Leser, Zuhörer und Zuschauer), erstmals auch eine Kommunikation „von vielen zu vielen“ möglich wird und die tradierten weitgehend geschlossenen Publikationskanäle um allgemein zugängliche erweitert werden, die sich im Fall von Weblogs vor allem durch eine relativ einfache technische Handhabbarkeit und einen geringen Kostenfaktor auszeichnen.

Hinweise darauf, wie sich die Blogosphäre als soziales Kommunikationsnetz konstituiert, geben die spezifischen Verlinkungsstrukturen, die sich nach Bucher/Büffel auf drei unterschiedlichen Ebenen beobachten lassen: a.) Verlinkung innerhalb von und zwischen Weblogpostings (Mikroebene), b.) Verlinkung von ganzen Weblogs durch die Blogroll (Mesoebene) und c.) allgemein erkennbare Verlinkungsstrukturen und –häufigkeiten (Makroebene), welche durch Weblog-Indizes und spezialisierte Analyse-Tools, wie zum Beispiel Technorati oder Blogpulse ermittelt werden und Aufschluss über die in der Blogosphäre herrschenden übergreifenden Organisationsstrukturen, Kommunikationsdynamiken und thematischen Trends – „also gewissermaßen [über] die öffentliche Meinung der Blogosphäre“ – geben.⁷⁷⁷

Netzwerkanalytische Untersuchungen, welche sich auf die ersten beiden Ebenen beziehen, betrachten Weblogs als „egozentrierte Netzwerke“⁷⁷⁸, wobei die von einem einzelnen Weblog ausgehenden Relationen zu anderen Weblogs und übrigen Online-Quellen im Mittelpunkt der Analyse stehen. In einer solchen Innenperspektive geht es im Wesentlichen darum, die einzelnen Knoten bzw. Akteure und die sie verbindenden Interaktionen zu untersuchen.⁷⁷⁹ Hypertextuelle Verlinkungen geben auf Mikro- und Mesoebene vor allem Auskunft über soziale Beziehungen⁷⁸⁰ im Rahmen weblogbasierter Kommunikation. Um die Beziehungen in sozialen Netzwerken zu charakterisieren, führte Mark S. Granovetter im Jahr 1973 die Unterscheidung von starken (strong) und

⁷⁷⁶ CASTELLS, M. (2001), Zit. nach Arnborst, M. (2006), S. 76

⁷⁷⁷ Vgl. BUCHER, H.J./BÜFFEL, S. (2006), In: Picot, A./Fischer, T. [Hrsg.] (2006), S. 141-143

⁷⁷⁸ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 25

⁷⁷⁹ Vgl. BUCHER, H.J. (2007), In: OBST (2007), Heft 72, S. 14

⁷⁸⁰ Unter einer „sozialen Beziehung“ ist in Anlehnung an Max Weber „ein seinem Sinngehalt nach aufeinander gegenseitig eingestelltes und dadurch orientiertes Sichverhalten mehrerer [zu verstehen]. Die soziale Beziehung besteht also durchaus und ganz ausschließlich: in der Chance, dass in einer (sinnhaft) abgebbaren Art sozial gehandelt wird, einerlei zunächst: worauf diese Chance beruht.“ WEBER, Max (1980), Kap. 1, §3 Zit. nach Krauss, S. (2008) In: Zerfaß, A./ Welker, M./ Schmidt, J. [Hrsg] (2008), Bd. 1, S. 328. Bezogen auf das Blogging bedeutet dies, dass über Weblogs nicht nur unidirektional, sondern durchaus auch bidirektional publiziert wird. Das führt dazu, dass nicht nur auf hypertextueller Ebene Kommentar- und Diskussionsnetze entstehen, sondern zwischenmenschliche Beziehungen und in der Summe der Verbindungen ganze soziale Netzwerke. Vgl. ausführlich dazu KRAUSS, S. (2008) In: Zerfaß, A./ Welker, M./ Schmidt, J. [Hrsg] (2008), Bd. 1, S. 328

schwachen (weak) Beziehungen ein.⁷⁸¹ „Strong ties“ existieren primär in eng geknüpften, durch multiplexe Beziehungen gekennzeichnete Netzwerke und eröffnen die Möglichkeit, Solidarität und emotionale Unterstützung zu mobilisieren. „Weak ties“ hingegen bezeichnen eher locker geknüpfte, meist uniplexe Beziehungen und dienen in erster Linie dem Informationsaustausch und der Einflussnahme. Gelingt es einem Akteur sich ein Beziehungsnetz in Form von strong bzw. weak ties aufzubauen, gewinnt er verschiedenste Formen sozialen Kapitals⁷⁸². Sozialkapital aus weblogbasierter Kommunikation kann sich zum einen in konkreten Unterstützungsleistungen oder in der Stärkung des Gefühls sozialer Zugehörigkeit durch Integration in eine Community niederschlagen. Zum anderen kann durch die interpersonale Kommunikation zwischen den Mitgliedern der Blog-Community auch ein Informationsaustausch stattfinden, der beispielsweise die Bildung von politischen Einstellungen beeinflussen kann.⁷⁸³ Im Fall von Weblog-Netzwerken bestehen starke Bindungen oft schon vor bzw. neben der Blog-Kommunikation, z.B. in Form von freundschaftlichen Beziehungen zu anderen Bloggern. Das Weblog hilft dem Blogger, diese Kontakte aufrechtzuerhalten oder eventuell sogar neue persönliche Beziehungen herzustellen und wenn notwendig, Unterstützung zu mobilisieren. Schwache Bindungen treten als deutlich losere Kontakte in Erscheinung, die zum Beispiel durch gelegentliche Verweise oder Kommentare gebildet werden.⁷⁸⁴ Von besonderer Bedeutung für die Blogosphäre sind schwache Bindungen insofern, als dass sie eine Grundlage für die Kanalisierung von Aufmerksamkeit darstellen.⁷⁸⁵ Insgesamt hängen die Stärke, Dichte und Reichweite von sozialen Netzwerken in der Blog-Kommunikation in entscheidender Weise „sowohl von der Regelmäßigkeit und Dauer der weblogbasierten Kontakte als auch vom thematischen Zuschnitt des Weblogs und damit von der Art der Rollenbeziehungen zwischen Autor und Leser ab“⁷⁸⁶. Je nach Art und Umfang ihres sozialen Kapitals, können Blogger zudem unterschiedlich stark auf den Informationsfluss in der Blogosphäre Einfluss nehmen und die Aufmerksamkeit der Nutzer kanalisieren (Vgl. vorheriges Kapitel: Weblogs und die Fokussierung von Aufmerksamkeit).

Technisch unterstützt werden die sozialen Netzwerke von Weblogs und damit die Herausbildung umfassenderer Öffentlichkeiten zum einen durch dezentrale Mechanismen der Verknüpfung, also Hyperlinks, Trackbacks und die RSS-Technologie. Zum anderen

⁷⁸¹ Vgl. GRANOVETTER, M. (1973): The strength of weak ties. In: American Journal of Sociology, 78, 1973, S. 1360-1380 nach KRAUSS, S. (2008), In: Zerfaß, A./ Welker, M./ Schmidt, J. [Hrsg.] (2008), Bd. 1, S. 329

⁷⁸² Sozialkapital ist nach Schmidt als „Möglichkeit eines Akteurs [zu verstehen] (...), aufgrund seiner Position in einem sozialen Beziehungsgeflecht bestimmte Ressourcen zu mobilisieren“. SCHMIDT, J. (2006a), S. 52

⁷⁸³ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 53

⁷⁸⁴ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 54. Schmidt verweist darauf, dass zahlreiche kommunikationswissenschaftliche Forschungsarbeiten zu Agenda Setting und Meinungsführerschaft belegen, dass die interpersonale Kommunikation in sozialen Netzwerken einen wichtigen Einfluss darauf hat, wie sich Meinungen bilden und verbreiten. Überblicke dazu bieten z.B. Rössler, A. (1997), In: Münkler, S./ Roesler, A. [Hrsg.] (1997), S. 171-192

⁷⁸⁵ Vgl. Ebd.

⁷⁸⁶ SCHMIDT, J. (2006a), S. 53

gibt es auch zentrale Weblog-Dienste, die die Vernetzung von Weblogs auf einer höheren Ebene beeinflussen und insgesamt zur Strukturierung von Weblog-Öffentlichkeiten beitragen. Wesentlich ist hierbei die Ping-Technologie, welche – wie weiter oben bereits beschrieben – dazu dient, dass Aktualisierungen im jeweiligen Weblog sofort bekannt gemacht werden. Dies funktioniert dadurch, dass die meisten Weblog-Systeme bei der Veröffentlichung eines neuen Eintrags im Blog automatisch eine kurze Benachrichtigung mit entsprechenden Informationen die Aktualisierung betreffend, an Weblog-Dienste wie zum Beispiel Technorati schicken. Dort wird die Aktualisierung bzw. der Artikel automatisch registriert und sowohl thematisch als auch in Bezug auf die Anzahl der Verweise in den Einträgen aufbereitet. Damit werden zum einen alle im Weblog-Dienst registrierten Weblogs nach entsprechenden Inhalten und Themen durchsuchbar. Für jeden Weblog-Nutzer ist es somit möglich, andere Weblogs zu finden, die sich mit dem interessierenden Thema oder Ereignis auseinandersetzen. Anschlusskommunikation wird dadurch wiederum begünstigt. Zum anderen stellen Weblog-Dienste wie Technorati, aber auch reguläre Weblog-Hosts wie WordPress oder Blog.de, eine Liste jener Begriffe bereit, nach denen aktuell am häufigsten gesucht wird. In der Regel gibt es auch eine Graphik, die anzeigt welche Themen gerade besonders interessieren und aktuell in Weblogs diskutiert werden. Je häufiger ein Thema in Weblog-Einträgen registriert wird, desto größer ist die graphische Darstellung des jeweiligen Themas. Die dargestellten Begriffe verweisen dann auf die entsprechenden Weblog-Einträge, in denen das jeweilige Thema behandelt wird. Die auf diese Weise stattfindende Aggregation ermöglicht es Weblog-Nutzern sich darüber zu informieren, welche Themen in der Blogosphäre gerade besonders brisant sind bzw. worüber gerade intensiv diskutiert wird. Dadurch wird sowohl die Strukturierung als auch die Kohärenz von Weblog-Öffentlichkeiten beeinflusst.⁷⁸⁷ Weblog-Dienste oder Blog-Anbieter arbeiten zudem mit Ranglisten, so dass sowohl besonders populäre Themen als auch besonders prominente Weblogs in den Vordergrund gestellt werden. Die Rangfolge resultiert aus der Vernetzungsintensität von Weblogs und ihren Beiträgen. Technorati beispielsweise zählt die Links, die auf ein Weblog verweisen, und fasst diese zu einem „Autoritäts“-Grad zusammen. Suchergebnisse im Rahmen solcher Weblog-Dienste können damit nicht nur nach der Aktualität der Beiträge sortiert werden, sondern auch nach der „Autorität“ des Blogs. In letzterem Fall würde jener Beitrag eines Weblogs an erster Stelle stehen, der am häufigsten von anderen verlinkt wurde. Setzt man „Autorität“ als Filter ein, können Weblogs die wenige Links aufweisen, von vorn herein ausgeblendet werden. Diese Ausführungen machen deutlich, dass in der Blogosphäre sowohl zentrale als auch dezentrale Mechanismen zur Verknüpfung der einzelnen Kommunikationsepi-

⁷⁸⁷ Vgl. KATZENBACH, C. (2008), S. 123

den in Weblogs zu verorten sind, die zur Herstellung von größeren und weit komplexeren Kommunikationszusammenhängen führen und somit über einfache Öffentlichkeiten, wie sie um einzelne Weblogs herum entstehen, hinausreichen. Dadurch ergeben sich spezifische Strukturen, die in einem globalen Rahmen, die Aufmerksamkeit in der Blogosphäre auf bestimmte Weise kanalisieren und letztlich auch Auswirkungen auf die Präsenz von einzelnen Weblogs haben: „Durch das Zusammenspiel von sozialen Beziehungen und technischen Prinzipien, welches u.a. in den gängigen Publikations- und Vernetzungsregeln zum Ausdruck kommt, wird eine hypertextuelle Struktur erzeugt, die manche Inhalte leichter zugänglich macht als andere“⁷⁸⁸.

Unter Bezugnahme auf die mittlerweile zahlreichen netzwerkanalytischen Untersuchungen kann von einer Makroperspektive aus betrachtet, die Morphologie (also die allgemeinen Strukturen) der Blogosphäre dargelegt werden, um diese Kapitel abschließend, Erkenntnisse über das Gesamtnetzwerk bereitzustellen.

Die strukturelle Beschaffenheit der Blogosphäre

Die Verlinkungsstrukturen der Blogosphäre wurden in den letzten Jahren, v.a. in quantitativer Hinsicht, umfassend untersucht. Hierbei lassen sich bestimmte netzwerktypische Muster erkennen, die großen Einfluss auf die Auffindbarkeit einzelner Weblogs und die Aufmerksamkeitsverteilung unter Weblogs generell haben.

Wie für viele soziale und physikalische Netzwerke generell nachgewiesen⁷⁸⁹, folgt auch die Aufmerksamkeitsverteilung in der Blogosphäre dem so genannten „power law“ (dt. Potenzgesetz)⁷⁹⁰. In der Blogosphäre kommt eine solche Power-Law-Verteilungen dadurch zum Ausdruck, dass eine relativ kleine Anzahl von Weblogs, die so genannten „A-List-Blogs“, eine große Zahl an eingehenden Links aufweisen, die überwiegende Mehrheit aber, eine nur sehr geringe Anzahl besitzt.⁷⁹¹ Diese Verteilungsstruktur lässt sich nicht nur global gesehen für die Blogosphäre feststellen, sondern wurde auch für einzelne Weblog-Gemeinschaften untersucht.⁷⁹² Zusätzlich zu dieser ungleichen Vertei-

⁷⁸⁸ Vgl. FISCHER, E. (2008), S. 31

⁷⁸⁹ Vgl. dazu BARABASI, A. (2002): *Linked: The new science of networks*. Cambridge, MA: Perseus Publishing. Siehe auch BARABASI, A. (2003): *Linked. How everything is connected to everything else and what it means for business, science, and everyday life*. New York: Plume. Nach SCHMIDT (2006a), S. 55 und KATZENBACH (2008), S. 129

⁷⁹⁰ Das *Power law* beschreibt, dass eine Verteilung einem exponentiellen Wachstum folgt. Power-Law-Verteilungen sind dadurch charakterisiert, dass nur einzelne, sehr wenige Knoten, über eine Vielzahl an Verbindungen zu anderen Knoten verfügen und die meisten Knoten wenige oder gar keine Verbindungen aufweisen. Barabasi konnte das auch für Webseiten aufzeigen. Die quantitative Verteilung der Knoten nach ihrer Größe folgt somit im Internet nicht nach der Gaußschen „Normal-Verteilung“ mit vielen mittleren Knoten und wenigen großen und kleinen Knoten, sondern vielmehr dem Potenzgesetz. Nachdem Barabasi diese Entwicklungstendenzen für Webseiten empirisch nachweisen konnte, bezeichnet er das Internet als skalenfreies und offenes Netzwerk. Vgl. BARABASI, A./BONABEAU, E. (2004): *Skalenfreie Netze*. In: Bieber, C./Leggwie, C. [Hrsg.]: *Interaktivität. Ein interdisziplinärer Schlüsselbegriff*. S. 15-27 oder BARABASI (2003); Vgl. zur Darstellung auch SCHMIDT, J. (2006a), S. 55, KATZENBACH, C. (2008), S. 129; BUCHER, H.J. (2007), In: OBST, Heft 72, S. 17

⁷⁹¹ Clay Shirky z.B. hat diese Verteilung für Weblogs anhand von knapp 500 „A-List-Blogs“ aufzeigen können. Vgl. dazu SHIRKY, C. (2003): *Power laws, weblogs, and inequality*; MARLOW, C. (2004) oder auch TRICAS, F./RUIZ, V./MERELO, J. (2003): *Do we live in a small world? Measuring the Spanish-speaking blogosphere*. In: Burg, T. N. [Hrsg.] (2003)

lung kommt ein Mechanismus zum Tragen, der als „preferential attachment“⁷⁹³ bezeichnet wird und nachdem die Wahrscheinlichkeit, dass – nach dem Prinzip von „the richer get rich“⁷⁹⁴ – Weblogs, die bereits sehr stark verknüpft sind, auch weitere Verlinkungen auf sich ziehen, wesentlich höher ist.: „Weil die zentralen Knoten nicht jedes der auf sie verweisenden Weblogs mit einem reziproken Link bedenken, entsteht eine Netzwerkstruktur, die durch wenige zentrale Knoten mit einer hohen Zahl eingehender Links und viele Knoten mit relativ wenigen Verbindungen (so genannten long tails) gekennzeichnet ist“⁷⁹⁵ Die Aufmerksamkeit in der Blogosphäre (bzw. den Blogosphären) ist somit auf wenige etablierte Blogs wie z.B. Meta-Blogs, Community-Blogs oder populäre Individual-Blogs fokussiert, die zugleich immer mehr Aufmerksamkeit auf sich ziehen und zunehmend einflussreicher werden. Die amerikanischen Politikwissenschaftler Drezner/Farell beschreiben diese im Zentrum stehenden und besonders sichtbaren Weblogs als „focal points“, also Weblogs, denen aufgrund ihrer hohen Linkdichte eine vergleichbar große Aufmerksamkeit geschenkt wird und die auch dementsprechend viele Leser haben. Am Beispiel von politisch-journalistischen Weblogs zeigten die Autoren, dass solche „focal point-Blogs“ sowohl für andere Weblogs als auch für die Massenmedien als Referenzpunkt für bestimmte Debatten oder die Blogosphäre allgemein dienen.⁷⁹⁶ Sie gehen davon aus, dass die Interaktion mit diesen Blogs vor allem auch für kleinere Weblogs attraktiv ist, weil sich für diese damit wiederum die Chance erhöht, dass wenn ein solcher zentraler Punkt im Gegenzug auf sie verweist, sie auch selbst wiederum sichtbarer werden und mehr Leser erhalten: „This may lead to a self-enforcing equilibrium in which readers coordinate on focal points, because they know that they will find links to many interesting stories, and bloggers will seek to interest focal point blogs in their stories, because they know that they are likely to find more readers if they are successful“⁷⁹⁷. Die Autoren Herring et al kommen allerdings zu einem anderen Ergebnis. Sie untersuchten die Link-Strukturen von etwa 5500 Weblogs, darunter auch zahlreiche „A-List-Blogs“ und fanden heraus, dass zwar normale Blogs häufig auf diese prominenten Blogs linkten, aber nur in seltenen Fällen einen Link von diesen zurück erhielten.⁷⁹⁸ Während sich normale Blogger, mit deutlich weniger Verbindungen zu anderen Weblogs durchaus an die informelle Regel, einen eingehenden

⁷⁹² Siehe z.B. SCHMIDT, J. (2008): Zu Form und Bestimmungsfaktoren weblogbasierter Netzwerke. Das Beispiel today-net. In: Stegbauer, C./Jäckel, M. (Hrsg.): Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken: Beispiel aus dem Bereich „Social Software“. Wiesbaden: VS Verlag. S. 167-188

⁷⁹³ Vgl. BARABASI, A. (2002) nach SCHMIDT, J. (2006a), S. 56f. Herring et. al konnten die Tendenz eines „preferential attachment“ auch für die US-amerikanische Blogosphäre feststellen. Vgl. HERRING, S./ KOUPEL, I./ PAOILLIO, J.C./ SCHEIDT, L.A./ TRYWORTH, P. W./ WELSH, P./WRIGHT, E./YU, N. (2005): Conversations in the Blogosphere. An Analysis “From the bottom up”. S. 10

⁷⁹⁴ SHIRKY, C. (2003)

⁷⁹⁵ SCHMIDT, J. (2006a), S. 57

⁷⁹⁶ Vgl. DREZNER, D.W/ FARELL, H. (2004)

⁷⁹⁷ Ebd., S. 13

⁷⁹⁸ Vgl. HERRING, S.C./KOUPEL, I./PAOILLIO, J.C./SCHEIDT et al. (2005), S. 10

Link auch durch einen Link in die Gegenrichtung zu honorieren, hielten, verlinkten „A-List-Blogger“ sich eher nur untereinander wechselseitig. Dies deutet darauf hin, dass die Beziehung zwischen normalen und prominenten Weblogs eher einseitig ist und kaum Interaktion zwischen diesen stattfindet.

Aufgrund dieser Power-Law-Verteilung als strukturelles Merkmal umfassenderer Weblog-Öffentlichkeiten, kann davon ausgegangen werden, dass die Blogosphäre an sich, kein homogenes und egalitäres Gebilde darstellt, sondern vielmehr in Teilnetzwerke aufgeteilt ist, in denen jeweils spezifische Kommunikationsbeziehungen bestehen⁷⁹⁹, die zum Teil hierarchisch strukturiert sind. Die strukturell bedingte ungleiche Aufmerksamkeitsverteilung in der Blogosphäre wird durch eine eindeutige Fokussierung auf prominente und leserstarke Weblogs sowohl von zahlreichen wissenschaftlichen Analysen, als auch der journalistischen Berichterstattung zusätzlich verstärkt.⁸⁰⁰ Betrachtet man nun die Blogosphäre in ihrer strukturellen Gesamtheit, muss man feststellen, dass der kommunikative Zugang – anders als auf der Ebene einzelner Weblogs und deren einfachen Öffentlichkeiten (siehe Kapitel 4.2.2.2.) – durchaus nicht für alle Beteiligten in gleicher Weise gegeben ist. Denn auf Meso- und Makroebene kann „Zugang“ nicht ausschließlich als mögliche Veröffentlichung von Inhalten definiert werden – der zwar zweifellos gegeben ist – sondern muss auch den tatsächlichen Zugang zu Debatten und der dafür notwendigen Aufmerksamkeit miteinschließen.⁸⁰¹ Und dieser ist im Rahmen der Blogosphäre als umspannendes Kommunikationsnetz scheinbar nur bedingt und vor allem, indem ein gewisses Maß an Sichtbarkeit und Bekanntheit notwendig ist, nicht voraussetzungslos gegeben. Die ungleichmäßige Aufmerksamkeitsverteilung führt dazu, dass eine gewisse Machtstruktur innerhalb der Blogosphäre sichtbar wird. Auf der Basis von Verlinkungsmechanismen, wird „ein dezentrales und asymmetrisches Netz geschaffen, das Weblogs mit einem hohen Bekanntheitsgrad stärker einbindet, als Weblogs an der Peripherie der Blogosphäre.“⁸⁰² Einhergehen damit zum Teil unintendierte Praktiken der Inklusion und Exklusion, denn während etablierte Weblogs immer stärker durch neu hinzukommende weiter inkludiert werden, bleiben unbekanntere, kaum sichtbare Weblogs eher am Rande und haben kaum Einfluss auf den Informationsfluss in der Blogosphäre. Das führt insgesamt dazu, dass einige wenige Weblogs durch ihre hohe Präsenz innerhalb des weblogbasierten Kommunikationsraumes, deut-

⁷⁹⁹ Herring et al. stellen anhand einer statistisch-quantitativen Verlinkungsanalyse an einem künstlich erstellten Weblog-Sample von 5500 Blogs fest, dass A-List Blogs, die aus einer quantitative Linkanalyse verschiedener Blog-Suchmaschinen als prominente Akteure der Blogosphäre ermittelt wurden, untereinander stärker – auch wechselseitig – sind als andere Blogs und zudem auch deutlich häufiger zu ihnen verlinkt wird. Die Gruppe der A-List-Blogger weist somit andere Netzwerkeigenschaften auf als die Gruppe der weniger verlinkten Blogger. Ihre Zentralität und Erreichbarkeit im in der Blogosphäre ist also deutlich stärker ausgeprägt. Vgl. HERRING, S.C./KOUPEL, I./PAOLILLIO, J.C./SCHEIDT et al. (2005), S. 9f.

⁸⁰⁰ Vgl. NEUBERGER, C. (2007b), In: Diemand, V./ Mangold, M./ Weibel, P. [Hrsg.] (2007), S. 126

⁸⁰¹ Vgl. KATZENBACH, C. (2008), S. 134

⁸⁰² FRANZ, J. (2005) In: Antroutsopoulos, J./ Runkehl, J./ Schlobinski, P./ Siever, T. [Hrsg.] (2007), S.7

lich mehr Meinungsmacht besitzen als die Mehrheit der Weblog-Autoren. Denn aufgrund ihrer Zentralität und hohen Sichtbarkeit sind es gerade die „focal-point-Blogs“, die ein deutlich größeres Potential besitzen, Themen und Debatten in die Massenmedien einzuspeisen und damit in einem größeren öffentlichen Rahmen zu verhandeln.

Im Rahmen großer Weblog-Öffentlichkeiten werden somit strukturelle Ausschlussmechanismen erkennbar, die den weitgehend gleichberechtigten Charakter einfacher Weblog-Öffentlichkeiten ein wenig in den Schatten stellen. In Bezug auf die drei weiter oben dargestellten von Klaus vorgeschlagenen Dimensionen zur Differenzierung der unterschiedlichen Öffentlichkeitsformen (also Kommunikatorrolle, Beziehung zwischen Kommunikator und Publikum sowie Funktion), ergibt sich nun folgende Spezifik für umfassende Weblog-Öffentlichkeiten: Da der Zugang zu Aufmerksamkeit und die Möglichkeit Themen und Meinungen zu kommunizieren im Rahmen der Blogosphäre aufgrund strukturelle Mechanismen der Beschränkung nicht für alle Blogger gleich verteilt sind und in erster Linie stark vom Bekanntheitsgrad des jeweiligen Weblogs abhängt, ist die Kommunikatorrolle in übergreifenden Weblog-Öffentlichkeiten eher mit jenen von Veranstaltungsöffentlichkeiten vergleichbar, wo die Sprecherrolle zwar prinzipiell austauschbar, aber immer an bestimmte Kompetenzen geknüpft ist. In der Blogosphäre ist es vor allem die Vernetzungsintensität eines Blogs, also die Frage, wie viele Links es auf sich zieht, welche ausschlaggebend dafür ist, ob der Blogger im großen Kommunikationszusammenhang der Blogosphäre Inhalte vermitteln und Themen setzen kann. In Hinblick auf die Rollendifferenzierung in der Blogosphäre lassen sich ebenfalls eher Gemeinsamkeiten mit Veranstaltungsöffentlichkeiten feststellen: Wenn man nicht nur auf der Ebene des einzelnen Weblogs zwischen Autor und Leser unterscheidet, sondern auf der übergeordneten Ebene übergreifender Weblog-Öffentlichkeiten zwischen besonders sichtbaren und einflussreichen Weblogs auf der einen und weniger sichtbaren, kaum verlinkten Weblogs auf der anderen Seite differenziert⁸⁰³, lässt sich die Beziehung zwischen diesen weder als gleichberechtigt wie im Fall von einfachen Öffentlichkeiten, aber auch nicht als indirekt und einseitig beschreiben wie im Fall der Massenmedien. Die Beschreibung „direkt, bei gleichzeitiger Rollendifferenzierung“⁸⁰⁴, wie sie Katzenbach für die Blogosphäre trifft, erscheint am besten geeignet. In Bezug auf die dritte Dimension der Funktionen von Öffentlichkeiten, sind für die Blogosphäre Ähnlichkeiten zur massenmedialen Öffentlichkeit erkennbar. Denn wie weiter oben deutlich wurde (siehe Abschnitt: Strukturelle Beschaffenheit der Blogosphäre) werden in der Blogosphäre zentrale und dezentrale Mechanismen wirksam, die die Aufmerksamkeit der Nutzer lenken, indem sie bestimmten Themen und Perspektiven

⁸⁰³ Vgl. KATZENBACH, C. (2008), S. 134

⁸⁰⁴ KATZENBACH, C. (2008), S. 134

Relevanz zuschreiben. Außerdem übernehmen Weblogs als partizipative Formen der Vermittlung (siehe Abschnitt: Weblogs als partizipative Vermittlungsformen), wichtige Vermittlungsleistungen im Rahmen der computervermittelten Kommunikation im Internet. Und auch der mediale Charakter, also die permanente Verfügbarkeit der produzierten und kommunizierten Inhalte in Weblogs, welche in entscheidendem Maß Anschlusskommunikation begünstigt, macht umfassende Weblog-Öffentlichkeiten mit jenen der Massenmedien vergleichbar.

Neben einer Hierarchisierung im Rahmen umfassender Weblog-Öffentlichkeiten⁸⁰⁵ ist allerdings noch eine weitere Tendenz zu beobachten, bei welcher der soziale Netzwerkcharakter der Blogosphäre eine wesentliche Rolle spielt und durch welche, der Einfluss auf Kommunikationsflüsse innerhalb der Blogosphäre oder in massenmediale Umgebungen nicht allein auf besonders prominente einzelne Weblogs mit einem hohen sozialen Kapital beschränkt ist. Wie bereits angedeutet kann auch durch ein gemeinsames Interesse für ein bestimmtes Thema oder zu einem spezifischen Themenbereich in vielen verschiedenen Weblogs, Aufmerksamkeit in einem größeren Rahmen generiert werden und zwar durch die Entstehung von Weblog-Formationen entlang von bestimmten Themen oder zum Beispiel auch politischen Einstellungen.⁸⁰⁶ „Die Netzwerke der Blogosphäre, die aus einer Vielzahl von Verlinkungen und schwachen Beziehungen bestehen, konstituieren Teilöffentlichkeiten unterschiedlicher Reichweite, in denen bestimmte Themen publiziert und diskutiert werden. Durch die wechselseitige kommunikative Bezugnahme von verschiedenen Beiträgen und Kommentaren über verschiedene Weblogs hinweg entstehen verteilte Konversationen ‚distributed conversations‘“⁸⁰⁷. Auf diese Weise wirken neben den globalen strukturellen Mechanismen der Zuschreibung von Relevanz vor allem individuelle und gemeinschaftliche Mechanismen, die auf die sozialen Netzwerke der Nutzer verweisen. Diese Cluster-Bildung führt zu einer Verknüpfung von einfachen Weblog-Öffentlichkeiten einzelner, weniger sichtbarer Weblogs, in denen sich Nutzer entlang von individuellen Relevanzkriterien über Welt und Alltag austauschen, zum einen mit umfassenden Weblog-Öffentlichkeiten, in denen die Aufmerksamkeit und Relevanzzuschreibung aufgrund des Power Laws er-

⁸⁰⁵ Bucher spricht beispielsweise von einer „Zwei-Klassen-Gesellschaft“ in der Blogosphäre, da in Hinblick auf das Sozialkapital, große Unterschiede zwischen Weblogs bestehen. Vgl. BUCHER, H.J. (2007), In: OBST, S. 19

⁸⁰⁶ Adamic/Lance konnten solche Cluster entlang parteipolitischer Präferenzen für die US-amerikanische Blogosphäre feststellen. Im US-Präsidentenwahlkampf 2004 untersuchten die Autoren die Verlinkungsstrukturen von knapp 1500 politischen Weblogs mit dem Ziel den Grad der Interaktion zwischen diesen heraus zu stellen. Die Autoren haben dabei ein demokratisches und ein republikanisches Cluster, sowohl für prominente „A-List-Blogs“ als auch für wenig populäre normale politische Weblogs identifiziert und dabei auch wenig Interaktion zwischen diesen festgestellt: „In our study we witnessed a divided blogosphere: liberals and conservatives linking primarily within their separate communities, with far fewer cross-links exchanged between them. This division extended into their discussions, with liberal and conservative blogs focusing on different news articles“, topics, and political figures. ADEMIC, L./ GLANCE, N. (2005), S. 14. Auch Herring et al. konnten im Rahmen ihrer quantitativen Linkanalyse Weblog-Formationen nachweisen, die untereinander stark verlinkt sind, aber nur wenige Verweise nach außen setzen: „[...] we observe textual interaction between some blog pairs, involving reciprocal verbal exchange. HERRING, KOUPER/PAOLILLO/SCHIEDT (2005), S. 10

⁸⁰⁷ SCHMIDT, J. (2006a), S. 57

folgt, zu anderen auch mit massenmedialen Öffentlichkeiten. Solche themenspezifischen netzwerkartigen Konversationen über einzelne Weblogs hinweg, können auch auf andere Medien interpersonaler Kommunikation (z.B. E-Mail oder Direct Messeging) oder andere Online-Formate übergreifen⁸⁰⁸, indem zum Beispiel Debatten dort fortgesetzt oder bestimmte Aspekte aufgegriffen und in einem neuen Kontext behandelt werden.

3.2.4.4. Verhältnis zwischen weblogbasierten und massenmedialen Öffentlichkeiten

Wesentlich im Rahmen dieser Analyse der demokratischen Potentiale von Weblogs und ihren Öffentlichkeiten erscheint nun die Frage, ob und in welchem Umfang Weblogs und die beschriebenen Mechanismen der Lenkung von Aufmerksamkeit und Zuschreibung von Relevanz im Rahmen größerer Kommunikationszusammenhänge, tatsächlich dazu führen, dass Themen, Sichtweisen oder Meinungen aus einfachen Weblog-Öffentlichkeiten in die massenmedialen Öffentlichkeitsumgebungen übergeführt und damit von „unten“ in den öffentlichen Diskurs eingespeist werden können. Dies ist insofern von besonderem Interesse als sich laut Habermas „kommunikative Macht“, die sich ihm zufolge ja durch eine Vielfalt von kleinen autonomen Teilöffentlichkeiten konstituiert, welche wiederum aus dem Mikrobereich der lebensweltlichen Alltagspraxis entstehen, nur entfalten kann, wenn es möglich ist, dass die von diesen autonomen Öffentlichkeiten identifizierten Probleme und Konflikte, die notwendige Aufmerksamkeit bzw. einen entsprechenden öffentlichen Druck generieren, um vom politischen System wahrgenommen und bearbeitet werden zu müssen.

Die bisherigen Darstellungen legen die Vermutung nahe, dass Weblog-Öffentlichkeiten durchaus in der Lage sind, die Rolle als „Impulsgeber“ bzw. als „Resonanzraum“ für gesellschaftliche und individuelle Problemlagen, die Habermas den autonomen Öffentlichkeiten im Rahmen der allgemeinen politischen Öffentlichkeit zuschreibt, zu erfüllen. Indem sie funktional vor allem die Auseinandersetzung mit dem individuellen Lebensumfeld und die Integration gesellschaftlicher Probleme in den Alltag leisten, sind Weblogs ein ideales Forum für die Problemwahrnehmung gemeinschaftlicher Belange und deren Thematisierung, das zum einen viele Gemeinsamkeiten mit einfachen Encounter-Öffentlichkeiten aufweist, zum anderen aber auch Anschlusskommunikation ermöglicht, so dass einzelne Episoden in größere Kommunikationszusammenhänge gebracht werden können und Aufmerksamkeit für bestimmte Themen und Debatten erzeugt werden kann.

⁸⁰⁸ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 57f.

Allerdings wäre es utopisch zu glauben, dass Weblogs bzw. deren Öffentlichkeiten allein in der Lage wären, größere politische Debatten anzuregen oder gar Entscheidungen zu beeinflussen. Viel wahrscheinlicher und auch wünschenswerter wäre eine intermediäre Beziehung zwischen Weblog-Öffentlichkeiten und jener der Massenmedien, die gemeinsam einen Diskurs zu besonders brisanten gesellschaftliche Themen und Problemen aufspannen und somit durchaus Druck auf das politische System ausüben bzw. eine politische Auseinandersetzung anregen können. Indem einfache Öffentlichkeiten im Internet auf einer Plattform mit den Online-Angeboten der Medieninstitutionen agieren und Weblogs Mechanismen der gegenseitigen Bezugnahme in einfachen Öffentlichkeiten sowie die Aggregation von Themen und Meinungen zur Verfügung stellen, können Themen unter bestimmten Umständen sehr schnell in massenmediale Umgebungen wandern und in diese hineinwirken. In die andere Richtung ist die massenmediale Berichterstattung sehr häufig der Anstoß für Diskussionen in der Blogosphäre. Die Autoren Bowman/Willis verorten in diesem Zusammenhang eine Entwicklungstendenz hin zur Entstehung eines neuen Öffentlichkeitssystems, in dem sich der redaktionell-professionelle Journalismus und die partizipativen Formen im Internet ergänzen.⁸⁰⁹ In diesem Sinn gilt es einen kurzen Blick auf den Zusammenhang von weblogbasierten und massenmedialen Öffentlichkeiten und auf bereits feststellbare Prozesse eines Internet-Media-Agenda-Settings bzw. auf sogenannte „Spill-Over-Effekte“ zu werfen.

Die Auswahl der Themen, welche gesellschaftlich relevant sind und daher einer öffentlichen Auseinandersetzung unterzogen werden sollen, ist eine klassisch journalistische Aufgabe und war im Rahmen einer medialen und öffentlichen Thematisierung und Verbreitung von als gesellschaftlich relevant interpretierten Sachverhalten und Meinungen bisher auch nur für Journalisten möglich. Mit anderen Internet-Diensten und im Besonderen mit Weblogs wurde nun „das Eintreten von individuellen und gemeinschaftlichen Weltdeutungen und Meinungen in den öffentlichen medialen Raum ermöglicht“⁸¹⁰. Der ausschließende Zugang zur medialen Öffentlichkeit sowie deren Organisation, der bisher in erster Linie Journalisten oblag, geht damit weitgehend verloren. Das führt dazu, dass ein großer Teil der medialen Produkte, die uns tagtäglich im Internet begegnen, nicht mehr die Routinen und Strukturen der professionellen journalistischen Medienproduktion durchlaufen haben, sondern immer häufiger Ausdruck individueller Meinungen und Perspektiven sind: „Mögliche Interpretationen eines gesellschaftlichen Themas erfahren Internet-Nutzer nicht nur durch Journalisten und ihr direktes Umfeld, sondern auch durch andere Blogger und Internet-Nutzer“⁸¹¹. Da Weblogs die Vernetzung von

⁸⁰⁹ Vgl. BOWMAN, S./ WILLIS, C. (2003), S. 9

⁸¹⁰ KATZENBACH, C. (2008), S. 113

⁸¹¹ KATZENBACH, C. (2008), S. 114

einzelnen Kommunikationsepisoden in entscheidender Weise unterstützen und flüchtige Öffentlichkeiten permanent werden, können Debatten in unterschiedlichen medialen Kontexten weitergeführt werden. Die Chancen zur Anschlusskommunikation steigen damit in beide Richtungen. Einerseits lässt sich beobachten, dass Weblogs als eine Art „Resonanzraum der Massenmedien“⁸¹² bzw. als „echo chamber“⁸¹³ fungieren, wenn massenmedial hergestellte Meinungen und Informationen aufgegriffen und verstärkt werden. Für einen großen Anteil der vor allem politisch orientierten Weblog-Autoren ist die Berichterstattung in den Massenmedien ein entscheidender Input für die eigene Themenverarbeitung.⁸¹⁴ Andererseits können Weblogs auch als „vormedialer Raum“ der Massenmedien fungieren, in dem Meinungen und alternative Perspektiven von Einzelpersonen oder einer Weblog-Community artikuliert und diskutiert werden, die unter gewissen Umständen von den traditionellen Massenmedien aufgegriffen werden.⁸¹⁵ Die große Stärke von Weblogs bzw. der Blogosphäre in Hinblick auf die Möglichkeit der Themensetzung auf die öffentliche massenmediale Agenda („Inter-Weblog Agenda Setting“⁸¹⁶) kommt vor allem dann zum Ausdruck, wenn sich die Inhalte im Resonanzraum der Blogosphäre aufschaukeln. Indem sich beispielsweise thematische Schwerpunkte in Weblogs bilden, so dass sich Diskussionen wie eine Art „Schneeball“, der zu einer „Lawine“ werden kann, entwickeln.⁸¹⁷ Sind Weblogs aufgrund eines gemeinsamen Themeninteresses untereinander stark verlinkt, erreichen sie ein hohes Ranking in Suchmaschinen wie Google und verstärken ihre Sichtbarkeit im Internet, so dass sich die Wahrscheinlichkeit von recherchierenden Journalisten entdeckt zu werden, deutlich erhöht. Dass Themenkarrieren, die ihren Ausgangspunkt in einfachen Weblog-Öffentlichkeiten nehmen, in jene der Massenmedien überlaufen ist von zentraler Bedeutung, da davon auszugehen ist, dass reale politische Effekte nur erzielt werden können, wenn Perspektiven, die in Blogs artikuliert werden, eine Reaktion der etablierten Medien hervorrufen und damit durch das Zusammenspiel von Weblog-Öffentlichkeiten und jenen der Massenmedien ein öffentlicher Druck erzeugt wird, der politische oder wirtschaftliche Entscheidungsträger zu entsprechenden Handlungen zwingt.

⁸¹² Vgl. NEUBERGER, C. (2007b): DIEMAND, V./ MANGOLD, M./ WEIBEL, P. [Hrsg.] (2007), S. 128 oder auch LENHART, A./ FOX, S. (2006), S.9. Die Studienautoren fanden im Rahmen ihrer Untersuchung von US-amerikanischen Bloggern heraus, dass die Mehrheit (55 Prozent) der befragten Weblog-Autoren die Berichterstattung in den Massenmedien als Bezugspunkt für die eigene Themenverarbeitung nutzen.

⁸¹³ WALLSTEN, K. (2005), S. 4

⁸¹⁴ Vgl. z.B. CORNFIELD, M./ CARSON, J./ KALIS, A./ SIMON, E. (2004)

⁸¹⁵ Vgl. THIMM, C./ BERLINECKE, S. (2007): Mehr Öffentlichkeit für unterdrückte Themen? Chancen und Grenzen von Weblogs. In: Pöttker, H./Schulzi-Haddouti, C. [Hrsg.] (2007): Vergessen? Verschwiegen? Verdrängt? S. 94

⁸¹⁶ HAAS, T. (2005): From „Public Journalism“ to the „Public’s Journalism“? Rhetoric and reality in the discourse on weblogs. In: Journalism Studies, 6. Jg., Heft 3, S. 387 - 396

⁸¹⁷ THIMM, C./ BERLINECKE, S. (2007) In: Pöttker, H./Schulzi-Haddouti, C. [Hrsg.] (2007), S. 93; siehe auch WOLFF, P. (2006): Die Macht der Blogs. S. 4

Empirische Untersuchungen und theoretische Auseinandersetzungen zu Weblogs und Agenda-Setting liegen nach wie vor nur vereinzelt vor.⁸¹⁸ Es soll daher hier nur ein kurzer Blick auf die in der Literatur auffindbaren Hinweise auf jene Fälle erfolgen, in denen Themen aus Weblogs in die massenmediale Öffentlichkeitsarena übergelaufen sind und ein Zusammenspiel von Weblogs und traditionellen Medien zu beobachten war.

An der Spitze in Bezug auf untersuchte Fälle, in denen die Kommunikation in Weblogs reale politische Effekte erzielt haben, liegt nach wie vor die USA, wo einige Weblog-Autoren eine beachtliche Prominenz gewonnen haben und zu einer nicht zu unterschätzenden medialen Einflussgröße geworden sind, die sowohl von Politikern und Unternehmen als auch den klassischen Massenmedien durchaus ernst genommen wird. In den USA war es vor allem die politische Kontroverse um den ehemaligen republikanischen Senator Trent Lott Ende 2002, welche die Öffentlichkeitswirksamkeit und den Einfluss von Weblogs auf die politische Kommunikation erstmals besonders eindrucksvoll demonstrierte und bis heute in der Literatur immer wieder als Paradebeispiel für ein durch Weblogs forciertes Agenda-Setting genannt wird. Lott, zur damaligen Zeit Mehrheitsführer im US-amerikanischen Senat, hatte sich in einer Ansprache anlässlich des hundertsten Geburtstags seines Kollegen Strom Thurmond, welcher in den 40er Jahren als republikanischer Präsidentschaftskandidat antrat, besonders positiv über dessen Programmlinie geäußert, die allerdings auch die Aufrechterhaltung der Rassentrennung beinhaltete. Indem er außerdem deutlich machte, es würde dem Land heute durchaus besser gehen, wäre Thurmond damals als Sieger hervorgegangen, schien er die Segregation zwischen schwarzen und weißen Bürgern zu befürworten. Erstaunlicherweise wurde das fragwürdige Statement in den darauffolgenden Tagen von keinem der einflussreichen Massenmedien ernsthaft thematisiert. Nur „ABC News“ berichtete im Rahmen seiner Berichterstattung über Thurmonds Geburtstag kurz über die Bemerkung Lotts. In der Zwischenzeit wurden allerdings einige Blogger unabhängig voneinander darauf aufmerksam und es setzte in zahlreichen leserstarken Weblogs eine breite Diskussion über die vermeintlich rassistischen Bemerkungen Lotts, wie auch über die Teilnahmslosigkeit und Ignoranz der Massenmedien in dieser Angelegenheit ein, an der sich alle Seiten des politischen Spektrums beteiligten.⁸¹⁹ Durch genauere Recherchen einiger Blogger kam nach und nach weiteres Material über Lotts Vergangenheit zu Tage, das den Politiker zusätzlich belastete und zu expliziten, immer lauter werdenden Rücktrittsaufforderungen aus der Blogosphäre führte, so dass das Thema

⁸¹⁸ Für einen zusammenfassenden Überblick von Beispielen aus in USA in denen eine Beziehung zwischen der Themen-
setzung in Weblogs und der Berichterstattung der Massenmedien feststellbar ist vgl. TREMAYNE, M. (2007), In: Ders.
[Hrsg.] (2007), S. ix-xix

⁸¹⁹ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 135

von Print- und TV-Medien erneut aufgegriffen wurde.⁸²⁰ Trotzdem sich Lott mehrmals offiziell entschuldigte, war der öffentliche Druck so groß, dass sein Rücktritt zwei Wochen später nicht mehr zu verhindern war.⁸²¹ Ein Blick auf die darauffolgende Berichterstattung über den Rücktritt Lotts in den wichtigsten amerikanischen Printmedien⁸²² macht deutlich, dass die meisten politischen Analysten, die die Kontroverse im Nachhinein reflektierten, in der Hartnäckigkeit und konsequenten Verfolgung des Themas durch engagierte Weblog-Autoren, zumindest einen entscheidenden Einflussfaktor für Lotts Rückzug erkannten⁸²³.

Ein weiteres brisantes Ereignis, auf das man immer wieder stößt, wenn man nach Beispielen für ein Zusammenspiel von Weblogs und der Berichterstattung in Massenmedien sucht und welches inzwischen beinahe ebenfalls zu einem Symbol für die Macht und den möglichen Einfluss von Bloggern in den USA wurde, wird als so genannte „Rathergate“- (oder auch „Memogate“-) Affäre beschrieben.⁸²⁴ In diesem Fall wird angenommen, dass der Rücktritt des prominenten CBS-Moderators Dan Rather im Jahr 2005 in direktem Zusammenhang mit dem ursprünglich von Bloggern ausgelösten Skandal rund um die „Killian-Dokumente“ stand. Nachdem Rather zwei Monate vor den Präsidentschaftswahlen im November 2004, in seiner Sendung „60 Minutes Wednesday“ ihm von einer unbekanntem Quelle zugespielte, aber damals nicht auf deren Echtheit überprüfte Dokumente (die sog. „Killian-Memos“) präsentierte, die die Militärzeit des Präsidenten in einem schlechten Licht erscheinen ließen und belegen sollten, dass George W. Bush seiner Pflicht in der Texas National Guard während des Vietnam-Krieges nicht ordnungsgemäß nachgekommen sei⁸²⁵, entbrannte in der US-amerikanischen Blogosphäre eine heftige Debatte über die Authentizität der Dokumente: „While CBS slept, information on the web shot back-and-forth, testing, adding, disagreeing, analyzing and concluding“⁸²⁶, beschrieb das Online-Magazin „The American Thinker“ kurz darauf die Geschehnisse in der US-Medienlandschaft. Bereits wenige Stunden nach der Ausstrahlung wurde die zweifelhafte journalistische Vorgehensweise des Fernsehsenders in zahlreichen konservativen Weblogs, darunter das vom Time Magazine ausgezeichnete kollaborative Blog „Power Line“⁸²⁷ und das vom Web-Designer Charles Johnson betriebene Blog „Little Green Footballs“⁸²⁸, heftig kritisiert und Rather fand

⁸²⁰ Vgl. SCHMIDT, J. (2006a), S. 135; FRAAS, C./ BARCZOK, A. (2006), S. 11

⁸²¹ Vgl. zu einer umfassenden Darstellung des Falls und der Rolle von Weblogs SCOTT, E. (2004)

⁸²² Einen detaillierten Überblick über den gesamten Verlauf der Kontroverse in den Massenmedien und den öffentlichen Reaktionen bietet zudem BLOOM, J.D. (2003): *The Blogosphere: How a Once Humble Medium Came to Drive Elite Politics*.

⁸²³ Vgl. DREZNER, D.W./ FARRELL, H. (2004), S. 3

⁸²⁴ Vgl. ZERFASS, A./ BOLTER, D. (2005), S. 29; ARMBORST, M. (2006), S. 107f.

⁸²⁵ Vgl. ARMBORST, M. (2006), S. 107

⁸²⁶ LIFSON, T. (2004): *The blogosphere never sleeps*. In: *The American Thinker Online*, vom 10.09.2004

⁸²⁷ „Power Line“: <http://www.powerlineblog.com/>

⁸²⁸ „Little Green Footballs“: <http://littlegreenfootballs.com/weblog/>

sich vielfach persönlichen Angriffen ausgesetzt.⁸²⁹ Erst nach einigen Tagen wurden auch die Leitmedien Washington Post, Fox und CNN auf die Debatte in der Blogosphäre aufmerksam und nahmen das Thema in ihre eigene Berichterstattung auf.⁸³⁰ Da Experten auch Wochen danach eine Fälschung, der angeblich vom US-Kommandanten Jerry B. Killian stammenden Memos nicht dezidiert ausschließen konnten, sah sich CBS letztendlich gezwungen, seinen Fehler einzugestehen und sich öffentlich zu entschuldigen: „Based on what we now know, CBS News cannot prove that the documents are authentic, which is the only acceptable journalistic standard to justify using them in the report. We should not have used them. That was a mistake, which we deeply regret“⁸³¹. Rather selbst kündigte bald darauf seinen Rücktritt an, wobei er sich bis zuletzt dagegen verwehrt, dass die durch die Killian-Memos ausgelöste Kontroverse den alleinigen Grund für seinen Rückzug darstellte.⁸³² Während konservative Blogger das Debakel rund um Rather als Schlag gegen die angebliche Linkslastigkeit des Senders feierten⁸³³, spricht Mary Mapes⁸³⁴ von einem gezielten Rachefeldzug rechter Aktivisten, hinter denen die konservative Blogger-Community stand, der Mapes die entscheidenden Verstärkerrolle in diesem Fall zuspricht: „What was different in our case was the brand new and bruising power of the conservative blogosphere, particularly the extremists among them. They formed a tightly knit community of keyboard assault artists who saw themselves as avenging angels of the right, determined to root out and decimate anything they believed to be disruptive to their worldview.“⁸³⁵

Auch im deutschen Sprachraum gelingt es immer häufiger, dass einzelne Blogger zu besonders kontroversen Themen alternative Informationen und Meinungen bereitstellen oder die eigenen Community soweit mobilisieren, dass gemeinsam reflektierte Themen oder Perspektiven in die breite öffentliche Auseinandersetzung eingespeist werden können.

In Deutschland sorgte im Jahr 2004 der Fall „Jamba“⁸³⁶ für vergleichbar große Aufregung innerhalb der Weblog-Szene und wird in der Literatur ebenfalls immer wieder als

⁸²⁹ Vgl. KURTZ, H. (2004): After Blogs Got Hits, CBS Got a Black Eye. In: Washington Post Online, vom 20.09.2004; WALSH, J. (2004): Who killed Dan Rather? Bloggers are claiming their first scalp. But the old media isn't dead yet – and the new media can never replace it. In: Salon.com, 09.03.2005; PEIN, C. (2005): Blog-Gate. Yes, CBS screwed up badly in „Memogate“ – but so did those who covered the affair. In: Columbia Journalism Review Online, 1/2005.

⁸³⁰ Vgl. ARMBORST, M. (2006), S. 107

⁸³¹ CBS Statement on Bush Memos, In: CBS News Online, vom 20.09.2005

⁸³² Vgl. O.V. (2006): A Look Back at the Controversy. The events that led to the CBS News Internal Investigation. In: CBS News Online, vom 10.01.2005; KURTZ, H. (2004): Dan Rather to Step Down at CBS. In: Washington Post Online, 24.11.2004

⁸³³ MARTIN, P. (2004): Der unrühmliche Abgang des CBS-Moderators Dan Rather. In: World Socialist Web Site, 29.11.2004

⁸³⁴ Ehemalige Produzentin bei CBS und Beteiligte bei der Enthüllung des Skandals der Gefangenenmisshandlungen im Gefängnis von Abu Ghraib im April 2004.

⁸³⁵ Vgl. MAPES, M. (2007): Courage for Dan Rather. In: The Huffington Post Online, vom 20.09.2007

⁸³⁶ Zur Diskussion siehe z.B.: SCHMIDT, J. (2005)

Beispiel für gelungenes, maßgeblich durch Blogger-Engagement forciertes Agenda Setting genannt.⁸³⁷ So geriet der Anbieter von Handy-Klingeltönen Jamba unter massiven Druck, nachdem im populären deutschen Weblog „Spreeblick“⁸³⁸ der Verdacht zweifelhafter Machenschaften bei der Vermarktung von Download-Abonnements aufkam. Die breite Thematisierung in der deutschen Blogger-Community führte schließlich dazu, dass die traditionellen Medien sich des Themas annahmen⁸³⁹ und kritisch über die Geschäftspraktiken des Unternehmens berichteten, so dass Jamba gezwungen war, sein Geschäftsmodell zu überdenken.

Den entscheidenden Einfluss von „focal-point-Blogs“ im Sinne eines „Inter-Weblog Agenda Settings“⁸⁴⁰ beschreibt auch Jan Schmidt anhand der „Du bist Deutschland“-Kampagne im Jahr 2005: Nachdem ein Internet-Nutzer in einem Bildband zufällig auf ein Foto aus dem Jahr 1935 gestoßen war, auf dem eine NS-Kundgebung mit dem Spruchband „Denn du bist Deutschland“ abgebildet war, wurde ihm die Parallele zur damals aktuellen und in den Massenmedien vielfach beworbenen Kampagne „Du bist Deutschland“ bewusst. Daraufhin veröffentlichte er das Bild in einem Forum und verbreitete es zusätzlich per Mail. Trotzdem das Foto in den darauffolgenden Tagen auch in einigen Weblogs kursierte, wurden ein breiter Leserkreis und damit auch die Massenmedien erst darauf aufmerksam, als es das bekannte Weblog „Spreeblick“ aufgriff und kommentierte. Binnen kürzester Zeit verbreitete sich das Thema in der ganzen deutschen Blogosphäre und wurde daraufhin in die Berichterstattung der etablierten Medien aufgenommen. Auch verschiedene internationale Nachrichtenagenturen berichteten darüber, so dass das Thema sogar Einzug in die internationale Presse fand.⁸⁴¹

Einen weiteren Ansatz für die Untersuchung von „Spill-Over-Effekten“ hat die Kurz-Studie von Confield et al. geliefert, indem sie die Inhalte von prominenten politischen „A-List“-Blogs mit jenen in Internet-Foren und der Berichterstattung der Massenmedien in einem ausgewählten Monat des US-amerikanischen Präsidentschaftswahlkampfes 2004 verglichen und die Thematisierungsprozesse nachvollzogen haben. Auch der Fall Rather wird in diesem Zusammenhang ausführlich untersucht.⁸⁴² Dabei kommen die Autoren insgesamt zu dem Schluss, dass sich die Agenden der politischen A-List Blog-

⁸³⁷ Vgl. FISCHER, T. (2006): Die Entwicklung von Weblog Issues am Beispiel des Klingeltonanbieters Jamba. In: Picot, A./ Fischer, T. [Hrsg.] (2006), S. 247-252

⁸³⁸ <http://www.spreeblick.com/>

⁸³⁹ Vgl. z.B.: STÖCKER, C. (2005): PR-Problem für Klingeltonhändler. Blogger heizen Jamba ein. In: Spiegel Online, vom 06.01.2005

⁸⁴⁰ Vgl. dazu HAAS, T. (2005), In: Journalism Studies, 6. Jg., Heft 3, S. 387 - 396

⁸⁴¹ Vgl. dazu SCHMIDT, J. (2006a), S. 133-134. Die Chronologie dieses Falls ist auch unter <http://bembelkandidat.blogg.de/eintrag.php?id=439> nachzulesen.

⁸⁴² CORNFIELD, M./ CARSON, J./ KALIS, A./ SIMON, E. (2005), S. 20-30

ger und jene der Massenmedien stark überschneiden, und die Blogosphäre kein einzelner, abgetrennter Diskursraum ist: „The political blogosphere seems less an entity unto itself than a well integrated part of the national discourse“⁸⁴³. „Spill-Over-Effekte“ ließen sich in beide Richtungen nachweisen. Je nach Thema sind in einem Fall Weblogs, in einem anderen die Massenmedien „agenda leaders“: „Political bloggers were buzz⁸⁴⁴ followers as much as buzz makers“⁸⁴⁵, konstatieren die Autoren zusammenfassend. Interessant an den Ergebnissen dieser Studie ist außerdem, dass nicht nur starke Themenüberschneidungen zwischen Weblogs und Massenmedien ermittelt wurden, sondern durchaus auch zwischen Weblogs und „citizen chatter“, also den Gesprächen politisch interessierter Bürger, welche die Autoren in Form von Internet-Foren operationalisiert haben. Im Vergleich dazu korrelieren Massenmedien und „citizen chatter“ deutlich seltener.⁸⁴⁶ Dies bestätigt durchaus die Annahme, dass Weblogs Merkmale der interpersonalen und öffentlichen Kommunikation verbinden⁸⁴⁷ und zwischen Alltagsgesprächen bzw. einfachen Öffentlichkeiten und den komplexen massenmedialen Kommunikationsräumen zu verorten sind⁸⁴⁸.

Ein aktuelles, österreichisches Beispiel für einen solchen „Spill-Over-Effekt“ ist im Zusammenhang mit der Bürgerinitiative „Grüne Vorwahlen“⁸⁴⁹ zu beobachten. Diese wurde am 1. April 2009 von engagierten Weblog-Autoren und Sympathisanten der „Grünen“ ins Leben gerufen, mit dem Ziel am Landesparteitag im November 2009 die Kandidaten-Liste für die Wiener Gemeinderatswahlen 2010 mitbestimmen zu können. Wahlberechtigt sind prinzipiell nicht nur Parteimitglieder, sondern laut grünem Statut all jene, die den Status des Unterstützers besitzen. Sich darauf beziehend, geht es den Initiatoren der Initiative „Grüne Vorwahlen“ darum „die Grünen [zu] öffnen, und möglichst viele Sympathisanten dazu [zu] motivieren, an diesen Wahlen teilzunehmen. Damit dann die „Besten“ und „Fähigsten“ im Landesparlament sitzen.“⁸⁵⁰ Nachdem das Thema in sehr vielen politischen Weblog in Österreich behandelt wurde und es zudem in regelmäßigen Abständen Informationsabende gab, im Rahmen dessen intensiv darüber diskutiert wurde, z.T. auch mit Vertretern der Grünen selbst, konnte innerhalb von wenigen Wochen so viel Aufmerksamkeit erzeugt werden, dass die Massenmedien ebenfalls auf das Thema aufmerksam wurden. In zahlreichen österreichischen Medien

⁸⁴³ Ebd. S. 18

⁸⁴⁴ „Buzz is the sound heard in public when a lot of people are talking about the same thing at the same time.“ CORNFIELD, M./ CARSON, J./ KALIS, A./ SIMON, E. (2005), S. 3

⁸⁴⁵ Ebd. S. 2

⁸⁴⁶ CORNFIELD, M./ CARSON, J./ KALIS, A./ SIMON, E. (2005), S. 18

⁸⁴⁷ SCHMIDT, J. (2006a), S. 139

⁸⁴⁸ KATZENBACH, C. (2008)

⁸⁴⁹ <http://www.gruenevorwahlen.at/>

⁸⁵⁰ Vgl. Webseite der Initiative „Grüne Vorwahlen“, FAQ: <http://www.gruenevorwahlen.at/faqs/#schnell-1>

fand die Initiative Erwähnung⁸⁵¹. Insgesamt haben sich innerhalb von zwei Monaten über die Plattform des Projekts über 400 Menschen als Unterstützer angemeldet. Nachdem die Basisbewegung bei den Grünen selbst heftige interne Diskussionen über den Wert eines solchen Engagements und insgesamt ein großes Unbehagen bei den Grün-Funktionären ausgelöst hat, wurden nach einer Überprüfung aller Unterstützungsanträge letztendlich mehr als die Hälfte davon zugelassen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass es bisher entweder einzelnen, besonders reichweitenstarken Weblog-Autoren mit einem relativ hohen Bekanntheitsgrad oder einer Gruppe von Bloggern, die sich aufgrund ähnlicher Perspektiven und Interessen gemeinsam eines Sachverhaltes annehmen, gelungen ist, die notwendige Aufmerksamkeit auf Themen und Meinungen zu lenken, so dass die in Blogs kommunizierten Inhalte über den Weg der journalistischen Recherche auf die Agenda der Massenmedien innerhalb und außerhalb des Internets gelangen. Auch wenn diese hier exemplarisch angeführten Beispiele eines zu beobachtenden Zusammenspiels von Weblog-Öffentlichkeiten und der massenmedialen Öffentlichkeit von Verfechtern des Alternativmedien-Gedankens häufig als Belege für die Leistungsfähigkeit der Blogosphäre herangezogen werden, bilden sie nach wie vor die Ausnahme.⁸⁵² Dennoch wird die Wirkung einfacher Öffentlichkeitsformen auf gesellschaftliche Strukturen durch Online-Kanäle wie Weblogs und andere Kommunikations- und Distributionsformen, die frei zur Verfügung stehen zweifellos verstärkt. Wie beschrieben, stehen einfache Öffentlichkeiten in realen Umgebungen außerhalb des Internets in der Regel als voneinander getrennte Episoden nebeneinander, wodurch die gemeinsame Wahrnehmung von Konfliktthemen und individuellen Problemlagen erschwert wird. Wie vor allem auch bei Barber's Konzept einer starken Demokratie sehr deutlich zum Ausdruck kommt, ist es für ein demokratisches Gemeinwesen aber ganz wesentlich, dass private Erfahrungen und Interessen zum Ausdruck gebracht und als gemeinsame Erfahrungen, Sichtweisen und Interessen anerkannt werden, über die in weiterer Folge kollektiv beratschlagen und geurteilt wird. Da die herkömmlichen Massenmedien, vor allem im privaten Bereich immer wieder dem Vorwurf ausgesetzt sind, sie würden sich ausschließlich an ökonomischen Marktwerten und kommerziellen Interessen orientieren, besteht mit den neuen Formen der computervermittelten Kommunikation im Internet die Möglichkeit, entlang von individuellen Relevanzkriterien auszuwählen und zu verbreiten, was als persönlich wichtig und relevant betrachtet wird und diese Themen und Perspektiven in einem größeren öffentlichen Rahmen zu verhandeln.

⁸⁵¹ Eine Sammlung aller Medienberichte und Blogbeiträge im Zusammenhang mit den „Grünen Vorwahlen“ ist unter <http://www.gruenevorwahlen.at/reaktionen/> zu finden

⁸⁵² SCHMIDT, J. (2006a), S. 135

3.2.5. Schlussfolgerung: Das demokratische Potential von politisch orientierten Weblogs

Die Ausführungen im letzten Kapitel haben gezeigt, dass sich mit Weblogs neuartige Öffentlichkeitsformen herausbilden, die in ihrer Spezifik eigentümlich sind. Menschen nutzen das Online-Format, um Meinungen, persönliche Sichtweisen und entlang von individuellen Relevanzkriterien ausgewählte Informationen bereitzustellen und sich mit anderen darüber auszutauschen. Weblogs bieten die Möglichkeit selbst eine mediale Distributions- und Kommunikationsform zu besitzen, mit der eigene Inhalte publiziert und verbreitet werden können und anhaltende Gespräche mit anderen begünstigt werden. Unabhängig von räumlichen, zeitlichen oder auch finanziellen Beschränkungen können damit persönliche Öffentlichkeiten geschaffen werden, in welchen individuelle Lebenserfahrungen und Perspektiven öffentlich diskutiert, Informationen verbreitet und über den wechselseitigen Austausch mit anderen Kommunikationsteilnehmern gemeinschaftlich verhandelt werden können. Während die Menschen in Offline-Umgebungen darauf angewiesen sind, dass ihre persönlichen Anliegen von professionellen Medienschaffenden vertreten und in einem größeren öffentlichen Rahmen diskutiert werden, stehen nun mit Weblogs Ausdrucksformen zur Verfügung, mit welchen die öffentliche und mediale Artikulation prinzipiell für jeden möglich ist. Selbstbestimmt können mediale Inhalte produziert und einer öffentlichen Debatte ausgesetzt werden. Die Beteiligung der Weblog-Nutzer an der Kommunikation in der Blogosphäre kann als eine Form der Beteiligung an öffentlichen Auseinandersetzungen gewertet werden, die zwar nicht in jedem Fall auch eine gesellschaftliche Relevanz aufweisen, aber zumindest einen gemeinschaftlichen und aktiven Austausch der Menschen untereinander fördern. Die allgemeine Zugänglichkeit zur politischen Öffentlichkeit wird dadurch wesentlich begünstigt. Auch wenn die durch die Blog-Kommunikation hergestellten persönlichen Öffentlichkeiten für die einzelnen Nutzer eine andere Funktion als jene der Massenmedien erfüllen und damit auch andere kommunikative Leistungen erbringen, ist es im Sinne Habermas und Barbers von zentraler Bedeutung, dass in demokratischen Gesellschaften Kommunikationsräume bereit stehen, in denen ein freies und ungezwungenes Artikulieren von lebensweltlichen Erfahrungen und individuellen Sichtweisen möglich ist und die zudem den kommunikativen Austausch mit anderen Menschen auf gleicher Ebene ermöglichen, damit Einzelinteressen in gemeinschaftliche Zielsetzungen transformiert werden können. Ob über Weblogs tatsächlich Diskurse, im Sinne der sehr anspruchsvollen und voraussetzungsvollen Vorstellung Habermas', stattfinden, konnte im Rahmen dieser Arbeit nicht geklärt werden. Einiges deutet darauf hin, dass sich mit Weblogs auf einer höheren Ebene betrachtet, vor allem Öffentlichkeiten konstituieren, die stark von ähnlichen Interessen und politischen Einstellungen geprägt sind und Kontro-

versen zwischen Menschen mit unterschiedlichen Einstellungen und Sichtweisen eher selten stattfinden und sich Weblogs daher nur bedingt als Plattform für eine rationale Konsensfindung für gesellschaftlich strittige Konfliktthemen eignen. Es wurde aber deutlich, dass in Weblog-Öffentlichkeiten, aufgrund der Rückkanalfähigkeit bzw. des interaktiven Charakters des Weblog-Formats und begünstigt durch die digitale Umgebung, ein Diskurs im wahrsten Sinne des Wortes „vorprogrammiert“ ist, da wesentliche Voraussetzungen für einen aktiven und wechselseitigen Austausch von Gedanken, Meinungen, Ideen und Perspektiven und damit einer kommunikativen Verständigung der Menschen untereinander, geboten werden. Da durch die Vernetzung zwischen Weblogs soziale Netzwerke entstehen, welche die Mobilisierung von Sozialkapital, zum Beispiel in Form von konkreten Unterstützungsleistungen für als wichtig erachtete Themen ermöglichen, lassen sich über die weblogbasierte Kommunikation durchaus auch gemeinsame Normen und Zielsetzungen formulieren und unter bestimmten Voraussetzung auch in die massenmedialen Öffentlichkeiten hineinbringen, so dass eine reale politische Wirkung erzielt oder ein öffentlicher Druck ausgeübt werden kann. Die persönlichen Öffentlichkeiten, die um einzelne Weblogs herum entstehen, weisen in vielerlei Hinsicht Gemeinsamkeiten mit den gewöhnlichen Öffentlichkeiten in Kaffeehäusern oder Büros auf. Deren ursprüngliche gesellschaftliche Bedeutung macht Habermas ausführlich im „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ deutlich. Im Rahmen der Blog-Kommunikation verlagern sich diese persönlichen Gespräche in einen medialen Raum, so dass sie ihren flüchtigen Charakter verlieren und permanent werden. Einzelne Kommunikationsepisoden können aufgegriffen und in einem anderen Rahmen weitergeführt werden – Anschlusskommunikation wird begünstigt. Durch die permanente Verfügbarkeit der Kommunikationen in Weblogs werden zudem Individualinteressen und –perspektiven als Gemeinschaftsinteressen erfahrbar. Als ein Kommunikationsraum, in welchem direkt und unabhängig sowohl von sozioökonomischen Barrieren wie auch von zeitlichen oder räumlichen Beschränkungen, kommuniziert und diskutiert werden kann, eignen sich Weblogs aber zweifellos. Das Weblog-Format würde sich daher auch für jenen virtuellen Kommunikationsraum, den Barber in der Anfangszeit des WWW als „artificial town meetings“ beschreibt, besonders gut eignen. Denn durch die Möglichkeit der Vernetzung, können sich Einzelpersonen in Netzwerke zusammenschließen und „eine echte partizipatorische Diskussion und Debatte über große Entfernungen hinweg möglich machen“⁸⁵³. Auch als Plattform zur kritischen Auseinandersetzung mit politischen Entscheidungen oder der massenmedialen Berichterstattung werden Weblogs vielfach genutzt. Ob die gesellschaftliche Konsensfindung im Sinne einer rationalen Auseinandersetzung mit strittigen und konfliktträchtigen Themen in Weblog-Öffentlich-

⁸⁵³ BARBER, B.R. (1994), S. 250; Siehe Abschnitt: Die Institutionalisierung von „strong democratic talk“

keiten begünstigt wird, sei in Frage gestellt und lässt sich auch empirisch nur schwer überprüfen. Habermas geht ja davon aus, dass sich ein rationaler Konsens nur in herrschaftsfreien Diskursen erzielen lässt. Verlagert man den Blick von den persönlichen Öffentlichkeiten auf die höhere Ebene der verschiedenen Weblog-Communities und der Blogosphäre insgesamt, muss man feststellen, dass diese nicht herrschaftsfrei in Erscheinung treten. Denn in umfassenden Weblog-Öffentlichkeiten, kommunizieren die Kommunikationsteilnehmer nicht unabhängig von Beschränkungen und hierarchischen Strukturen miteinander. Zwar sind diese Beschränkungen keine, die den sozioökonomischen Status betreffen, sind aber struktureller Natur und bedingt durch eine Power Law-Verteilung von Aufmerksamkeit und Einfluss, die sich in der Blogosphäre selbst reproduziert. Damit entsteht der Eindruck, dass weniger die „Autorität des vernünftigeren Arguments“, sondern vor allem die Vernetzungsintensität eines Weblogs und die Fähigkeit Links auf sich zu ziehen, im Mittelpunkt steht. Wie sehr diese nun tatsächlich auch von der Argumentationskraft oder Kompetenz auf bestimmten Themengebieten eines Bloggers abhängt, muss ebenfalls in Frage gestellt bleiben. Da es sich bei allen vorliegenden Untersuchungen, die eine Power-Law-Verteilung für die Blogosphäre feststellen, um quantitative Linkanalysen handelt, können keine validen Aussagen darüber getroffen werden, warum manche Blogs besonders viele Links auf sich zu ziehen im Stande sind.⁸⁵⁴ Durch die Möglichkeit, Individualerfahrungen, persönliche Einschätzungen in direktem Bezug zur eigenen Lebenswelt und Problemwahrnehmungen öffentlich zu artikulieren, fungieren Weblog-Öffentlichkeiten zudem als „Impulsgeber“ und zugleich als „Resonanzboden“ für Konfliktthemen und gesellschaftliche Problemlagen. Indem sie Thematisierungs- und Vermittlungsleistungen zu erbringen im Stande sind, leisten sie einen nicht unerheblichen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung. Die beschriebenen Mechanismen der gegenseitigen Bezugnahme ermöglichen eine Strukturierung der weblogbasierten Kommunikationen sowie eine Koordination der vielfältigen episodenhaften Gespräche in Weblogs. Dadurch können Themen und Meinungen aus den persönlichen Öffentlichkeiten einzelner Weblogs in die größeren Kommunikationszusammenhänge der Blogosphäre vermittelt werden. Die dezentralen und zentralen, also durchaus komplexen Vermittlungsstrukturen in Weblog-Öffentlichkeiten sind im Stande, die Aufmerksamkeit im Rahmen der computervermittelten Kommunikation im Internet zu lenken und Relevanz zuzuschreiben. Finden die individuellen Arti-

⁸⁵⁴ So stellt zum Beispiel auch Clay Shirky fest: "Note that this model is absolutely mute as to why one blog might be preferred over another. Perhaps some writing is simply better than average (a preference for quality), perhaps people want the recommendations of others (a preference for marketing), perhaps there is value in reading the same blogs as your friends (a preference for "solidarity goods", things best enjoyed by a group). It could be all three, or some other effect entirely, and it could be different for different readers and different writers. What matters is that any tendency towards agreement in diverse and free systems, however small and for whatever reason, can create power law distributions." SHIRKY, C. (2003)

kulationen genügend Resonanz durch andere Weblogs, können diese bis in die massenmediale Öffentlichkeitssphäre vordringen und die Öffentlichkeit für bestimmte Themen zusätzlich vergrößern. Die Wirkungskraft und der mögliche Einfluss von Weblogs als Agenda Setter und Impulsgeber für breite öffentliche Auseinandersetzungen zu bestimmten Themen wurde bereits mehrfach ersichtlich. Insgesamt treten weblogbasierte Öffentlichkeiten durchaus als „Netzwerk für die Kommunikation von Inhalten und Stellungnahmen, also von Meinungen“⁸⁵⁵, in Erscheinung, welches ebenfalls in sich stark ausdifferenziert ist.

⁸⁵⁵ HABERMAS, J. (1992), S. 451f.

4. Empirische Analyse

4.1. Zielsetzung und Fragestellungen

Die theoretische Auseinandersetzung mit dem Phänomen Weblog hat den Versuch unternommen, unter Bezugnahme auf die vorhandene Literatur und inzwischen möglichen Auswahl empirischer Untersuchungen, Weblogs als Kommunikationsformat im Internet, mit spezifischen technischen Merkmalen und sozialen Gebrauchsmustern zu beschreiben. Mit besonderem Fokus auf politisch orientierte Weblogs wurden, im Horizont der partizipatorische Demokratietheorie und der damit verbundenen Vorstellung einer demokratischen Öffentlichkeit im Sinne Benjamin Barbers und Jürgen Habermas, die mit Weblogs entstehenden Öffentlichkeiten theoretisch beschrieben und das demokratische Potential von Weblogs herausgearbeitet.

Nach dieser theoretischen Annäherung an den Analysegegenstand soll die empirische Analyse eine Erkundung der politischen Blogosphäre in Österreich darstellen, um der Frage nachzugehen, wie sich die besprochenen theoretischen Aspekte, in der Praxis der Weblog-Nutzung wiederfinden lassen und ob die demokratischen Potentiale von Weblogs auch tatsächlich als solche genutzt werden. Die empirische Untersuchung zielt darauf ab, die Gruppe der politischen Blogger in den Blick zu nehmen und festzustellen, ob sich gemeinsame Nutzungspraktiken und Nutzungsmotive erkennen lassen. Insgesamt handelt es sich beim gewählten Untersuchungsdesign um eine explorative, qualitative Einzelfallstudie, die keine Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse anstrebt, sondern den „Status der Illustration“⁸⁵⁶ in Hinblick auf einen Teilbereich der politischen Blogosphäre in Österreich beansprucht. Repräsentative Ergebnisse können aufgrund der methodischen Herangehensweise daher nicht bereitgestellt werden.

Aus der theoretischen Auseinandersetzung mit den kommunikativen Eigenheiten des Weblog-Formats und der theoretischen Verortung der damit verbundenen demokratischen Potentiale der Blog-Kommunikation, wurden folgende forschungsleitende Fragestellung für die empirische Untersuchung abgeleitet:

- F1:** *Welche Gemeinsamkeiten lassen sich in Hinblick auf den persönlichen Zugang (Motive, Motivation, Vorteile) zur Tätigkeit des Bloggens bei der Gruppe der politisch orientierten Weblog-Autoren feststellen?*
- F2:** *Lassen sich bei den politisch orientierten Bloggern gemeinsame Praktiken in Bezug auf die Aufbereitung der Inhalte verorten?*

⁸⁵⁶ HELFFERICH, C. (2004): Die Qualität qualitativer Daten. Manual für die Durchführung qualitativer Interviews. S. 152

- F3:** *Welchen Stellenwert haben andere Weblogs für die Weblog-Autoren und wie wird die Interaktion mit diesen beschrieben?*
- F4:** *Wie wird der kommunikative Austausch mit den Besuchern im Rahmen des eigenen Weblogs beschrieben? Werden die eigenen Blog-Beiträge diskutiert?*
- F5:** *Inwiefern kann die Tätigkeit des Bloggens von der professionell-journalistischen Herangehensweise in Hinblick auf die Aufbereitung medialer Inhalte abgegrenzt werden?*
- F6:** *Welches Einflusspotential haben Weblogs auf den Bereich der politischen Kommunikation?*
- F7:** *Welche öffentlichkeitsstrukturellen Veränderungen ergeben sich durch das Weblog-Format?*

4.2. Datenerhebung und Erfassung

4.2.1. Untersuchungsgegenstand

Die Untersuchung bezieht sich auf die politische Blogosphäre in Österreich und im Rahmen dessen auf jene Weblog-Autoren, die ihren Blog mit einer politisch orientierten Themenausrichtung und weitgehend unabhängig von parteipolitischen Zielsetzungen oder kommerziellen Interessen, als eigenständiges und autonomes, zivilgesellschaftliches Angebot im Internet betreiben. Als Untersuchungsgegenstand werden die Einstellungen und Aussagen der Weblog-Autoren zur Nutzungsmotivation und den Nutzungspraktiken, den Erfahrungen und Erwartungen und die persönliche Einschätzung der Blogger über den Einfluss von Weblogs für den Bereich der politischen Kommunikation bzw. die öffentlichen Kommunikationsstrukturen insgesamt definiert. In diesem Sinn geht es in erster Linie darum, die Einstellungen, Handlungen, Erfahrungen und Einschätzungen der Interviewpartner herauszustellen.

4.2.2. Erhebungsmethode

Für die Untersuchung wird die Methode des themenzentrierte Leitfadeninterviews gewählt, welches eine relative Flexibilität und Offenheit in Bezug auf den Interviewablauf erlaubt, zugleich aber eine thematische Zentrierung anstrebt.⁸⁵⁷ Anhand eines halbstrukturierten Leitfadens mit offenen Fragestellungen, welcher nach dem SPSS-Prinzip⁸⁵⁸ erarbeitet wurde, soll eine Fokussierung der Inhalte und Aussagen auf die Motive, Nutzungspraktiken und persönlichen Einschätzungen der Befragten in Hinblick auf

⁸⁵⁷ Vgl. HELFFERICH, C. (2004)

⁸⁵⁸ Vgl. HELFFERICH, C. (2004), S. 161 - 167

die zu verortenden Potentiale des Weblog-Formats für den Bereich der politischen Kommunikation ermöglicht werden. Es wurde versucht erzählgenerierend wirkende Fragestellungen mit möglichst wenigen Präsuppositionen zu formulieren, um es den Befragten zu ermöglichen eigene Sichtweisen und Aspekte anzusprechen und einzubringen.

Die Methode des themenzentrierten Leitfadeninterviews wurde als Erhebungsmethode gewählt, da sie im Rahmen einer klassisch qualitativen Herangehensweise gut dafür geeignet ist, vorwissenschaftliches Verständnis zu systematisieren, ein umfassendes deskriptives Wissen in Bezug auf die untersuchte Gruppe der politisch orientierten Blogger zu erhalten und Nutzungsmuster und –zusammenhänge in Erfahrung zu bringen: „Eine Annahme qualitativer Forschung ist die, durch die Einzeläußerungen hindurch das zugrundeliegende Muster oder Konzept identifizieren zu können, denn einerseits sind die Einzeläußerungen Ausdruck dieses zu Grunde liegenden Musters, andererseits wird das Muster durch die Vielzahl seiner Äußerungen erfasst, es ist demnach keine dauerhaft fixierte Struktur“⁸⁵⁹.

4.3. Durchführung der Untersuchung

4.3.1. Stichprobenauswahl

Bei der Auswahl der Interviewpartner für die empirische Untersuchung wurde von folgenden Kriterien ausgegangen: In erster Linie kamen österreichische Weblog-Autoren in Frage, die als Privatperson ein eigenständiges Weblog führen. Entscheidend war vor allem die gesellschaftspolitische Themenorientierung des Blogs, wobei kein parteipolitisches oder kommerzielles Interesse der potentiellen Interviewpartner zum Zeitpunkt der Stichprobenfestlegung erkennbar sein durfte. Auch Weblogs in denen eine Behandlung gesellschaftspolitischer Themen neben anderen Themenbereichen erkennbar waren, sollten in Frage kommen. Ein weiteres Kriterium für die Auswahl der Stichprobe war die Aktualität des Blogs zum Rekrutierungszeitpunkt. Damit ein Weblog für die Untersuchung in Frage kam, musste in den letzten zwei Monaten vor der Interviewanfrage eine Aktualisierung des Weblogs, d.h. die Veröffentlichung eines Blog-Beitrags stattgefunden haben. Außerdem wurde darauf geachtet, dass das Weblog nicht im Rahmen einer beruflichen journalistischen Tätigkeit betrieben wird. Entlang dieser Kriterien wurde ursprünglich ein Stichprobenumfang von maximal 10 Fällen angestrebt. Die ausgewählten Fälle sollten besonders exemplarische und typische in Hinblick auf den Untersuchungsgegenstand sein.

⁸⁵⁹ Ebd. S. 20

Nach diesen vorab definierten Merkmalen für die Stichprobenauswahl, wurde eine Sichtung österreichischer Weblogs unternommen, um potentielle Interviewpartner herauszustellen. Als Anhaltspunkte galten dabei die Selbstdarstellung des Weblogs bzw. die Selbsteinschätzung des Bloggers, welche sehr häufig dem Impressum oder in der Kategorie „About“ bzw. „Über mich“ zu entnehmen ist, die graphische Darstellung der im Blog behandelten Themen (Tags) sowie das Datum des zuletzt verfassten Beitrags. Ausgangspunkt der Stichprobenauswahl war das unabhängige Online-Verzeichnis „politikblogs.at“⁸⁶⁰, welches eine Übersicht von Weblogs, die sich mit politischem Geschehen in Österreich befassen, bereitstellt. Über diesen Weg wurden zunächst 13 Weblog-Autoren gemäß der oben beschriebenen Kriterien ausgewählt und schriftlich per E-Mail kontaktiert. Da sich nur fünf der angeschriebenen Weblog-Autoren bereit erklärten, an einem persönlichen Interview teilzunehmen und es sich bei diesen ausschließlich um männliche Weblog-Autoren mit einer ausschließlich politischen Themenorientierung handelte, wurde eine zweite Rekrutierungswelle gestartet. Die dafür ausgewählten Weblogs wurden über die Blogroll, also die persönliche Weblog-Empfehlung der anderen Blogger ermittelt. Der besondere Fokus lag bei dieser zweiten Rekrutierungswelle, bei der insgesamt 10 weitere Weblog-Autoren kontaktiert wurden auf Weblogs, die von weiblichen Bloggerinnen betrieben werden. Auf diese Weise wurden sechs weitere Weblogs gefunden, deren Autoren sich für ein Interview bereit erklärten. Daraus ergibt sich eine Stichprobe von insgesamt 11 österreichischen Weblogs, deren AutorInnen an der Befragung teilnahmen.

4.3.2. Organisatorische Anmerkungen bezüglich Rekrutierung und Interview-Durchführung

Die erste Kontaktaufnahme mit den Interviewpartnern erfolgte, da sie auch auf diese Weise rekrutiert wurden, schriftlich per E-Mail. Der Zweck der Befragung wurde in dieser Anfrage-E-Mail kurz dargelegt, indem angegeben wurde, dass das Interesse der Befragung in erster Linie ihrer persönlichen Motivation zum Bloggen, ihren bisherigen Erfahrungen, die sie mit dem Umgang mit dem Online-Format gemacht haben sowie ihren Erwartungen in Hinblick auf die Nutzung von Weblogs gilt. Außerdem wurde angekündigt, dass sie im Verlauf des Interviews auch um eine kurze Stellungnahme zum Einfluss des politischen Bloggens auf die politische Kommunikation bzw. auf die Öffentlichkeitsstrukturen insgesamt gebeten werden. Trotzdem die schriftliche Anfrage in der Höflichkeitsform formuliert wurde, wurde in allen Antwort-Mails, bis auf eines, das „Du-Wort“ vorausgesetzt. Dieses wurde von der Autorin auch im Rahmen des Interviews mit den BloggerInnen so beibehalten und hat sich letztendlich auch für das Inter-

⁸⁶⁰ <http://www.politikblogs.at/>

view mit dem einen Weblog-Autoren, dessen Zusage in der Höflichkeitsform formuliert war, so ergeben.

Nachdem sich die Betreiber von insgesamt 11 Weblogs bereit erklärten an der Befragung teilzunehmen, erfolgte die Terminvereinbarung entweder ebenfalls per E-Mail oder telefonisch. Auf welchem Weg der weitere Kontaktverlauf stattfand, blieb den Interviewpartnern überlassen. Mit jenen, die ihre Telefonnummer angaben, wurden die genaue Terminvereinbarung und der Ort des Interviews telefonisch vereinbart, mit allen anderen schriftlich.

Die Befragung wurde in den meisten Fällen persönlich und mündlich durchgeführt. Eine Person wurde per Mail, eine weitere per Skype telefonisch befragt. Eine Diskrepanz zwischen den insgesamt 12 befragten Personen und 11 durchgeführten Interviews ergibt sich insofern, als dass eines der ausgewählten Weblog-Angebote von zwei Personen betrieben wird und sich beide für die Befragung zur Verfügung gestellt haben.

Die Untersuchung fand im Zeitraum zwischen 11. Mai – 02. Juni 2009 statt. Da die Wahl des Interviewortes den Befragten selbst überlassen blieb, erfolgte die Durchführung der Interviews an diversen Örtlichkeiten, hauptsächlich in Kaffeehäusern, in einem Fall in der Wohnung des Befragten und in einem anderen Fall am Arbeitsplatz des Interviewpartners. Die Interviewdauer betrug im Schnitt rund 50 Minuten, wobei das längste Gespräch 85 Minuten und das kürzeste 32 Minuten dauerte. Alle Interviews wurden digital aufgezeichnet. Den Befragten wurde versichert, dass die Gesprächsaufzeichnungen ausschließlich der Erleichterung der Auswertung dienen und keinesfalls an Dritte weitergegeben werden. Keiner der Befragten hat den Eindruck vermittelt, dass die Aufzeichnung den Gesprächsablauf wesentlich beeinflussen würde.

Die Namen der Interviewpartner sind der Autorin bekannt, werden in der späteren Darstellung der Ergebnisse aber nicht genannt, da eine anonymisierte Auswertung und Ergebnisaufbereitung mit den Interviewpartnern vereinbart wurde. Die Weblogs der Interviewteilnehmer sollen, da es sich in allen Fällen um öffentliche Angebote handelt, im Rahmen der Vorstellung der Interviewpartner aber durchaus Erwähnung finden und kurz beschrieben werden.

4.3.3. Vorstellung der Interviewpartner

Forschungsrelevante Eckdaten, die Soziodemographie der Befragten, die Dauer und Häufigkeit der Internet-Nutzung sowie allgemeine Fragen die Weblog-Nutzung betreffend, welche eine allgemeine Einschätzung der Interviewpartner ermöglichen, wurden durch einen ergänzenden Kurzfragebogen erhoben. Dadurch kann die Zusammensetzung der Untersuchungsgruppe folgendermaßen beschrieben werden:

Anzahl der Befragten:

Insgesamt wurden 12 Personen zu ihrer Tätigkeit als Weblog-AutorInnen befragt, wobei zwei davon einen Gemeinschaftsblog führen. Zwei der Befragten sind weiblich.

Altersgruppe:

Acht der Befragten sind zwischen 20 und 29 Jahren alt, die anderen vier InterviewpartnerInnen zwischen 30 und 39 Jahren.

Bildung:

Vier der Befragten haben ein Hochschulstudium absolviert, drei davon setzen ihre universitäre Ausbildung fort. 8 Interviewpartner haben die Matura absolviert. Davon befinden sich 7 Personen in einer universitären Ausbildung.

Berufliche Tätigkeit:

Von jenen vier Personen, die bereits ein Hochschulstudium absolviert haben befinden sich drei in einem Angestelltenverhältnis, die vierte Person ist selbstständig tätig. Von jenen 8 Befragten, die die Matura absolviert haben, ist eine Person selbstständig, zwei befinden sich in einem Anstellungsverhältnis (wobei eine der Personen zusätzlich selbstständig tätig ist), drei gingen zum Zeitpunkt der Befragung keiner beruflichen Tätigkeit nach (Ausbildung) und zwei Interviewpartner sind beruflich selbstständig.

Dauer der Internet-Nutzung:

Von den insgesamt 12 Interviewpartnern nutzen 8 Personen das Internet seit über 10 Jahren. Zwei Personen seit 5 – 10 Jahren und zwei der Befragten seit 2 – 5 Jahren.

Tägliche Internet-Nutzung (außerhalb der beruflichen Tätigkeit – Freizeit)

6 der befragten Blogger nutzen das Internet in ihrer Freizeit zwischen einer und 5 Stunden täglich. 5 Personen geben an das Internet mehr als 5 Stunden am Tag zu nutzen und einer der Weblog-Autoren ist außerhalb der beruflichen Tätigkeit, weniger als eine Stunde täglich im Netz.

Beginn der Tätigkeit des Bloggens:

Einer der Befragten gibt an bereits seit 9 Jahren zu bloggen. Zwei der 12 Interviewpartner sind seit 6 Jahren als Blogger aktiv, einer davon gibt an bereits seit 1999 teilweise gebloggt zu haben. Einer der Befragten betreibt seit 4 Jahren ein eigenes Weblog, drei der Befragten seit 3 Jahren, drei bloggen seit 2 Jahren und zwei der Interviewpartner sind seit einem Jahr als Blogger aktiv.

Zeitinvestition in Betreiben des Weblogs bzw. für die Tätigkeit des Bloggens:

In Bezug auf die Frage, wie viel Zeit in das Betreiben des eigenen Weblogs investiert wird, gaben 5 der befragten Weblog-Autoren an, zwischen 30 - 60 Minuten täglich für den Blog aufzuwenden, zwei sind mehr als eine Stunde mit ihrem Weblog beschäftigt, zwei geben an, sich zwischen 30 und 60 Minuten wöchentlich damit zu beschäftigen und zwei der Befragten investieren mehr als eine Stunde wöchentlich in das Betreiben ihres Blogs. Einer der insgesamt 12 InterviewpartnerInnen wollte sich hier nicht festlegen.

Werbung für eigenes Weblog:

9 der insgesamt 12 Interviewpartner geben an auf einer Blog-Suchmaschine (Technorati o.a.) registriert zu sein. Alle Blogger nutzen Trackbacks und Verlinkungen, um auf ihr Weblog im Internet aufmerksam zu machen. Alle befragten Blogger geben zudem an auch andere onlinebasierte Kommunikationskanäle (wie E-Mail, Twitter, Skype) in Kombination mit ihrem Blog zu nutzen, um auf diese Weise Werbung dafür zu machen. Social-Network-Plattformen (wie Facebook, MySpace, StudiVZ) werden von 9 Weblog-Autoren genutzt um Aufmerksamkeit zu generieren. Eigene Angaben zu den Mitteln zur Integration in die Blogosphäre werden von 6 der Befragten genannt. Zwei davon geben Twitter und Facebook an, einer der Blogger verweist auf die bereits angeführten Aspekte (Suchmaschine, Trackbacks, Kommentare in anderen Blogs) und nennt persönliches Kennenlernen als zusätzlich Integrationsmittel. Einer der Interviewpartner gibt an sich durch Repliken, also das Verlinken auf andere Blogs, zu integrieren. Ein anderer Blogger nennt explizit Links als Mittel der Integration in die Blogosphäre und ein Weblog-Autor führt das Online-Verzeichnis „politikblogs.at“ an. Alle bis auf einen der Interviewpartner geben an, die Blog-Beiträge anderer zu kommentieren, um auf das eigene Weblog aufmerksam zu machen. 4 der insgesamt 12 Weblog-AutorInnen wurden mit einem ihrer Beiträge oder aufgrund ihrer Tätigkeit als BloggerIn in anderen Medien genannt. Explizit werden ORF, die Tageszeitungen „Der Standard“ und „Die Presse“ und Puls 4 angegeben, einer der Blogger hat aufgrund seiner Blogging-Aktivitäten, bereits in diversen Medien Erwähnung gefunden.

Journalistische Tätigkeit

Trotzdem bei der Stichprobenauswahl darauf geachtet wurde, keine Weblogs mit einzubeziehen, deren Autoren ihr Weblog explizit (lt. Selbstdarstellung im Weblog) als professionelles, journalistisches Angebot verstehen, konnte nicht davon ausgegangen werden, dass deren Autoren nicht in irgendeiner Weise journalistisch tätig sind oder waren. Daher wurde im Rahmen des Kurzfragebogens danach gefragt, um nicht im Interviewverlauf selbst, von der Tätigkeit des Bloggens abzulenken und die Interviewpartner in einen Rollenkonflikt zu bringen, falls sich herausstellt, dass sie auch journalis-

tisch tätig sind. So hat sich herausgestellt, dass 7 der insgesamt 12 befragten BloggerInnen haupt- oder nebenberuflich auch als Journalisten tätig sind. Die restlichen 5 Interviewpartner geben an sich im Journalismus zu arbeiten, wobei einer davon bereits Erfahrungen in diesem Bereich gemacht hat.

Die Weblog-Autoren folgender österreichischer Weblogs wurden befragt:

Rigardi.org – „Politik kommentiert“: <http://www.rigardi.org/>

Medienschelte – „Beispielhaftes, Fragwürdiges u. Diskussionswürdiges aus Boulevardmagazinen Kronen Zeitung/Österreich“: <http://www.medienschelte.at>

ZurPolitik – „Unabhängiges Blog aus Österreich mit Beiträgen zum politischen u. gesell. Weltgeschehen“: <http://zurpolitik.com/impresum/>

Wut im Bauch – „Zusammenfassung österreichischer, politischer Unkultur“: <http://wut-imbauch.wordpress.com/>

Andreas Lindinger – „Eine politische Vision“: <http://www.andreaslindinger.at/>

Gehirnspüler – „alltägliche Ereignisse und Gedanken“: <http://gehirnspueler.twoday.net/stories/4198431>

Wissen belastet – „Anmerkungen und lustiges zu den Bereichen Kunst, Internet, Web 2.0, Politik und vieles mehr“: <http://wissenbelastet.com/>

Helge's Blog: <http://www.helge.at/>

Polilog – „Ein Allround-Weblog, über Politik, die Gesellschaft, die Medien und das Web 2.0. Weitere Blogs“: <http://polilog.wordpress.com/>

Weltbeobachterin – „Immer ein Blick auf das Wesentliche“: <http://weltbeobachterin.blog.de/>

Andreame – „Hier bloggt Andrea über Kultur, Bildung, Politik, Theologie,...“: <http://www.andreame.at/>

4.3.4. Entwicklung des Leitfaden-Interviews

Für die Entwicklung des Leitfadens wurden die der Arbeit zugrundeliegenden theoretischen Überlegungen herangezogen und in Anlehnung an das von Cornelia Helfferich vorgeschlagene SPSS-Prinzip (Sammel, Prüfen, Sortieren und Subsumieren der Fragen) erstellt. Dieses Vorgehen dient dazu das „Grundprinzip der Offenheit zu wahren und dennoch für das Forschungsinteresse notwendige Strukturierungen vorzunehmen“⁸⁶¹. Bei der Erstellung des Leitfadens wurden folgende Anforderungen berücksichtigt⁸⁶²:

- Er muss insgesamt und in Bezug auf alle seine Teile (Einzelfragen) den Grundprinzipien der qualitativen Forschung entsprechen und Offenheit ermöglichen.
- Er darf nicht mit zu vielen Fragen überladen sein, damit ein „bürokratisches Abhaken“ einzelner Fragen vermieden wird.
- Er soll formal übersichtlich und gut handhabbar sein, um die Aufmerksamkeit der Interviewenden zu fördern.

⁸⁶¹ HELFFERICH, C. (2004), S. 165

⁸⁶² Vgl. dazu ebd. S. 160

- Die Zusammenstellung des Leitfadens sollte dem „natürlichen“ Erinnerungs- oder Argumentationsfluss folgen und nicht zu abrupten Sprüngen und Themenwechseln zwingen.
- Ein Ablesen der Fragen sollte vermieden werden.
- Priorität hat die spontan produzierte Erzählung.

Der sich daraus ergebende Leitfaden setzt sich aus 5 Fragenkomplexen und einem abschließenden Teil zusammen. Insgesamt wurden 14 Hauptfragen und 17 Unterfragen formuliert, wobei die untergeordneten Fragen optional zum Einsatz kamen, je nachdem ob die übergeordnete Fragestellung beantwortet wurde oder nicht. Aus der Beantwortung einzelner Fragen haben sich in manchen Fällen weitere Zusatzfragen während des Interviews ergeben, die nicht aufgelistet werden.

Der Leitfaden umfasste folgende Fragenkomplexe:

- Persönlicher Zugang
- Verbindung mit anderen Weblogs
- Anwendungsweise/Gebrauchsmuster bei der Nutzung von Weblogs
- Vergleich Weblogs und klassische Massenmedien
- Weblogs und politische Kommunikation
- Abschließend

Der erste Fragenkomplex enthielt offene Fragen zur persönlichen Motivation, zur Kommunikation im eigenen Weblogs und zu den Vorteilen des Weblog-Formats. Im zweiten Fragenkomplex ging es um die Relevanz anderer Weblogs und die persönliche kommunikative Beteiligung an der Blogosphäre sowie die Einschätzung, ob eine Art gegenseitiger Qualitätskontrolle bzw. dezentrale Korrektiv-Funktion in Weblog-Öffentlichkeiten erkennbar ist. Im dritten Teil des Interviews sollten Interviewpartner den Entstehungsprozess eines Blog-Eintrags von der Themenwahl bis zur Publikation beschreiben. Sie wurden nach persönlichen Richtlinien für das Betreiben des Weblogs insgesamt und das Aufbereiten der Inhalte befragt. Der vierte Teil beschäftigte sich mit dem Vergleich Weblogs und Massenmedien. Hier sollten die Weblog-Autoren die Unterschiede zwischen Bloggern und professionellen Journalisten in Hinblick auf die Verarbeitung von Themen beschreiben sowie das Verhältnis zwischen den beiden Bereichen einschätzen. Im letzten Fragenkomplex ging es um eine persönliche Einschätzung des (potentiellen) Einflusses von Weblogs im Bereich der politischen Kommunikation und die Frage, ob sich durch Social Software im Allgemeinen und Weblogs im Besonderen, öffentlichkeitsstrukturelle Veränderungen verorten lassen. Abschließend wurde nach den Erwartungen, welche ursprünglich mit der Tätigkeit des Bloggens verbunden wurden, gefragt. Ganz zuletzt wurde den Interviewpersonen noch einmal die Gele-

genheit gegeben, eigene Relevanzen zu setzen und ergänzend, als persönlich wichtig erachtete Aspekte zu nennen. Der konkrete Leitfaden wird dem Anhang beigelegt.

4.4. Datenauswertung

4.4.1. Auswertungsmethode

Die Auswertung der Interviews erfolgte nach dem systematischen und regelgeleiteten Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse nach Phillip Mayring⁸⁶³. Im Rahmen dessen wurde die spezielle Form der inhaltlichen Strukturierung gewählt, mit dem Ziel, die für die Forschungsfragen relevanten Inhalte, Aspekte und Themen herauszuarbeiten.⁸⁶⁴ Die qualitative Inhaltsanalyse stellt eines der, in der Kommunikationswissenschaft etabliertesten Auswertungsverfahren dar und besitzt den Vorteil, dass das zu analysierende Material „immer in seinem Kommunikationszusammenhang verstanden“⁸⁶⁵ wird. Im Rahmen der qualitativen Inhaltsanalyse ist es daher wesentlich, immer auch anzugeben, auf welchen Teil im Kommunikationsprozess man seine Schlussfolgerungen bezieht (Analyseeinheiten). Im Zentrum der qualitativen und inhaltlich strukturierten Inhaltsanalyse steht die Entwicklung eines theoriegeleiteten Kategoriensystems, welches die Nachvollziehbarkeit der Analyse gewährleisten soll.

4.4.2. Durchführung der Auswertung

4.4.2.1. Transkription

Die elf mündlichen Interviews wurden digital aufgezeichnet. Die anschließende Verschriftlichung, der als Audiodateien vorliegenden Gespräche, erfolgte wörtlich⁸⁶⁶ ohne non-verbale Äußerungen zu berücksichtigen. Sowohl die Vorstellung, die nochmalige Darstellung der Befragungsziele sowie der Verweis auf die Verwendung eines Aufnahmegerätes wurden nicht transkribiert. Aussagen und Gesprächspassagen in denen eher abschweifend Aspekte besprochen wurden, die für die Auswertung nicht relevant waren, wurden bei der Transkription weggelassen, allerdings gekennzeichnet und paraphrasiert wiedergegeben. Im Rahmen der wörtlichen Transkription wurde eine Übertragung in normales Schriftdeutsch durchgeführt, so dass Dialekte nicht übernommen und auch Fehler im Satzbau behoben wurden. Da weder der konkrete Formulierungsstil noch die sprachlich Ausdrucksform der Interviewten für die Auswertung relevant waren, kann damit eine bessere Lesbarkeit der Transkripte gewährleistet werden.⁸⁶⁷

⁸⁶³ MAYRING, P. (2008): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken.

⁸⁶⁴ Vgl. MAYRING, P. (2008), S. 89

⁸⁶⁵ MAYRING, P. (2008), S. 42

⁸⁶⁶ D.h. es wurde eine vollständige Verschriftlichung des verbal erhobenen Materiale verfasst, welche die Basis für die darauffolgende interpretative Auswertung darstellt.

⁸⁶⁷ Vgl. MAYRING, P. (2002), S. 91

4.4.2.2. Festlegung der Analyseeinheiten

Um die Präzision der Inhaltsanalyse zu erhöhen, wurden nach Mayring in einem ersten Schritt zunächst die Analyseeinheiten für die Auswertung festgelegt.⁸⁶⁸ Die Auswertungseinheit legt fest, welche Textteile jeweils nacheinander ausgewertet werden. In der vorliegenden Untersuchung bilden die transkribierten Leitfadeninterviews 1-11 die Auswertungseinheit. Die Kodiereinheit definiert, welches der kleinste Materialbestandteil ist, der ausgewertet werden darf. Als Kodiereinheit gelten einzelne Sätze oder auch Halbsätze die sinnszusammenhängend vorliegen und denen bestimmte inhaltliche Aspekte entnommen werden können. Zuletzt wurde die Kontexteinheit bestimmt. Dies ist nach Mayring jene Analyseeinheit, welche den größten Textbestandteil festlegt, der unter eine Kategorie fallen kann. Dazu zählen in dieser Untersuchung alle Antworten der Interviewpartner auf die jeweiligen Fragen. Nachdem für die Auswertung die inhaltliche Strukturierung als konkrete Technik für die Inhaltsanalyse gewählt wurde, geht es darum inhaltliche Aspekte aus dem Material herauszuarbeiten.⁸⁶⁹

In einem zweiten Schritt erfolgte die Erarbeitung des Kategoriensystems, anhand dessen der Text bearbeitet werden sollte. Die Aufstellung des Kategorienschemas erfolgte deduktiv. Eine deduktive Kategoriendefinition bestimmt das Auswertungsinstrument durch theoretische Überlegungen, die an das Material herangetragen werden. Aufgrund der oben formulierten Forschungsfragen für die empirische Untersuchung wurden entsprechende Kategorien gebildet. Nach der Festlegung des Kategoriensystems wurden in einem ersten Probedurchlauf vier der Interviews bearbeitet, indem das Material den jeweiligen Kategorien zugeordnet wurde. Für die Bearbeitung der restlichen Interviews wurde ein Kodierleitfaden erstellt, in welchem eine exakte Beschreibung der jeweiligen Kategorien erfolgte. Dazu wurden die Kategorien definiert⁸⁷⁰ und Ankerbeispiele⁸⁷¹ zu den einzelnen Unterkategorien direkt aus dem Analysematerial festgelegt. Dieses Kategoriensystem⁸⁷² wurde in einem weiteren Probedurchgang, diesmal unter Einbezug aller Interviews erneut an das Material herangetragen, um notwendige Adaptierungen in Bezug auf die Kategorien und Ankerbeispiele vorzunehmen. Dabei wurden die Fundstellen im Material farblich markiert und durch Vermerkungen am Seitenrand den jeweiligen Kategorien zugeordnet. Für Kategorien bei denen Abgrenzungsprobleme feststellbar waren, wurden entsprechende Kodierregeln formuliert, um eine eindeutige Zuordnung zu ermöglichen. Die Fundstellen aus dem Analysematerial wurden pro

⁸⁶⁸ Vgl. Ebd. S. 53

⁸⁶⁹ Vgl. Ebd. S. 89

⁸⁷⁰ Bei der Definition der Kategorien erfolgt eine genaue Festlegung, welche Kategorien unter eine Kategorie fallen. Vgl. MAYRING, P. (2008), S. 83

⁸⁷¹ Als Ankerbeispiele werden konkrete Textstellen aus dem vorliegenden Material angeführt, die unter eine Kategorie fallen und als besonders beispielhaft für die jeweilige Kategorie gelten sollen. Vgl. MAYRING, P. (2008), S. 83

⁸⁷² Das Kategoriensystem wird im Anhang beigelegt.

Interview und Unterkategorie herausgeschrieben, in eine Tabelle übertragen und im Anschluss pro Analysedimension (Kategorie) paraphrasiert.

Nach dem Hauptmaterialdurchlauf wurden die Ergebnisse entsprechend der Analysetechnik der inhaltlichen Strukturierung zusammengefasst und aufgearbeitet. Dabei wurde das in Paraphrasen extrahierte Material zuerst pro Unterkategorie, danach pro Hauptkategorie zusammengefasst.

4.5. Forschungsergebnisse und Interpretation

Im folgenden Abschnitt werden nun die Ergebnisse der Untersuchung anhand der Forschungsfragen dargestellt. Dazu werden zunächst die Ergebnisse der einzelnen Kategorien diskutiert und anschließend Forschungsfragen, welche der empirischen Analyse zugrundeliegen beantwortet.

- Forschungsfrage 1: *Welche Gemeinsamkeiten lassen sich in Hinblick auf den persönlichen Zugang zur Tätigkeit des Bloggens bzw. zur Nutzung des Weblog-Formats bei der Gruppe der politisch orientierten Weblog-Autoren feststellen?*

Motivation

Um die Motive der Weblog-Autoren für das Unterhalten eines Weblogs zu erkunden, wurden die Interviewpartner offen danach gefragt, worum es ihnen bei der Tätigkeit des Bloggens geht.

Das meistgenannte Motiv für die Tätigkeit des Bloggens war die Bereitstellung von Informationen und der Meinungs austausch mit anderen.

I_1: *„Dass man [...] die eigenen Interessen oder die eigenen Schwerpunktthemen, die einen besonders interessieren, [...] auch die eigene Meinung [...], dass man die der Öffentlichkeit zugänglich macht.“*

I_3: *„Und dann bin ich drauf gekommen, dass mich grundsätzlich Politisches sehr interessiert und das es viele Dinge gibt, bei denen ich das Gefühl habe, es wissen nicht sehr viele Menschen und [dazu gehört] einfach ein bisschen Information verbreitet.“*

I_8: *„In erster Linie geht es uns darum aufzuzeigen, wie Nachrichten gemacht werden oder wie Zeitungen gemacht werden und wie Geschichten gemacht werden und wie das auch von der Blattlinie abhängt. [...]. Das ist das was uns interessiert [...].“*

Vielen BloggerInnen geht es darum eigenes Wissen zu verbreiten, Inhalte die für sie besonders relevant sind anderen zugänglich zu machen und die eigenen Perspektiven und Meinungen einer öffentlichen Debatte auszusetzen.

I_1: *„Also [...] dadurch, dass ich mich für [...]den alltagspolitischen Diskurs interessiere, ist es eigentlich etwas, über das ich mich selbst informiere und gleichzeitig auch andere mit dem Blog informieren kann. Also der Informationsaspekt und der Kommunikationsaspekt. Dass man sich*

durch den Dialog auf dem Blog mit den Lesern zu politischen Themen unterhalten kann, Anregungen bekommt und natürlich durch Vernetzung mit anderen Plattformen, Social Networks usw. kann man das vertiefen.“

I_4: „[...] ich habe mir einfach einmal gedacht, ich will zu politischen Themen irgendwo meine Kommentare veröffentlichen und diskutieren können. Das ist eigentlich bis heute die Hauptmotivation geblieben. Einfach einmal die eigene Meinung zu publizieren und einer öffentlichen Debatte auszusetzen.“

Für die beiden Blogger die in ihrem Weblog Medienkritik betreiben ist es vor allem eine öffentliche „Korrektiv-Funktion“, die sie übernehmen wollen, da es in Österreich keinen Presserat gibt und es ihnen wichtig ist, sich damit auseinanderzusetzen, wie österreichische Boulevardmedien berichten und arbeiten und andere Menschen darüber zu informieren.

I_8: „Also eine Hauptmotivation ist für mich eine Art öffentliches Korrektiv zu installieren, das meiner Meinung nach in Österreich total wichtig ist, weil es keinen Presserat gibt und zwar die Boulevardmedien einerseits öffentlich sehr stark kritisiert werden, aber sie werden immer nur sehr allgemein kritisiert, aber niemand schaut sich wirklich konkret an worüber berichten sie und wie berichten sie. Und da denke ich ist so ein Blog eine ganz gute Möglichkeit diese Art der Korrektur zu bilden.“

Für einige Weblog-AutorInnen ist mit der Tätigkeit des Bloggen auch das Kennenlernen anderer Sichtweisen und Perspektiven und der Gedankenaustausch mit Menschen die sich für ähnliche Dinge interessieren verbunden. Die eigenen Inhalte sollen Diskussionen anregen, die Auseinandersetzung der Besucher mit bestimmten Themen fördern und andere Menschen zum Nachdenken bewegen.

I_6: „Und natürlich will ich ein bisschen was verändern, auch wenn's nur so ein kleines Stückchen Veränderung ist. So simple Sachen wie, wieso ich etwas so sehe oder wieso ich der Meinung bin – klassisches Beispiel, das sehr oft in meinem Blog vorkommt und das ich einfach zurückdrängen will – ist [...] das Thema FPÖ und wieso die so verabscheuungswürdig ist.“

Insgesamt ist in Bezug auf die Motivation für das Betreiben eines Weblogs, durch das vielfach formulierte Bedürfnis andere Menschen zu informieren und auf bestimmte Aspekte oder Themen aufmerksam zu machen sowie über den Austausch mit anderen selbst zu Informationen und neuen Perspektiven zu gelangen, eine starke Öffentlichkeitsorientierung der AutorInnenen erkennbar. Fast ebenso häufig, wurde der persönliche Ausdruckswille, als Motiv für das Betreiben eines Weblogs von den Befragten angesprochen. Viele Blogger nutzen ihr Weblog, um mit Hilfe dessen ihre eigenen Gedanken, Meinungen und persönlichen Sichtweisen nach außen zu tragen. Für eine/n der BloggerInnen geht es z.B. darum, durch das Publizieren eigener Meinungen und Stellungnahmen, das persönliche politische Interesse zum Ausdruck zu bringen.

I_10: „Mein politisches Interesse ist schon vor sehr langer Zeit geweckt worden und durch das Bloggen habe ich die Möglichkeit meine Meinung selbst zu publizieren. Und für mich ist auch wichtig, dass Leute kommentieren, ihre Meinung dazu abgeben, um [...] weitere Informationen zu erhalten.“

Ein anderer Interviewpartner beschreibt das Bloggen als Egomane, da es ihm sehr wichtig ist, anderen Menschen seine persönlichen Ansichten mitzuteilen und nicht das persönliche Umfeld damit zu. Zwei der Befragten nennen auch die Lust am Schreiben als Motivation zum Bloggen und die mit Blogs verbundene Möglichkeit, die eigenen Texte auch publizieren zu können als Motivation.

I_7: „Also meine Motivation für's Bloggen ist dass ich einfach eine Form gefunden habe, wie ich die Dinge, die ich schreibe und zu denen ich schreibe einfach gut publizieren kann.“

I_9: „[...] mich hat es immer schon gefreut zu schreiben und ich wollte ursprünglich auch in die Richtung gehen, also Journalismus. Habe früher halt auch viel geschrieben und ein Blog war dann irgendwie eine gute Möglichkeit das öffentlich zu machen mit Feedback, ohne dass du gleich bei einer Zeitung oder sonst wo arbeiten musst. Und es war [für mich auch] einfach interessant zu schauen, was andere Leute zu deinen Gedanken sagen.“

Ein Blogger spricht ein gewisses „Hilflosigkeitsgefühl“ an, das er manchmal gehabt habe und jetzt mit dem Weblog einen Weg gefunden zu haben, um den Druck abzulassen und die Unzufriedenheit mit manchen politischen Gegebenheiten öffentlich zu kommunizieren.

I_3: „Meine Motivation drückt für mich letztendlich eh der Name des Blog aus: Zeitunglesen ärgern, Zeitunglesen ärgern, Zeitunglesen ärgern und irgendwann kommt dann der Punkt, wo man sagt, ok entweder lässt man das Lesen einfach, weil es frisst einen nur innerlich auf, wenn es einem so wichtig ist, oder man macht zumindest irgendwas dagegen. [...] Ich habe mir gedacht, ich will den Frust [beim Zeitunglesen] nicht mehr an mir fressen lassen und [darauf] schauen, dass ich [diesen Frust] auch anderen Leuten mitteile.“

Von drei der befragten BloggerInnen ist die private Dokumentation von eigenen Gedanken oder interessanten Aspekten, mit denen sie sich selbst bereits irgendwann einmal auseinander gesetzt haben, als Motivation für das Betreiben eines Weblogs genannt. Sie geben an ihren Blog auch als persönliches Archiv zu verstehen. Ein InterviewpartnerIn bezeichnet sein Weblog als eine „Art Zeitdokument“, von ehemaligen Gedanken und Auseinandersetzungen. Einer der Befragten nutzt sein Blog immer wieder auch einmal, um Links und Themen nachzuschauen. Für einen weiteren der Weblog-AutorInnen dient der eigene Blog als ein Ort der persönlichen Reflexion, welche durch die „Technologie Hypertext“ durchaus verbunden ist mit den Texten und Standpunkten anderer, so dass ein „Netz von Gedanken“ entsteht, „mit einer Summe, die größer ist als ihre Einzelteile“. Die Kontaktpflege wird von keinem der befragten BloggerInnen als Motiv für das Betreiben ihres Weblogs genannt. Nur ein Blogger gibt an, dass es ihm beim Bloggen auch darum geht, den Kontakt zu politisch interessierten Personen oder zu jenen, die in der Politik tätig sind, zu knüpfen.

Insgesamt kann in Bezug auf die Motivation festgestellt werden, dass die Motive für das Betreiben eines Weblogs doch sehr unterschiedliche sind und im Grunde nur weni-

ge Gemeinsamkeiten zwischen den Befragten identifiziert werden können. Trotzdem werden insgesamt eine starke Öffentlichkeitorientierung, ein starker persönlicher Ausdruckswille und das Bedürfnis, sich über die eigenen Inhalte und Perspektiven mit anderen Menschen auszutauschen, erkennbar.

Vorteile Weblogs

Für die Mehrheit der befragten BloggerInnen liegt der größte Vorteil von Weblogs im Format selbst bzw. den damit verbundenen technischen Funktionen der Weblog-Software.

I_10: *„Weblogs sind einfach aufgebaut. Man kann in kürzester Zeit Einträge online stellen. Das ganze System mit den Kommentaren und so läuft einwandfrei und ich muss keine Wartungsarbeiten durchführen. Und es hat eine schöne Archivfunktion.“*

I_5: *„Im Vergleich zu z.B. persönlichen Homepage ist natürlich der technische Aufwand bei Weblogs viel geringer. Es gibt ja erstens kostenloses Tools, also so was wie Wordpress, die man nutzen kann, die die ganze Distribution, das ganze Layouten eigentlich in den Hintergrund stellen. Man kann sich voll auf den Text und den Inhalt konzentrieren. Das ist für mich das Wichtigste, weil ich mich nicht täglich und stundenlang damit befassen will, wie stelle ich jetzt den Text zur Verfügung, wie mache ich ihn verlinkbar, wie verlinke ich selber, sondern das ist über dieses Tool sehr sehr einfach.“*

Die umgekehrte Chronologie der Beiträge, welche die Texte gut auffindbar macht, sowie die Blogroll gelten für einen der Befragten zu den Grundelementen eines Weblogs, welche das Schreiben generell wesentlich erleichtern. Damit wird die Gesamtdistribution deutlich vereinfacht und das Publizieren als einfacher und flüssiger wahrgenommen. Der einfache Aufbau und die Möglichkeit des schnellen Publizierens sowie die Kommentar- und Archivfunktion werden ebenfalls genannt.

I_6: *„Ein Blog ist für mich ja auch ein persönliches Archiv, davon was ich mir in der Vergangenheit einmal gedacht habe.“*

I_3: *„Was ich am Blogging sehr cool finde, ist das Feature, dass wenn du auf einen anderen [Blogger] verlinkst, dass er automatisch bei den Kommentaren [informiert wird], also die Trackbacks. Das finde ich schon extrem cool und das ist ja auch ein zentraler und wichtiger Teil vom Bloggen, finde ich.“*

I_4: *„Mir gefällt die gleichberechtigte Art der Diskussion. Also sie ist nicht 100% gleichberechtigt in Blogs, weil es natürlich immer einen Autor gibt. Aber dann darunter [kann kommentiert werden].“*

Zwei der Befragten schätzen vor allem auch die Trackback-Funktion von Weblogs und halten die automatische Benachrichtigung, sobald jemand anderer auf einen eigenen Beitrag verlinkt für sehr praktisch. Ein Blogger gibt an, dass ein zentraler Vorteil von Weblogs die Permalinks sind, denn damit bleiben die Texte tatsächlich permanent zugänglich, so dass sie überhaupt erst Bestand in Debatten haben können. Die RSS-Funktion wird von den meisten BloggerInnen genutzt und wird von manchen auch ex-

plizit als Vorteil genannt, indem das Verbreiten von Informationen wesentlich vereinfacht wird und in entscheidender Weise dazu beiträgt mit der Fülle an Informationen im Internet umzugehen.

I_5: *„Andere können das per RSS-Feed abonnieren, was ich für die größte Errungenschaft der letzten Jahre halte. [...]. Damit lassen sich Informationen und das sind Weblogs oder das was ich schreibe im engsten Sinne auch, sehr sehr schnell verbreiten und damit auch für andere sehr schnell und einfach zugänglich machen. [...] können alle die wollen darauf zugreifen, was bei Foren z.B. nicht gegeben ist.“*

Neben den v.a. technischen Vorteilen des Weblog-Formats, ist es auch die Möglichkeit des niederschweligen Publizierens, welche die Weblog-Nutzung besonders attraktiv macht.

I_1: *„[...] grundsätzlich kann sich jeder sehr schnell auf WordPress oder auf Blogger anmelden und dort sofort [mit dem Bloggen] loslegen. [...] Die Einstiegshürde ist sehr gering.“*

I_8: *„[...] weil's einfach geht und weil man wenig Aufwand braucht, um über solche Sachen zu schreiben. [...] Mit quasi keinen Mitteln so etwas aufzubauen, da ist eigentlich schon der Blog [...], die einzige Möglichkeit so etwas zu machen.“*

I_4: *„Also es ist eine ziemliche Vertiefung von Kommunikation möglich. [...] es gibt auch weder räumliche Grenzen, noch Grenzen von Status oder so. Man kann wirklich auf jeden zugehen und jeder kann auf dich zugehen.“*

Für einige ist das Weblog ein gutes Publikationsmedium, mit dem man sehr einfach und ohne großem technischem Aufwand oder finanziellen Mitteln, eigene Standpunkte und Themen präsentieren und einer großen Leserschaft zugänglich machen kann.

I_1: *„Blogs sind sicher die einfachsten Medien, mit denen man Öffentlichkeit erlangen kann.“*

I_10: *„Ich denke [das Weblog] ist ein gutes Medium zum selbst Publizieren. Wenn man sich bemüht, bekommt man viele Leser auf seinen Blog. Man hat die Möglichkeit, dass eben unzählige Leser die eigenen Meinungen und Standpunkte lesen können. Und ich möchte nicht darauf verzichten. Es ist für mich sehr wichtig, dass ich diese Möglichkeit habe.“*

Von zwei der BloggerInnen wird außerdem die eigene Gestaltungsfreiheit als Vorteil von Weblogs genannt. Einer der Befragten, der sein Weblog nicht bei einem kommerziellen Blog-Anbieter, sondern auf einem eigenen Server betreibt, beschreibt sein Weblog z.B. als eine Art „Wohnzimmer“, das er je nach Lust und Laune frei und unabhängig gestalten kann, was ihm besonders wichtig ist und Spaß macht.

I_2: *„[...] mein Blog ist irgendwie so das Wohnzimmer. Das ist mein Server, das kann ich gestalten, wie ich will. Da kann ich machen, was ich will. Da probiere ich mal was aus und spiele herum. Da schreibe ich und wenn ich irgendetwas ändern will, dann mach ich das einfach. Das ist halt [...] mein Haus, mein Reich [...].“*

Ein weiterer Blogger sieht einen persönlichen Vorteil v.a. auch darin, dass es durch das Bloggen möglich ist Menschen online kennen zu lernen, mit denen er dann im persönlichen Gespräch über politische Themen diskutieren und sich austauschen kann.

Für eine/n anderen BloggerIn ist vor allem der kommunikative Austausch mit Menschen über räumliche und zeitliche Grenzen hinweg ein wesentlicher Vorteil an Weblogs. Der freie und offene Zugang macht den Austausch mit anderen und das Kennenlernen anderer Standpunkte und damit verbunden gewissermaßen auch die Überprüfung der eigenen Meinung möglich.

I_6: *„Im Blog kann man sich ein besseres Bild von der Einstellung des Menschen machen, der etwas schreibt im Vergleich zu einem Eintrag in einem Forum z.B. Ich finde schon, wenn man eine Weile mitliest, dann lernt man den Menschen dahinter doch ein bisschen kennen.“*

Erwartungen

Die Mehrheit der befragten Blogger gibt zwar an, ursprünglich keine konkrete Erwartungen in Bezug auf die Besucherzahlen des eigenen Weblogs für sich formuliert zu haben, es ihnen aber schon wichtig ist eine bestimmte Menge an LeserInnen zu erreichen und sich eine Öffentlichkeit zu schaffen, weil das für manche auch eine zusätzliche Motivation darstellt.

I_9: *„Es wäre schon schön, [...] wenn's mehr Leute lesen würden, weil's mehr Freude macht, wenn du weißt den Text liest dann auch jemand oder überhaupt, das was du da hineinstellst.“*

I_10: *„Am Anfang war mir das gar nicht wichtig. Es interessiert mich natürlich wer meinen Blog über RSS abonniert hat. Und schön langsam ist es so, dass sich die Besucherzahlen auf einem gewissen Pegel einpendelnd und der passt mir. Der schlägt manchmal nach oben, manchmal nach unten. Ich merke, wenn ich jetzt so häufig blogge, kommen auch die Besucher.“*

I_3: *„Ich bin nicht eingestiegen und hab mir erwartet, so und jetzt bekomme ich so die wahnsinnig vielen Leser und Leserinnen. [...] Ich bin natürlich froh, dass es immer mehr werden. Und dann schaue ich mir schon die Statistik an [...]“*

Einer der Interviewpartner gibt z.B. an, dass man v.a. dann, wenn die Qualität des Blogs stimmt und auch bewusst die Interaktion mit anderen Bloggern und den Lesern fördert, sicher die Erwartung hat, der persönliche Einsatz würde sich auch in den Besucherzahlen niederschlagen und geht erfahrungsgemäß auch davon aus, dass es das auch tut. Für ihn sind Rückmeldungen in Form von Besucherzahlen und Kommentaren wichtig, um seiner Tätigkeit als Blogger einen zusätzlichen Sinn zu verleihen. Einige BloggerInnen geben auch an, dass es im Vorhinein oft sehr schwer abschätzbar ist, welche Einträge besonders viele Leser auf sich ziehen und welche nicht und sie in manchen Fälle auch überrascht über die Resonanz zu manchen Texten sind. Ein Blogger hat sich auch vorgenommen, seine Öffentlichkeit in nächster Zeit zu vergrößern und als Produzent politischer Inhalte ein bisschen relevanter zu werden, indem er sein Weblog gänzlich neu gestaltet und versucht, eine größere Sache daraus zu machen. Damit möchte er auch dazu beitragen, dass Verständnis für Weblogs insgesamt zu fördern.

Viele Weblog-AutorInnen geben an, zu Beginn eigentlich keine konkreten Erwartungen mit der Tätigkeit des Bloggens verbunden zu haben. Einigen ging es in erster Linie darum, das Medium auszuprobieren und abzuwarten was sich im Laufe der Zeit ergibt und was sie daraus machen können. Vieles hat sich einfach ergeben, ohne vorab genaue Zielsetzungen formuliert zu haben. Einige geben an in einer Zeit mit dem Bloggen begonnen zu haben, in der überhaupt noch nicht so klar war, was damit eigentlich möglich ist, so dass das Bloggen zunächst eher ein Experiment, war als genaue Vorstellungen zu haben, wohin sich das entwickeln sollte.

I_9: *„Aber ich wollte in erster Linie einmal irgendetwas ins Netz hauen und schauen was passiert. Erwartungen habe ich für mich eigentlich nicht wirklich formuliert.“*

I_10: *„Also wie ich 2005 mit dem Bloggen begonnen habe, hatte ich schon einiges darüber gehört und hab's dann einfach mal probiert.“*

I_1: *„Es gibt viel, was sich einfach ergibt und wo man dann auch spontan sein muss.“*

I_5: *„Also ich habe vor allem noch in einer Zeit angefangen, wo das noch nicht so verbreitet war. Das war so die Phase wo gerade alle angefangen haben, so ein bisschen sich herumzutasten und dadurch waren die Erwartungen [nicht so groß]. Man wusste noch nicht wirklich was dort passiert und ob das überhaupt irgendetwas [...] mit diesem Bloggen wird. Aber es war schon absehbar, dass es nicht völlig bedeutungslos ist, deshalb waren keine Erwartungen da.“*

Dass die eigenen Beiträge eine gewisse Resonanz hervorrufen, wird von manchen der befragten BloggerInnen durchaus erwartet. Eine Weblog-Autorin gibt an, sie würde sich wünschen gehört zu werden und dadurch vielleicht ein bisschen etwas zu verändern, glaubt aber auch, dass sie dafür investigativer an das Bloggen herangehen müsste, was für sie aus zeitlichen Gründen allerdings nicht möglich ist. Ein anderer Blogger ist sich zwar bewusst, dass sein Bloggen mit Sicherheit keine Revolution auslösen würde, es aber als zusätzliches Mittel des politischen Engagements durchaus einen Effekt in kleinerem Rahmen haben kann.

I_6: *„Dass ich gehört werde und dass sich vielleicht was ändert. [...] [...] das hoffe ich zumindest. Zuletzt stirbt die Hoffnung. Aber da müsste man wahrscheinlich auch investigativer unterwegs sein und Skandale aufdecken, aber da fehlt mir die Zeit.“*

I_3: *„Eine Revolution wird es nicht auslösen. Das ist mir schon bewusst, aber es geht auch um die Zielsetzung und ich glaube, das ist so eine zusätzliche Sache, die durchaus schon einen Effekt haben kann.“*

Die Resonanz auf Texte ist für einen weiteren Blogger nur sehr schwer einschätzbar, daher können in Bezug darauf auch keine konkreten Erwartungen formuliert werden. Eine weitere von manchen Interviewpartnern angesprochene Erwartung in Hinblick auf das Betreiben ihres Weblogs bezieht sich auf die Diskussionen im Blogs. Einige Blogger würden sich wünschen, dass sich zu ihren Texten mehr Diskussionen entwickeln und ein intensiverer Austausch mit anderen zu bestimmten Aspekten stattfindet. Ein

Blogger gibt an, dass Weblogs sich erfahrungsgemäß, trotz gegenteiliger anfänglicher Erwartung, nur bedingt als Diskussionsplattform eignen. Für ihn ist das aber nicht so schlimm, da er über sein Weblog die Möglichkeit hat, Menschen kennen zu lernen, mit denen er dann im persönlichen Gespräch politische Diskussionen führen kann.

I_9: „Es wäre schon schön, wenn auf meinem Blog ein bisschen mehr Leute diskutieren würden [...].“

I_1: „Und dann hat man auch die Erwartung, dass sich zu ein paar Themen Diskussionen entwickeln und dass man woanders und in anderen Blogs erwähnt wird, verlinkt wird, aufgegriffen wird oder dass sich im eigenen Blog Diskussionen ergeben. Das ist eigentlich das worauf man hinaus will als Blogger, denke ich.“

I_5: „Als Diskussionsplattform scheint es sich nur sehr bedingt zu eignen. Das hatte ich am Anfang eigentlich erwartet.“

I_5: „Ich glaube ich hatte mir etwas mehr Diskussion erwartet. Also im Sinne von inhaltlichem Diskurs. Das wurde relativ schnell enttäuscht. Ist aber insofern nicht schlimm [...] dass ich dann durch das Bloggen Leute kennen lerne, mit denen ich eben diesen politischen Diskurs führen kann.“

Dass man von der Tätigkeit des Bloggens in finanzieller Hinsicht leben kann, hat sich keiner der BloggerInnen erwartet. Die beiden Weblog-Autoren, die einen medienkritischen Blog betreiben, wollten zwar ursprünglich kostendeckend arbeiten, d.h. die Ausgaben für den täglichen Zeitungskauf durchs Bloggen wieder einnehmen, allerdings ist ihnen das aufgrund eines fehlenden „Business-Modells“ und ihrer Abneigung aggressive Medienkritik zu betreiben, was sie für notwendig halten würden, um auch Einnahmen generieren zu können, bisher noch nicht gelungen. Sie geben aber an, ihr Verlust würde sich durchaus in Grenzen halten, so dass es nicht allzu schlimm ist, dass diese Erwartung bisher enttäuscht wurde.

I_8: „Man merkt halt schon recht schnell, dass Geld damit zu verdienen, eigentlich recht schwer ist. Außer man ist wirklich dahinter. Also v.a. auf die Art und Weise wie wir das machen, geht das nicht wirklich. Und ich glaube die Verluste, die wir bisher gemacht haben, halten sich in Grenzen.“

I_1: „Realistisch kann man sich jetzt nicht erwarten, dass man [...] eine österreichische „Huffington Post“ o.ä. macht. Oder dass man davon leben kann. Man muss es auch immer im richtigen Kontext sehen. Und da sind die Möglichkeiten in Österreich eher begrenzt.“

In zwei Fällen wurden auch Erwartungen in Hinblick auf sich selbst formuliert. Einer der befragten Blogger gibt z.B. an neben den quantitativen, in Bezug auf Besucherzahlen und Resonanz vor allem auch qualitative Erwartungen mit der Tätigkeit des Bloggens zu verbinden.

I_1: „Und ich glaube die wichtigsten Erwartungen sind eigentlich die Qualitätsanforderungen, die man an sich selbst hat. [...].“

Die persönlichen Qualitätsanforderungen des Bloggers, beziehen sich auf die verfassten Texte und Inhalte sowie die Vorstellung durch eine eigene Argumentationslinie, ein

Interesse an bestimmten Themen und gezielten Schwerpunktsetzungen, ein markantes persönliches Profil schaffen zu können. Auch die Erwartung mit den eigenen Perspektiven und Texten einen Beitrag zur Bewusstseinsbildung zu leisten und die Hoffnung durch die eigenen Auseinandersetzungen in den Blog-Beiträgen auch in der Einstellung mancher Menschen etwas verändern zu können wird genannt.

I_6: *„Und das war dann vielleicht auch die größte Erwartung am Anfang, den anderen manches bewusst machen zu können. Mittlerweile ist diese Illusion natürlich hinfällig, weil mir klar ist, dass diese Leute keine Politik-Blogs lesen. Darum versuche ich auch öfter mal was ganz anderes hinein zu nehmen, so dass sie vielleicht über einen anderen Eintrag zu politischen Themen kommen.“*

I_3: *„Und es ist natürlich schon dafür da, dass ich mir denke ‚in gewisser Weise eine kleine Veränderung bewirkt es vielleicht‘. Ich mache es nicht rein damit es mir selbst nicht gar so schlecht geht, sondern ich hoffe schon, dass es eine gewisse Art der Veränderung bewirkt. Vielleicht dass Leute ein bisschen sensibler werden bei manchen Themen.“*

Ein anderer Interviewpartner hat sich vor allem erwartet, dass das Bloggen Spaß machen würde, ohne eine genaue Vorstellung davon zu haben. Es war dem Befragten immer schon ein Anliegen eine eigene Präsenz im Internet zu haben und dafür hat sich ein Weblog gut angeboten.

- Forschungsfrage 2: *Lassen sich bei den politisch orientierten Bloggern gemeinsame Praktiken in Bezug auf die Nutzung des Weblog-Formats und die Aufbereitung der Inhalte verorten?*

Themenfindung

Für die meisten BloggerInnen stellt die Nutzung von anderen Medien den Ausgangspunkt für die eigene Themenfindung dar. Genannt werden sowohl die Online-Angebote der Massenmedien als auch Zeitungen und das Internet generell, in welchen die BloggerInnen auf Informationen stoßen oder auch gezielt nach neuen Themen recherchieren, die sie in einem Blog-Eintrag verwerten oder Aspekte finden, die sie näher beleuchten und mit denen sie sich tiefergehend auseinandersetzen wollen.

I_10: *„Ich recherchiere meistens die Online-Medien und da durchforste ich die österreichischen Tageszeitungen, den Standard, die Presse oder auch ORF.at und suche nach einem Thema das relevant ist, aus Politik oder Medien oder Gesellschaft.“*

I_6: *„Zum Beispiel gibt es irgendein Thema, das in den Medien vorkommt und das ich lese und dann habe ich plötzlich eine Idee und denke mir ‚darüber muss ich bloggen‘. Und dann gibt es wieder Dinge, da überlege ich schon länger ob und wie ich darüber schreibe.“*

I_8: *„Meistens ist es halt so, dass jeder liest und wenn er etwas findet, dann schreibt er darüber. Es kommt selten vor, dass wir die selben Sachen finden, weil wir da auch mit einer unterschiedlichen Intensität dran gehen [...]“*

I_3: „Sonst Themenfindung? Ja, ORF.at habe ich auch als RSS-Feed und da schaue ich öfter mal nach.“

Auch ein simples Fundstück auf YouTube oder ein einfacher Link auf eine andere interessante Website, wird in manchen Fällen als Blog-Eintrag verwertet.

I_7: „Und dann gibt es, das sind sicher viele auch politische Beiträge auf meinem Blog, eher ein Stück reagieren auf Dinge, die passieren. [...]. Manchmal ist es nur ein simples Fundstück auf YouTube, weil ich mir denke ‚ma, das ist cool, das muss jemand anderer auch sehen‘. Und manchmal sind es sehr lange, sehr differenzierte Texte.“

I_2: „Oder es kann sein, dass ich irgendetwas Interessantes im Internet finde.“

Einige BloggerInnen geben explizit an, dass neben den klassischen Massenmedien und anderen Medienformaten im Internet, manchmal auch andere Weblogs, über deren Aktualisierungen sich die meisten BloggerInnen über RSS-Feeds informieren lassen, als Quelle für die eigene Themenfindung dienen.

I_3: „Eine andere Sache ist dann, dass ich eben andere Blog-Feeds lese und da auf Themen stoße. Oder manchmal einfach auch nur zu anderen Dingen, die ich für interessant halte verlinke“.

I_2: „Dann kann es auch sein, dass ich in einem anderen Blog etwas lese.“

Neben der Mediennutzung und das Lesen anderer Weblogs sind auch aktuelle politische Ereignisse, politische Aktionen oder Initiativen der Anlass für das Verfassen eines Blog-Beitrags.

I_1: „Das sind glaube ich die wichtigsten [Wege, um an Themen zu kommen]. Also einerseits durch die normale Mediennutzung, indem man [...] in anderen Blogs oder anderen Medien auf Themen stößt, die man behandeln will. Oder über persönliche Gespräche, Veranstaltungen und Diskussionsrunden. Oder [...] auch wenn es bestimmte Anlässe gibt, wie jetzt vor kurzem der Europatag, zu dem ich einen Videocast gemacht habe.“

Oder auch Einflüsse aus dem persönlichen Umfeld der BloggerInnen können ein Impuls dafür sein, sich auf dem Weblog mit einem bestimmten Thema zu befassen oder Aspekte aufzugreifen und zu diskutieren.

I_2: „Es kann auch sein, dass ich irgendwas sehe, fotografiere und dann einen Blog-Beitrag daraus mache [...].“

I_4: „Bei mir gibt es oft einen aktuellen Impuls [...]. Entweder habe ich irgendwo [et]was gelesen oder mich aufgeregt oder mir fällt gerade irgendetwas ein. Oft ist es so, dass ich in einer Vorlesung auf der Uni sitze und es wird über ein Thema gesprochen und dann fällt mir irgendetwas ein, das in irgendeiner Weise damit zusammenhängt, vielleicht auch nur ganz lose und darüber schreibe ich dann.“

Manche BloggerInnen nennen schlicht das persönliche Interesse für ein Thema als ausschlaggebenden Punkt einen Beitrag dazu zu gestalten. Einem Blogger ist es vor allem auch wichtig Themen aufzugreifen, die in der öffentlichen Auseinandersetzung

sonst eher untergehen oder die er für „falsch“ dargestellt hält. Natürlich ist aber davon auszugehen, dass es sich in allen der genannten Fälle in Bezug auf die Themenfindung, prinzipiell um Themen handelt, die die BloggerInnen deshalb aufgreifen und diskutieren, weil sie sich auch persönlich interessieren.

I_5: *„Wie das Thema nun entsteht? Ich interessiere mich dafür und sage mir ‚ok, ich muss jetzt eh irgendwie was machen‘ und verwerte das dann [...] weiter in einen Blog-Eintrag.“*

Für nur einen Blogger sind Gespräche und Diskussionen mit anderen ein Anreiz zur eigenen Themenaufbereitung.

I_1: *„Ein anderer Ansatz wie man auf die Themen kommt ist durch Diskussionen, die sich über andere Kommunikationskanäle, sei's online, sei's offline, mit anderen Menschen ergeben und die man dann am Blog weiterführt, einen bestimmten Gedanken vertieft und damit auch andere Leute in die Diskussion miteinbezieht.“*

Insgesamt scheint die Themenfindung für keinen der Blogger ein Problem darzustellen und sich in vielen Fällen einfach von selbst zu ergeben, weil ein großes Interesse für v.a. politische, gesellschaftliche, kulturelle und mediale Themen bei allen BloggerInnen erkennbar war und damit auch ein großes Bedürfnis persönliche Themen öffentlich zu behandeln verbunden ist.

Regeln

Um festzustellen, ob sich bei den befragten Weblog-Autoren auch gemeinsame Praktiken in Hinblick auf die Aufbereitung ihrer Inhalte bzw. das Betreiben ihres Weblogs insgesamt, feststellen lassen, wurden die Interviewpartner nach persönlichen Richtlinien – sowohl in formaler bzw. inhaltlicher Hinsicht als auch in Bezug auf ethische Aspekte, die sie eventuell beim Bloggen berücksichtigen, befragt.

Formale und inhaltliche Regeln haben fast alle der befragten BloggerInnen für sich formuliert. Die Auswertung hat allerdings ergeben, dass sich diese sehr unterschiedlich darstellen. Einem Weblog-Autor ist das Aufrechterhalten der eigenen Anonymität besonders wichtig, um wirklich frei und offen über Themen schreiben zu können.

I_9: *„[...] die einzige Regel ist, dass ich schaue, dass ich anonym bleibe. [...] ich bin grundsätzlich kein Mensch mit starren Ideologien und Prinzipien. Mir ist das recht egal und gerade beim Bloggen, wo ich anonym bin, bin ich eigentlich froh, dass ich mich da einmal nicht wirklich an irgendwelche Regeln halten muss.“*

Zwei andere Blogger sprechen den sprachlichen Ausdruck in ihren Beiträgen an und nennen das „gendern“ ihrer Texte als persönliche Richtlinie.

I_7: *„Was ich auch noch gemacht habe, das betrifft die Sprache, ist das ich ursprünglich oder eigentlich schon [seit] bald 20 Jahren, die Sprachform mit großem I verwendet habe und mich vor einem halben Jahr [...] entschlossen habe, da zu wechseln auf den Unterstrich, um mit dem Unterstrich auch noch einmal diese Leerstelle und das Fragezeichen zwischen Männern und Frauen wirklich bewusst zu benennen. Da bin ich relativ konsequent in meinem Blog, das als meine eigene Spielerei auch durchzuziehen.“*

Ein Blogger hat für sich ein System zur Titelfindung, welche er als das Schwierigste des gesamten Entstehungsprozesses einer Blog-Eintrags beschreibt, entwickelt.

I_2: *„Das hängt sehr vom Thema ab. Das Schwierigste ist immer die Titelfindung und das habe ich ein System [...] Zum Beispiel „die Grünen, das Plakat und das Internet. Also ich versuche relativ oft mehrere Sachen zusammenzuführen.“*

Die beiden medienkritischen Blogger haben sich dafür entschieden, die beiden Boulevardblätter, die sie beleuchten, zwecks Übersichtlichkeit und Lesbarkeit mit Großbuchstaben zu schreiben. Ein Blogger versucht bewusst in jedem Beitrag einen Hyperlink zu setzen und, indem nicht alle Fragen selbst gleich beantwortet werden sollen, auch Ansatzpunkte für Debatten und Kontroversen zu liefern. Außerdem möchte er möglichst selbstredende Titel verwenden.

I_11: *„Kein Beitrag ohne Hyperlink. Nenne deine Quellen und verlinke auf sie. Nenne auch, wie du auf eine Quelle gestoßen bist ("via"). Gib Ansatzpunkte für Debatte und Kontroverse - beantworte nicht gleich selbst alle Fragen. Verwende selbstredende Titel, die auch alleinstehend für den Artikel sprechen.“*

Auch die Aktualisierungshäufigkeit des Weblogs, indem man versucht zu vermeiden, dass längere Zeit nichts am Blog passiert, wird als Richtlinie genannt.

I_1: *„Man versucht es sehr zu vermeiden, dass wirklich über mehrere Wochen nichts am Blog passiert, weil man dann merkt und auch von anderen Bloggern weiß, dass dann die Leser weg sind und es ist schwer, dass man die Leute wieder herbekommt. [...] Zumindest sollte jede Woche [ein neuer Beitrag veröffentlicht werden].“*

Für die Großschreibung hat sich einer der Befragten entschieden, um Seriosität damit zu vermitteln. Ein Blogger hat besonders konkrete formale Vorgaben für sich formuliert, in dem er immer einen bestimmten Aufbau beim Verfassen seiner Texte verfolgt und den Eintrag in eine objektiven Informationsteil und einen subjektiven Meinungsteil aufzuteilen.

I_10: *„Der Aufbau ist eben immer eine kurze Einleitung und ein Bild. Dann ein langer Text, wo eben zuerst die Quelle, also eine Information aus der objektiven Quelle drin ist und dann kommt meine eigene Meinung. [...] Zwar schaffe ich es nicht immer, dass ich es so gut trenne, aber es soll so sein, dass zuerst die neutralen Informationen da sind und dann meine Meinung. Ich glaube dass ist auch wichtig, dass man das so trennt.“*

Einer der Befragten hat sich vorgenommen, keinesfalls sein Wahlverhalten offenzulegen, weil er unabhängig und nicht parteipolitisch bloggen möchte.

I_6: *„Eine andere Regel ist auch, dass ich nicht schreibe was ich wähle. Das kann sich jemand denken und man wird das vielleicht auch durch meine Blog-Einträge herauslesen irgendwann, aber parteipolitisch will ich auf keinen Fall sein.“*

In Bezug auf ethische Richtlinien beim Betreiben des Weblogs ließen sich durchaus Gemeinsamkeiten feststellen. Für alle BloggerInnen ist es selbstverständlich ihre Quellen zu nennen und wenn möglich auch auf diese zu verlinken. Die Auswertung legt daher den Schluss nahe, dass dies zum guten Umgang innerhalb der Blogosphäre, zumindest jener, die sich um die Themen Politik, Gesellschaft, Kultur und Medien herum aufspannt, zu gehören scheint.

I_7: *„[...] weil du sagst Quellen, ist das so dass wenn ich irgendwo zitiere und egal unter welcher Lizenz das jetzt steht [...], ich das für einen guten Umgang miteinander halte, Quellen einfach auch zu nennen oder zu verlinken oder mich auf Quellen zu beziehen. Das ist für mich guter - Journalismus passt jetzt nicht – aber es ist eine Form des respektvollen Umgangs miteinander, auch zu nennen woher ich meine Quellen habe. [...]“*

I_4: *„Verlinkungen sind mir auch wichtig. Das man nie verschweigt, woher man eine Information hat.“*

I_3: *„Was mir schon wichtig ist, ist dass ich Quellen zitiere, so gut es geht. Wenn es ein anderer Blog ist auf jeden Fall. [...]. Darauf schaue ich immer. Auch wenn ich jetzt vom Standard zitiere, schaue ich darauf, dass ich verlinke.“*

Auch mit der Verwendung von Bildern aus dem Internet wird vorsichtig umgegangen, indem entweder die Lizenz, unter welcher das Bild steht, beachtet wird oder versucht wird, überhaupt nur eigene Bilder zu verwenden. Einige Aussagen zu den ethischen Richtlinien des Bloggens beziehen sich auf den Versuch einer sachlichen Auseinandersetzung bzw. Darstellung von Einschätzungen und Meinungen. Polemik wird prinzipiell vermieden, auch wenn manche angeben, dass pointiert-kritische Formulierungen sicher spannender für die Leser sind oder sich nicht an ein in jedem Fall unbedingt diplomatisches Vorgehen gebunden fühlen.

I_1: *„Und bezüglich Untergriffe oder Angriffe auf Politiker oder Persönlichkeiten, ist es [...] so, dass [...] wenn ich kritisch bin, ich einerseits darauf achte, dass es sich um sachliche Kritik handelt. Andererseits übe ich auch gerne pointierte Kritik. Dass man wirklich untergriffig wird, versucht man glaube ich zu vermeiden, weil man auch immer wieder hört, dass bestimmte Politiker sehr gerne Leute verklagen, wenn sie bestimmte Sachen online publizieren. [...] Also wenn Kritik, dann sachlich und pointiert.“*

I_6: *„Dass ich nicht irgendwelche Schimpftiraden loslasse. Dass das Ganze halbwegs auf einem Niveau ist. Das ist mir schon auch wichtig. Ich glaube das funktioniert auch.“*

I_2: *„Ich bin kein Diplomat und greife [verbal] auch gerne an. Zwar nicht brutal, aber schon. Und ich habe gemerkt, wenn man um den heißen Brei herumredet, dann interessiert es auch niemanden im Endeffekt.“*

Auch das Thematisieren von Aspekten, die z.B. die Privatsphäre von Politikern betreffen oder das Lächerlich machen von in der Öffentlichkeit stehenden Personen wird abgelehnt.

I_6: *„Ich versuche eigentlich schon, dass ich immer, also auch [wenn ich über BZÖ oder FPÖ schreibe] sachlich bleibe. Und ich denke, es ist sowieso schäbig, wenn man sich über die Namen von anderen Leuten lustig macht oder solche Dinge.“*

I_1: *„Grundsätzlich schaue ich darauf, dass die Beiträge, zumindest der Großteil, sachlich sind. Also, dass sie z.B. nicht irgendwelche privaten Aspekte von Politikern oder Persönlichkeiten beinhalten. Das ganze soll schon eine gewisse Qualität haben.“*

Einige Weblog-Autoren bemühen sich, ihre Texte qualitativ sehr hochwertig zu gestalten und betreiben einen besonderen zeitlichen und inhaltlichen Aufwand für ihr Weblog. Ethische Richtlinien werden zudem in Hinblick auf die Kommentarnutzung festgelegt. Einer der befragten Blogger gibt als persönliche Regel an, prinzipiell kein Kommentar löschen zu wollen, nur weil es nicht seiner Meinung entspricht. Ein anderer hat kürzlich eine eigene „Blogiquette“ für sein Weblog aufgestellt, die festlegt, dass Kommentatoren nicht andere Kommentatoren persönlich beleidigen dürfen oder gegen Minderheitsmeinungen Hetze ausgeübt wird. Ist das doch der Fall wird der Kommentar gelöscht, wobei es ihm wichtig ist dies auch transparent zu machen und die Gründe zu nennen, um dem Vorwurf der „Zensurwut“ zu entgehen.

Da vor allem in der deutschen Blogosphäre immer wieder die Frage aufgeworfen wurde, ob eine Art gemeinschaftlicher „Blogger-Kodex“ oder eine „Blogger-Ethik“ sinnvoll wäre, welcher man sich als Betreiber eines Weblogs unterstellen kann, um auf diese Weise insgesamt den Umgang miteinander auf für alle Beteiligten (also die Blogger) faire Art und Weise zu regeln, wurden die Blogger danach gefragt, ob sie so etwas für prinzipiell sinnvoll und realisierbar halten würden.

Ein solcher gemeinschaftlicher Kodex wird von einigen zwar als durchaus wünschenswert eingeschätzt, von allen aber als nicht umsetzbar betrachtet. Einer der Befragten ist der Meinung, dass es letztendlich auf das eigene Gewissen ankommt und nicht auf ein „plakatives Bekenntnis“. Da das für einen anderen Blogger auch im Journalismus nicht wirklich funktioniert, ist er der Meinung, dass man sich das daher auch nicht von den BloggerInnen erwarten kann.

I_10: *„Ich bin zum Teil auch erschrocken darüber, was man in der deutschen Blogosphäre alles zum Lesen bekommt. Weil Weblogs werden teilweise auch von rechtsextremen Gruppen dazu verwendet ihr Gedankengut zu veröffentlichen. Aber ich glaube, wenn man eine gemeinsame „Blogger-Ethik“ aufbaut, werden sich die sicher nicht daran halten. Und wenn der eine Blog gelöscht wird, dann entsteht irgendein anderer. Es wäre eigentlich sehr gut, wenn das funktionieren würde, aber man sieht auch am österreichischen Zeitungsmarkt, man kann Qualität nicht von den Zeitungen erwarten.“*

I_4: „Ja schon. Aber so etwas kann nie allgemein gültig sein. [...] ist [...] vielleicht eine kleine Orientierungshilfe, ein plakatives Bekenntnis, aber in Wirklichkeit muss sich jeder damit identifizieren können und das in jedem Beitrag drin haben. Und ob man da jetzt einen Kodex schreibt oder ob da jeder sein eigenes Gewissen als Maßstab hernimmt, ist eigentlich egal. Aber ein Kodex wäre prinzipiell kein Nachteil, würde ich meinen.“

Einer der Interviewpartner hält den Umgang miteinander, auch innerhalb der Blogosphäre, nicht für eine Sache, wofür man ein Label bzw. ein Gütesiegel festlegen kann, sondern geht davon aus, dass das gemeinschaftliche Formulieren von „Spielregeln“ für den öffentlichen Raum mit Hilfe deren man das Zusammenleben in diesem organisiert zwar zweifellos auch für das Internet und die Blogosphäre wichtig sind, das aber v.a. eine Frage von Medienkompetenz und Bildung ist. Auch die beiden medienkritischen Blogger halten wenig von einem solchen „Ethik-Kodex“. Sie sind viel eher der Meinung, dass sich der korrekte Umgang miteinander innerhalb der Blogosphäre gewissermaßen von selbst regelt. bzw. im Netzwerk ohnehin ein Art Korrektiv wirksam wird, in dem jemand der sich „out the line“ verhält, mit Sicherheit darauf hingewiesen wird und sich damit von selbst Regeln etablieren, die man nicht explizit nennen muss.

I_8a: „[...] schlussendlich reguliert sich das ja dann mehr oder weniger selber. Der Sinn und Zweck von Weblogs ist dass du Rückmeldungen bekommst und wenn jemand dann so out of line ist und Grenzen überschritten werden, dann wird er schon darauf hingewiesen. Das ist ja auch das Gute an der Blogosphäre oder am Internet generell, dass du diese Möglichkeiten hast [...]“

I_8b: „Ich denke auch, dass das Netzwerk letztlich das Korrektiv bildet und dass sich dadurch sowieso Regeln etablieren. Und wer nicht vernetzt ist, hat vielleicht zwei Leser am Tag und der braucht sich dann auch nicht an die Regeln halten. Da ist das dann relativ egal.“

Routinen Inhaltsaufbereitung

Um herauszufinden, ob sich bei den befragten BloggerInnen ähnliche Routinen in Bezug auf die inhaltliche und formale Aufbereitung ihrer Texte feststellen lassen, wurden die Interviewpartner gebeten, kurz den Entstehungsprozess eines Blog-Eintrags zu beschreiben. Der Fokus lag bei der Auswertung vor allem auf dem Umgang der BloggerInnen mit Verlinkungen und der Recherche für die eigenen Inhaltsaufbereitung.

Linksetzung

Die eigenen Beiträge mit Links auszustatten und die Vernetzung der eigenen Inhalte mit anderen Online-Quellen wird von fast allen BloggerInnen bei der Beschreibung des Entstehungsprozesses eines Blog-Eintrags genannt. Verlinkt wird z.B. wenn etwas aus Online-Zeitungen zitiert wird, oder wenn sich ein anderer Blogger in einem seiner Einträge bereits mit dem Thema auseinandergesetzt hat, wird auch dieser miteinbezogen und verlinkt. Ein Blogger gibt an, dass auf diese Weise große Zusammenhänge zu einem Thema entstehen, was für den Leser wichtig ist, um einen Überblick über die zu-

grunde liegenden Informationen und auch verschiedene Meinungen dazu zu bekommen. Auch ein weitere der Befragten beschreibt, dass Links u.a. auch einsetzt, um Hintergrundinformationen zu ihrer Auseinandersetzung mit bestimmten Sachverhalten bereitzustellen und Quellen offen zu legen, wobei er auch anmerkt, dass es manchmal nicht so einfach ist, etwas Passendes zu finden, worauf man verlinken kann. Bei einem der Interviewpartner macht das Setzen von Links und das kurze Kommentieren dieser, den Großteil seiner Beiträge aus, lange eigene Texte schreibt er hingegen selten. Durch die Vernetzung mit anderen Texten und Inhalten wird auch versucht, den eigenen Beiträgen eine „gewisse Tiefe zu verleihen“. Als Beispiel für eine besonders hohe Verlinkungsintensität bei manchen Themen, nennt ein Blogger die Aktion „Grüne Vorwahlen“, bei der sehr viel in Hinblick auf gegenseitige Bezugnahmen passiert ist, was er als sehr wichtig für die Aufmerksamkeit, die dadurch generiert werden konnte, einschätzt.

I_10: „Wenn ich aus einer Online-Zeitung etwas zitiere, füge ich den Link bei. Oder wenn andere Blogger schon zu dem Thema geschrieben haben, füge ich das auch hinzu, damit der Leser einen Überblick von anderen Meinungen bekommt. Und so entstehen große Zusammenhänge zu einem Thema.“

I_6: Links sind mir eigentlich schon wichtig. Manchmal mehr, manchmal weniger, es kommt darauf an. Es ist manchmal nicht einfach, gut zu verlinken. Aber z.B. habe ich in einem Eintrag über die FPÖ einen Rückblick zur [Zeit] Kreisky und die Simon Wiesental-Affäre eingebaut und da habe ich auf ein pdf. von demokratie.org verwiesen, um Hintergrundinformationen bereitzustellen und meine Quellen offen zu legen. Oder manchmal verlinke ich sogar auf Einträge in meinem eigenen Blog, damit sich die Leser auch etwas auskennen. Das mache ich nach Gefühl. [...]. Ja, zu anderen Bloggern auch, oder auch auf alte Medien, wenn ich denke sie schreiben gut darüber und die Quelle als Beweis. Es ist manchmal nicht so einfach etwas Passendes zu finden. [...].

I_3: „Bei mir ist es meistens so, dass ich irgendwelche Artikel lese oder einen anderen Blog und dann da mal hinein zitiere oder vielleicht noch verlinke oder nur kurz meine Meinung dazu abgebe. So, dass ich selber wirklich lange Texte schreibe, ist bei mir relativ selten.“

I_1: „Beim [...] Vorgang des Schreibens schaue ich meistens darauf, dass ich auf andere Blogs und Artikel in anderen Medien verlinke, so dass der Text insgesamt auch eine gewisse Tiefe hat. Außerdem hat [das den Vorteil], dass sich der Leser, die Leserin, dann auch noch besser weiter informieren kann. Dafür nutze ich Delicious⁸⁷³ ziemlich intensiv, weil man, wenn man es gut verwendet, mit den Schlagwörtern immer auch eine gewisse Basis für Artikel, die man in der Vergangenheit gelesen hat und die man eben jetzt in den Blog einbauen kann, hat. [...].“ „Das Aufwendigere sind dann die Verlinkungen zu anderen Blogs und Medien.“

I_2: „Ich bin da immer eigentlich irrsinnig schnell. Ich plane nicht im Voraus, sondern lasse es an mich herankommen. [...] [...] und habe den Blog-Beitrag meistens, wenn's lang dauert, in einer halben Stunde fertig geschrieben. Mit allen Verlinkungen und allem was dazu gehört. [...]“ „Das sind teilweise Q[uellen] [...] z.B. irgendwelche Begriffsdefinitionen auf Wikipedia oder auch irgendwelche anderen Blogs, die darüber schreiben. [...] Durch die „Grüne Vorwahlen“-Aktion ist da irrsinnig Vieles passiert [...] Da wird dann untereinander auch sehr viel verlinkt, damit man auch weiß wo sind die Leute, die sich das auch anschauen und dabei sind usw.“

⁸⁷³ Delicious ist ein Web-Dienst für Social Bookmarking („Gemeinschaftliches Indexieren“). Diese Webanwendung ermöglicht es einzelnen Nutzern, persönliche Lesezeichen anzulegen und mit Schlagwörtern bzw. Tags (Kategorien) zu versehen. Die persönliche Sammlung bzw. bestimmte Lesezeichen können öffentlich zugänglich gemacht werden. Einzelne Lesezeichen können aber auch als privat gekennzeichnet und so von der Veröffentlichung ausgeschlossen werden.

Recherche

Die gezielte Recherche nach Quellen, ist für die Mehrheit der befragten Weblog-Autoren ein wichtiger Teil bei der Aufbereitung eines Blog-Beitrags. Ein Blogger gibt an, vor dem Verfassen eines Eintrags, die Darstellungen eines Themas in den verschiedenen Online-Medien und -zeitungen miteinander zu vergleichen. Ein anderer recherchiert vor allem dann, wenn ihm bestimmte Aspekte noch unklar erscheinen und mehr Informationen benötigt werden. Für einen weiteren der Befragten, hängt die Recherche z.B. stark vom Thema, zu dem er etwas schreibt ab. In der Regel sind seine Blog-Beiträge weniger gut ausrecherchiert als die Artikel, die er für eine Online-Zeitung verfasst, weil es ihm wichtig ist, dass die Leser, die Möglichkeit haben, aufgeworfene Gedanken selbst fertig zu denken und offene Fragen beantworten zu können. Die beiden medienkritischen Blogger sind bemüht, die z.T. falschen und undifferenzierten Darstellungen in den Boulevardmedien, mit Gegenbeweisen zu belegen, was sich nach eigenen Angaben insgesamt oft als sehr mühsam herausstellt und viel Zeit beansprucht. Ein weiterer Blogger gibt an, manchmal ein- zwei Tage mit der Recherche von bestimmten Sachverhalten zu verbringen bevor er seinen eigenen Text online stellt. Und auch das gezielte Suchen nach Video-Beiträgen, die zu den Texten passen und mit denen die eigenen Beiträge vervollständigt werden, ist einem der befragten Blogger ebenfalls Bestandteil der Inhaltsaufbereitung für das eigene Weblog.

I_10: *„Dann vergleiche ich die verschiedenen Online-Medien und Online-Zeitungen und dann gehe ich ins Weblog und schreibe den Eintrag.“*

I_4: *„Meistens ist es so: ich finde irgendetwas. Dann fange ich an dazu zu recherchieren, außer es ist etwas was mir sowieso schon klar erscheint, und dann schreibe ich das einfach und veröffentlichte es auch ziemlich gleich. Ein-, zweimal wird noch darüber gelesen und dann geht das online.“*

I_11: *„Der Entstehungsprozess eines Blogeintrags hängt stark von Thema und Umfang ab. Manchmal ist es ein in einer halben Stunde zusammengestückelter Gedanke, manchmal ein Thema, das mich mehrere Wochen lang - inklusive Recherche - verfolgt. Meist sind Blogbeiträge aber weniger gut ausrecherchiert als es Zeitungsartikel sind - für das Fertigdenken eines Gedanken und das Beantworten der offenen Fragen ist dann der Leser zuständig.“*

I_3: *„Und dann lege ich mir öfter mal die Zeitung [zur Seite] [...]. Da stapelt sie sich dann und irgendwann fische ich sie dann [wieder] heraus, denke mir „ah da wollte ich was dazu schreiben und dazu auch“. Und dann schaue ich auch meistens, ob der Artikel auch noch online verfügbar ist [...], dann verlinke ich auf den Standard oder schaue, ob auf ORF.at etwas dazu steht o.ä. [...].“*

I_8: *„Viel Zeit kostet dann außerdem auch die Recherche, weil man oft weiß dass da irgendetwas nicht stimmt, aber man müsste ja den Gegenbeweis antreten und das ist manchmal sehr mühsam.“*

I_5: *„Dann dauert es meistens ein, zwei Tage, die ich mit Recherche verbringe und wenn ich dann diszipliniert bin, gebe ich den Text sogar noch jemandem der die Beistrichfehler ausbessert. Erst dann geht er online.“*

I_2: „Und dann versuche ich auch irgendeinen Film zu finden oder irgendetwas anderes, das [zu meinen Texten] passen könnte. Das ergibt sich meistens von selber. Oder mir fallen dann oft auch YouTube Videos dazu ein und solche Sachen.“

- Forschungsfrage 3: Welchen Stellenwert haben der kommunikative Austausch mit den Besuchern im Rahmen des eigenen Weblogs sowie Interaktion mit

Um Anhaltspunkte zu den in Weblogs stattfindenden Kommunikationen im weitesten Sinn zu erhalten und damit die politische Blogosphäre in Österreich ein wenig zu beleuchten, wurden die Interviewpartner nach der Rezeption und den Stellenwert anderer Weblogs sowie der Interaktion mit diesen befragt. Außerdem sollten sie einschätzen, ob eine Art gegenseitige Qualitätskontrolle bzw. dezentrale Qualitätssicherung unter den Bloggern wirksam wird. Zuletzt wurden sie dazu aufgefordert, ein bisschen etwas über die Nutzung der Kommentarfunktion im eigenen Weblog zu erzählen und zu beschreiben, ob Diskussionen zu bestimmten Inhalten stattfinden und wie sich diese gestalten.

Rezeption anderer Weblogs

Für alle der befragten Weblog-Autoren ist das regelmäßige Lesen anderer Weblogs ein wesentlicher Bestandteil der eigenen Tätigkeit des Bloggens. Viele geben an, diese über ihren RSS-Reader abonniert zu haben und sich damit über Neuigkeiten und Aktualisierungen informieren zu lassen.

I_3: „Man kann ja über RSS-Feeds, Blogs abonnieren. Da habe ich inzwischen vielleicht 15 oder 20 rein politische Weblogs drin. Insgesamt dann schon mehr. Und in diese Blogs schaue ich auch regelmäßig rein.“

I_2: „Ich lese sehr viele Weblogs. [...] [...] und habe, glaube ich über 200 Blogs in meinem RSS-Reader abonniert, die ich [zwar nicht alle] täglich lese, aber viele davon sehr gerne lese und ich habe auch meine Lieblingsblogs.“

I_4: „Es gibt gewisse Blogs, die lese ich immer wieder, die habe ich in meinem RSS-Reader. Auf andere stoße ich mehr zufällig darauf.“

I_5: „Also ich verfolge ungefähr 600 Feeds, davon sind etwa 100 Blogs.“

Es können auch durchaus Gemeinsamkeiten in Bezug auf die persönliche Relevanz anderer Weblogs, bei den Befragten festgestellt werden. Einigen Weblog-AutorInnen geht es vor allem darum, durch das Lesen bzw. „Scannen“ – wie es einer der Weblog-Autoren auch nennt – anderer Blogs einen raschen Überblick in Bezug auf die Brisanz bestimmter Themen in der Blogosphäre zu bekommen bzw. um herauszufinden, wo gerade die Schwerpunkte in der Diskussion zu einem bestimmten Thema in der Blogosphäre liegen. Für einen der Befragten ist das Lesen anderer Blogs gewissermaßen

ein „Aufspüren von Zeitgeist“, da Weblogs seiner Meinung nach gut widerspiegeln, was öffentlich gerade diskutiert wird, ohne von einer primären Auswahl durch Chefredakteure ausgehen zu müssen, sondern vielmehr von einer „basisdemokratischen“ Art der Inhaltsaufbereitung, die er sehr schätzt.

I_5: *„Inhaltlich merke ich dann immer nur welche Themen gerade die wichtigsten sind, was bewegt die Online-Szene gerade, was bewegt wen, und v.a. Dingen in welche Richtung. Also für mich ist das eher so ein Aufspüren von Zeitgeist, als das ich jetzt Texte lese und sage ‚großartige Gedanken‘.“*

Ein anderer Blogger gibt z.B. an, Weblogs auch als eine Art Informationsquelle einer „unabhängigen Öffentlichkeit“ und zur „Erfassung der Stimmungslage“, im Sinne welche Themen sind gerade „in“, zu nutzen.

I_7: *„Ich sehe sie auch als Infoquellen über ein Stück alternative Öffentlichkeit – ist eigentlich nicht der Begriff, den ich verwenden will, sondern eher so als, [...] unabhängige Öffentlichkeit. Ja, zur Erfassung der Stimmungslage auch, also so im Sinne, welche Themen sind gerade ‚in‘.“*

Zum anderen geht es manchen der Befragten beim Lesen anderer Weblogs auch darum, relevante Aspekte für den eigenen Content zu finden oder um andere Standpunkte zu einem Thema vermittelt zu bekommen.

I_6: *„Ich lese natürlich andere Weblogs. Es gibt natürlich Blogger, die ich sehr schätze und neben meinen deutschen Freunden [lese ich] trotzdem lieber die österreichischen [Blogs], weil es irgendwie natürlich auch darum geht, Themen zu finden und zu vergleichen.“*

I_7: *„Ich sehe es zum einen als Anregung, manchmal auch sozusagen als Quellen, auf die ich mich auch gerne beziehe, wenn's gerade passt.“*

Einer der Interviewpartner hat den Eindruck dadurch auch toleranter in Bezug auf andere Meinungen zu werden, weil es über Weblogs auch möglich ist, sich insgesamt ein gewisses Bild von der Person, die hinter den Texten steht zu machen, wodurch das Verständnis für manche Perspektiven gefördert wird. Da es kaum andere österreichische Weblogs gibt, die sich ausschließlich mit Medienkritik befassen, geben die beiden medienkritischen Blogger an, vor allem auch politische Weblogs regelmäßig zu rezipieren, da in diesen noch am ehesten medienkritische Inhalte zu finden sind, die sie dann auch verlinken. Von einem der Blogger wird die Relevanz anderer Weblogs auch in Hinblick auf den Vorteil der Vernetzung mit diesen begründet, da man davon ausgehen kann, dass wenn man andere Blog-Beiträge liest und in die eigenen Beiträge miteinbezieht, auch selbst wieder gelesen und verlinkt wird.

I_1: *„Und außerdem auch als Mittel der Vernetzung, weil's ja so ist, wenn man andere Blogs in seine Artikel einbaut, dann wird man selbst auch wieder zitiert oder eigene Einträge werden in anderen Blogs eingebaut.“*

Zwei der befragten BloggerInnen nennen in Bezug auf die Frage nach der Relevanz anderer Weblogs auch explizit Politiker-Blogs, die für sie besonders interessant sind, da hier im optimalen Fall die Informationen direkt sind und die Standpunkte der Politiker besser erkennbar werden. Einer der Interviewpartner nennt u.a. auch das Suchen nach Selbstbestätigung als Motivation für das Lesen anderer Blogs.

I_1: *„Und gerade bei Politiker-Blogs ist die Relevanz oder das Interessante sicher auch, dass man [...] die Information direkt bekommt und dadurch auch auf andere Weise [informiert wird] als z.B. über eine Presseausendung oder über einen Artikel in normalen Massenmedien. Man bekommt die Infos direkt von den Politikern ohne irgendwelche Zwischenschritte oder Medien dazwischen.“*

I_10: *„Andere Weblogs sind natürlich interessant, weil man auch andere Standpunkte sieht. V. a. auch Blogs von Politikern.“*

Interaktion

Die Interaktion mit anderen Blogs findet auf unterschiedliche Weise statt, ist aber allen befragten Weblog-Autoren prinzipiell wichtig. Fast alle der Interviewpartner geben an, sich an der Kommunikation innerhalb der Blogosphäre in erster Linie durch das Kommentieren anderer Blog-Beiträge zu beteiligen.

I_4: *„Grundsätzlich poste ich schon in anderen Blogs auch die Kommentare dazu.“*

I_9: *„Ich kommentiere schon gerne, wenn's ein Thema ist, das mich interessiert.“*

I_10: *„Theoretisch ist es mir schon sehr wichtig, aber in letzter Zeit komme ich selten dazu. Wenn es ein sehr kontroverses Thema ist und es gibt eine lange Diskussion dazu, dann beteilige ich mich auch meistens sofort.“*

I_7: *„Und ich denke mir, das was ich am Internet immer, seit Anbeginn [...] spannend gefunden habe, ist dass es ein interaktives Medium ist. Und das bedingt auch, das ich wo[anders] etwas beitrage und das andere bei mit etwas beitragen. Das ist das eigentlich Spannende dabei.“*

Einer der Weblog-Autoren versucht auch bewusst jene Beiträge zu kommentieren, die sich mit für ihn wichtigen Themen auseinandersetzen, aber z.T. heftige Reaktionen der Leser hervorrufen. Er begründet dass damit, dass es ihm in diesem Fall v.a. darum geht, mit seiner persönlichen Meinung den Autor des Beitrags zu unterstützen.

I_3: *„Das Problem ist, wenn [...] irgendwer ein blödes Kommentar hineinschreibt und es ist aber immer nur er selber, der darauf antwortet, dann wirkt das so als wäre er ganz alleine mit seiner Meinung. Deswegen finde ich es [...] ganz gut, wenn unterschiedliche Leute antworten. Also als „Unterstützung“ für ihn.“*

Ein anderer der befragten argumentiert auf ähnliche Weise und gibt an, v.a. aus „Gründen der Anerkennung“ und als Motivation für den Autor, Kommentare zu anderen Blog-Beiträgen zu verfassen, aber in manchen Fällen durchaus auch, um eine weitere Gegenposition einzunehmen und die Diskussion zu einem Thema zu unterstützen. Erkennbar wird vor allem, dass es vielen Bloggern in erster Linie darum geht durch das

Einbringen eigener Standpunkte, Diskussionen zu ihrer Meinung nach, relevanten Themen anzuregen, die Argumente anderer zu entkräften oder den Verfasser des Beitrags bewusst zu unterstützen und zu motivieren. Zwei der Interviewpartner haben den Eindruck, dass es einige BloggerInnen gibt, die sich kaum an der Kommunikation mit anderen Bloggern beteiligen und sich kaum von ihrem eigenen Weblog wegbewegen. Von beiden wird das als eher negativ bzw. als schade empfunden, weil das Kommentieren anderer Beiträge für sie zum Betreiben eines eigenen Weblogs dazu gehört.

I_9: „[...] es gibt halt [...] auch die Leute, die das eigene Blog als das Wichtigste ansehen und nur auf dem eigenen Blog bleiben und nichts anderes lesen. Da kannst du noch so viel kommentieren, die schauen nicht auf deinen Blog.“

I_6: „Und ich finde es schade, wenn andere Blogger nur auf ihren Blogs bleiben und sich gar nicht an der Kommunikation [in der Blogosphäre] beteiligen. Ich freue mich immer, wenn jemand [einen Beitrag von mir] kommentiert. [...].“

Das bewusste Aufmerksam machen auf andere Weblogs, u.a. auch außerhalb des eigenen Weblogs, z.B. auf Plattformen wie Twitter oder Facebook – einer der Blogger spricht in diesem Zusammenhang von „promoten“ – wird explizit von mehreren der Befragten angesprochen. Einer der BloggerInnen ist z.B. auch der Meinung, dass Blogrolls im Weblog nicht ausschließlich auf Webseiten von Organisationen oder Vereinen oder auf Journalisten-Blogs verweisen, sondern vielfältiger sein und v.a. auch auf Weblogs von Privatpersonen verlinken sollten, um sich auch auf diese Weise aufeinander Aufmerksam zu machen. Auf die Frage nach der Interaktion mit anderen Weblogs bzw. der Beteiligung an der Kommunikation in der Blogosphäre, wird zudem auch das Verlinken bzw. Zitieren von anderen Blog-Beiträgen in den eigenen Beiträgen genannt.

I_1: „[...] entweder ich kommentiere andere Blog-Einträge oder ich verlinke zu den Einträgen anderer Blogger in meinen Texten oder ich zitiere auch direkt Teile von anderen Blog-Einträgen.“

I_2: „Ja schon. Das mach ich schon auch. Oder z.B. auch auf Facebook einen guten Beitrag von jemand anderem promoten [...] Das ist klar, ja.“

I_4: „Wenn es mir wirklich wichtig erscheint und ich etwas Umfassenderes darauf [auf einen Blog-Eintrag] antworten möchte, dann kommt die Replik in mein Blog. Da gibt es dann diese Art der Kommunikation.“

I_10: „[...] wenn ich einen Beitrag schreibe und weiß dieser oder jener hat zu diesem Thema vor kurzem einen Eintrag geschrieben, dann verlinke ich darauf und so entsteht dann auch eine Interaktion zwischen den Blogs.“

Zwei der befragten Blogger sprechen an dieser Stelle auch den Vorteil einer intensiven Vernetzung und Interaktion mit anderen Bloggern an, da damit das eigene Weblog präsenter und auffindbarer und die Wahrscheinlichkeit die eigenen Besucherzahlen zu steigern, größer wird.

I_9: „[...] wenn sich's ergibt, bin ich der Erste, der ein Kommentar schreibt. Auch abgesehen davon, dass es natürlich Werbung ist für's eigene Blog.“

I_10: „Das hat ja auch den Vorteil, dass man dadurch präsenter ist und die eigenen Besucherzahlen auch steigert. Allein aus diesem Punkt heraus wäre es sinnvoll.“

Für die beiden medienkritischen und einen anderen der befragten Blogger, sind v.a. auch Barcamps eine besonders gute Gelegenheit, um die Interaktion mit anderen Weblog-Autoren zu intensivieren.

Insgesamt entsteht in Bezug auf die Frage der Interaktion mit anderen Bloggern, in Form eines Reagierens auf deren Beiträge oder das Miteinbeziehen anderer Blog-Texte in den eigenen Einträgen der Eindruck, dass der interaktive Charakter des Medium Weblog den BloggerInnen sehr wichtig ist und dieser auch rege genutzt wird.

- *Forschungsfrage 4: Wie wird der kommunikative Austausch mit den Besuchern im Rahmen des eigenen Weblogs beschrieben? Werden die eigenen Blog-Beiträge diskutiert?*

Diskussion im Weblog

In Bezug auf die Blog-Kommunikation ist v.a. auch die Frage interessant, ob das vielfach beschriebene Diskurspotential des Weblog-Formats auch praktisch umgesetzt wird und wie sich die Kommunikationen innerhalb eines Weblogs in der Regel gestalten. Die sich darauf beziehende Fragestellung wurde sehr allgemein formuliert, indem die Befragungsteilnehmer gebeten wurden, zu beschreiben wie rege die Kommunikation im eigenen Weblog ist und ob zu den eigenen Blog-Beiträgen auch tatsächlich Diskussionen stattfinden.

Die Mehrheit der Weblog-Autoren gibt an, dass sich zwar immer wieder durchaus interessante Diskussionen zu den Beiträgen ergeben, einige haben allerdings den Eindruck, dass sich nur sehr selten Kontroversen geprägt durch einen Austausch von sehr differenzierten Standpunkten und Meinungen ergeben. Insgesamt geht es in den Debatten, die dann doch geführt werden, weniger um Einigung als vielmehr um das Darstellen der eigenen Sichtweisen.

I_1: „[...] wenn's konstruktive Kritik ist, dann schaue ich eben, dass ich Diskussionen anrege und [...] auch darauf antworte. In persönlichen Gesprächen mit politischen Gegnern ist es eigentlich immer das Spannendste, wenn man mit jemandem diskutiert, der [...] eine abweichende Meinung hat. Genauso ist es auch im Blog. Da können sich sehr interessante Diskussionen ergeben.“

I_5: „Das passiert in den wenigsten Weblogs. Zum Glück immer wieder mal und dann entstehen wirklich sehr, sehr spannende Diskussionen, aber das sehe ich, geschätzt einmal im Monat in irgendwelchen anderen Weblogs. Einmal war das auch bei mir der Fall, wo sich dann eine sehr interessante Diskussion entwickelt hat. Aber das ist doch sehr sehr eingeschränkt und meistens versucht man doch sich mit anderen Leuten zusammenzufinden, die dann doch eigentlich immer der gleichen Meinung sind.“

I_7: „Am interessantesten finde ich es aber durchaus, wenn sich dann wirklich eine Diskussion in dem Sinn entwickelt, dass es durchaus auch möglich ist, kontroverse Standpunkte oder einfach weiterführende Positionen noch einmal zu denken. Das ist dann einfach noch einmal etwas anregendes und horizonsweiterndes und das ist mir eigentlich natürlich, wenn's jetzt um Kommunikation geht, einfach auch das liebste, also wenn's nicht nur eine Selbstbestätigung derer, die sich eh schon einig sind, ist.“

I_8: „Ja, schon. [...] Es gibt dann halt für bestimmte Einträge schon kritische Stimmen, [...] das sind dann mehr Diskussionen und weniger generelle Kritik an der Art und Weise wie wir das machen.“

I_10: „Es ist eigentlich sehr unterschiedlich. Teilweise wird zugestimmt und ein weiterer Aspekt angeführt oder ein anderer hat eine andere Meinung dazu. Das wird auch vorgebracht und dann diskutieren die Kommentatoren auch untereinander.“

Einer der Blogger gibt z.B. explizit an, dass es sich bei den Debatten, die sich zu manchen Themen entwickeln, in der Regel nicht um ein „Predigen zu den quasi Bekehrten“ handelt, sondern dass sich an diesen auch politisch anders orientierte Menschen beteiligen, so dass kontroverse Standpunkte aufeinandertreffen und ein Austausch von Pro- und Contra-Meinungen stattfindet. Ein anderer Interviewpartner beobachtet zum Zeitpunkt der Befragung sehr rege Diskussionen zu politischen Themen in seinem Weblog, wobei auch über andere Themenbereiche, wie Kunst, Ausbildung oder auch über humorvolle Videos, die er online stellt diskutiert wird. Die beiden medienkritischen Blogger beschreiben die Diskussionen auf ihrem Weblog als sachbezogene Auseinandersetzung und nennen als Beispiel eine Binnen-I-Debatte, die sich irgendwann einmal ergeben hätte. Für einen weiteren Blogger sind die Diskussionen, die zu den eigenen Texten entstehen, oft sehr viel interessanter als sein Text selbst, weil oft sehr wertvolle zusätzliche Informationen und Perspektiven von den Kommentatoren selbst kommen. Einige andere der befragten Weblog-Autoren verorten insgesamt sehr wenig kontroverse Auseinandersetzungen sowohl in ihrem eigenen, als auch in anderen politischen Blogs und geben an, dass auf ihrem Weblog kaum diskutiert wird. Im Unterschied zu anderen Befragten haben sie eher den Eindruck, dass es auch wenn tatsächlich Diskussionen stattfinden, weniger darum geht, Gegenpositionen aufzuwerfen und zu diskutieren, sondern vielmehr darum, die eigene Meinung zum Ausdruck zu bringen oder sich durch den Austausch mit Menschen mit sehr ähnlichen politischen Einstellungen gegenseitig in der eigenen Meinung zu bestärken.

I_9: „Selten. Eigentlich gar nicht. Aber es ist überhaupt selten, also bei den Blogs die ich jetzt so kenne, außer wirklich von berühmten Leuten wie vom Stefan Niggemeier, dort diskutieren wirklich viele Leute, also wenn die Blogger bekannt sind. Aber selbst bei Bloggern, die's eigentlich sehr gut machen [...], die glaube ich auch durchaus auch Leser haben, ist eigentlich wenig Diskussion dabei. Und es sind auch immer die gleichen Leute, die dort rein schauen. Also es ist irgendwie so ein eigener Kreis und der bloggt halt. Wirklich nach außen ist es halt echt schwer zu kommen, wenn du nicht irgendeinen Namen [...]“

I_5: „Gerade was die doch sehr links ausgerichtete Blogger-Szene in Österreich betrifft, dort ist es ein starkes Angleichen aneinander, ein Abgleichen [im Sinne von] „ok, der andere ist ähnlicher

oder gleicher Meinung“. Man bekräftigt sich eigentlich darin. Und was sehr sehr selten passiert [...] ist, dass wirklich Gegenpositionen aufgegriffen und diskutiert werden.“

Der Grund dafür liegt für einen der Blogger in der geringen Reichweite seines Weblogs, er ist aber auch der Meinung, dass die Kommentarfunktion sich nicht besonders gut eignet, um Diskussionen unbedingt zu begünstigen, da eine themenspezifische Strukturierung, ähnlich wie in Foren, fehlt.

Auch Diskussionen mit Politikern finden, laut der Einschätzung eines Bloggers kaum statt, so dass die Blogger-Community in der Regel über die Gruppe der Politiker diskutiert, ohne dass diese daran Teil hat. Dass bestimmte Themen nur sehr einseitig diskutiert werden, merkt auch ein anderer Interviewpartner an. Der Grund liegt für ihn darin, dass die politische Blogosphäre in Österreich tendenziell politisch sehr liberal eingestellt ist und v.a. aus Grün-Wählern besteht. Zwei der Befragten geben an, dass es erfahrungsgemäß auch stark vom Thema abhängt, ob sich Diskussionen entwickeln oder nicht. Tendenziell führen v.a. aktuelle oder emotional besonders aufgeladene oder provokante Themen zu etwas größeren Diskussionen, wobei das nicht immer einschätzbar ist.

I_2: „Man merkt auch, es gibt Themen, wo zwar der Beitrag sehr oft gelesen wird, aber irgendwie ist es dann schon so abgeschlossen, dass keine Diskussion mehr darunter stattfindet. Und dann gibt es Themen, bei denen sehr viel diskutiert wird.“

I_7: „Manchmal. Das ist sehr unterschiedlich. Bei manchen gar nichts, bei manchen sehr viel und in Wahrheit weiß man nie davor, ob das jetzt so ist oder nicht.“

Ein anderer Blogger geht zudem davon aus, dass es, um Diskussionen im eigenen Blog zu begünstigen, sicher notwendig wäre, regelmäßig neue Beiträge online zu stellen und sehr viel Zeit zu investieren, um Debatten auch in Gang zu halten, was für ihn momentan aus v.a. zeitlichen Gründen nicht möglich ist.

Kommentarfunktion

Während ebenfalls in etwa die Hälfte der befragten Weblog-Autoren relativ zufrieden mit der Nutzung der Kommentarfunktion durch die Leser sind, geben die anderen Interviewpartner an, dass sich die Rückmeldungen zu den eigenen Beiträgen eher in Grenzen halten. Einer der Blogger ist z.B. besonders stolz darauf, zu den meistkommentierten politischen Blogs in Österreich zu zählen, wobei es erfahrungsgemäß auch bei ihm davon abhängt, um welches Thema es sich handelt. Ein anderer der Befragten freut sich besonders über den Austausch mit Menschen aus anderen Ländern auf seinem Blog, da man auf diese Weise wieder an neue Informationen kommt und andere Perspektiven kennenlernt. Ein weiterer Blogger gibt an, sich v.a. über positives Feedback

zu freuen, hat aber prinzipiell kein Problem damit, wenn Positionen und Meinungen in den Kommentaren vertreten werden, die nicht der persönlichen Einstellung entsprechen. Gerade diese Kommentare können besonders anregend sein, zum Nachdenken über andere Sichtweisen animieren und v.a. auch die eigene Argumentation schärfen. Dass es insgesamt eher wenig Rückmeldungen gibt, wird von einigen anderen der Befragten zum Ausdruck gebracht.

I_3: *„Kommentare bekomme ich glaube ich relativ wenige. Und dann ist es relativ oft so, dass ich zu den meisten üblichen Themen, wenn es [in einem Post] gegen FPÖ, BZÖ oder rechtes Denken geht, auch so Kommentare wie, „du bist ja blöd in der Birne“ oder „euch habe sie ja ins Hirn geschissen“ bekomme. Sowas kommt dann sehr oft.“*

I_8: *„Bei uns hält sich das noch in Grenzen, so dass man das gut moderieren kann.“*

Einem dieser Interviewpartner ist es aber dennoch sehr wichtig das Angebot der Rückmeldung auf Beiträge bereitzustellen, da die Reaktionen der Leser neben den reinen Zugriffszahlen auch als eine Art Gradmesser für die Akzeptanz des Weblogs betrachtet wird. Ein anderer Blogger, der ebenfalls angibt relativ wenige Kommentare zu seinen Beiträgen zu haben, hat ebenfalls die Erfahrung gemacht, dass zu emotional besonders aufgeladenen Themen noch am ehesten kommentiert wird. Als Beispiel nennt er einen Blog-Eintrag zu dem es zwar relativ viele Kommentarbeiträge gab, auf den er selbst aber nicht gerade stolz ist, weil der Text durch die Art und Weise, wie er verfasst wurde, sehr heftige und angriffige Kommentare auf die Polizei provoziert hat.

In Bezug auf den Umgang mit negativen Kommentaren ist es einigen der Befragten prinzipiell wichtig, dass sie keine Kommentare, die nicht ihrer persönlichen Meinung entsprechen oder eine Form der Kritik an den eigenen Texten und Darstellungen darstellen. Handelt es sich allerdings um Kommentare, in denen extreme politische Einstellungen vertreten werden – einer der Befragten bezieht hier auch linksextreme Meinungen mit ein, die anderen nennen v.a. rechtextreme und rassistische Stellungnahmen als Beispiel – werden diese in der Regel gelöscht, wobei das noch bei fast keinem der Befragten der Fall war.

I_7: *„Wenn Kommentare in Richtung Leugnung des Holocaust oder ähnliches gehen, [...] will ich einfach keinen Platz für solche ideologischen Positionen schaffen. [...]. Aber jetzt abgesehen davon kann ich auch gut damit leben, dass da Menschen in meinen Kommentaren Positionen vertreten, die nicht unbedingt meine sind. Das kann durchaus auch anregend sein und schärft auch die eigene Argumentation oder bringt einen zum Nachdenken und man kann ja auch seine Meinung ändern.“*

I_4: *„Habe ich noch nie machen müssen. Grundsätzlich habe ich mir als Ziel gesetzt, nichts zu löschen, was nicht den Gesetzen widerspricht. Und bis jetzt habe ich das noch nie machen müssen.“*

I_6: „Kommentare lösche ich sehr selten. Außer es ist so Nazizeug oder so was. [...] Ich habe ganz selten Kommentare wo's politisch sehr untergriffig wird. Ich lasse rechtsextremes und auch linksextremes nicht zu. Und ich versuche eh tolerant zu sein, aber bei manchen ,raus'.“

Einer der Befragten gibt z.B. an, dass die Verteilung zwischen zustimmenden und ablehnenden Kommentaren zu seinen Beiträgen in etwa gleich ist. Neben den Kommentaren, die die eigenen Beiträge sehr positiv bewerten oder einen Hinweis von anderen Bloggern auf eine gemeinsame Beschäftigung mit bestimmten Themen darstellen, bekommt der Weblog-Autor auch sehr kritische und z.T. untergriffige Kommentare, v.a. wenn es z.B. um Menschenrechte oder Homosexualität geht, die er aber stehen lassen will, um v.a. dem Vorwurf der „Zensurwut“ zu entgehen. Allerdings ist ihm eine Rückmeldung seinerseits auf gerade diese Art des Kommentars sehr wichtig, weil er einzelne Stellungnahmen insgesamt als Kommunikation mit allen Besuchern des Weblogs betrachtet und sicherstellen will, dass andere Leser nicht den Eindruck gewinnen, er könnte diesen besonders negativen Kommentaren nichts entgegenen.

I_3: „Grundsätzlich finde ich die Kommentare nicht ok, aber ich lösche sie auch nicht. [...]. Außerdem kommt dann das mit der Zensur, [also der Vorwurf], dass man zensuriert. Kennen wir eh das Spiel. [...] da ist immer auch eine Abwägungssache. Menschenrechtsverletzende oder rassistische Kommentare will ich natürlich nicht in meinem Blog haben, aber einfach raus löschen, ist glaube ich auch keine Lösung.“

Einer der Befragten musste kurz vor dem Interview deutliche Moderationskriterien für sein Weblog festlegen, da er der erste war, der umfassende Informationen zur Eskalation im Rahmen der alternativen 1.Mai-Demonstration in Linz zusammengetragen, recherchiert hat und Augenzeugenvideos auf ihrem Blog veröffentlicht hat. Neben einem vierzigfachen Anstieg der Kommentar-Statistik musste er auch immer wieder mit Kommentaren zu kämpfen, die laut ihren Angaben zumindest in die Nähe des Verbotsgesetzes kamen. Diese wurden relativ rasch gelöscht, weil für ihn klar ist, dass rechtsextreme Kommentare definitiv keinen Platz auf seinem Blog haben. Zum einen, weil er für derartige ideologische Positionen keinen Raum schaffen möchte, zum anderen, weil das auch rechtlich bedenklich wäre.

I_7: „Ich glaube es waren insgesamt 10 oder 15 wirklich, sage ich einmal, eindeutige Kommentare dabei, die zumindest in die Nähe des Verbotsgesetzes kommen. Die habe ich dann einfach alle relativ flott gelöscht. Und nachdem ich dann auch klar gestellt habe, dass bei mir Nazi-Kommentare gelöscht werden, ist das auch um einiges weniger geworden.“

Dezentrale Qualitätssicherung

Da in der Literatur vielfach eine Art gegenseitige Qualitätssicherung bzw. wechselseitige „Korrektiv-Funktion“ für die Blogosphäre beschrieben wird, wurde den Interviewpartnern zunächst die Frage gestellt, wie sie selbst mit inhaltlichen oder sachlichen Falschdarstellungen in anderen Blog-Beiträgen umgehen. Danach wurden sie konkret um

eine persönliche Einschätzung in Hinblick auf eine erkennbare dezentrale Qualitätskontrolle gebeten.

Die Auswertung hat ergeben, dass sachliche und faktische Fehler in anderen Weblogs von einigen der befragten Blogger dem jeweiligen Autor in erster Linie dann kommuniziert werden, wenn der Blog insgesamt als interessant eingeschätzt wird oder in irgendeiner Weise eine „Beziehung“ zu dem Autor besteht, d.h. sich bereits mit ihm ausgetauscht und gegenseitig kommentiert zu haben oder sich auch persönlich zu kennen.

I_4: *„Da gibt’s zwei unterschiedliche Herangehensweisen für mich. Entweder ich schreibe es dazu. Das kommentiere ich dann gleich einmal. Oder ich ignoriere es. Das v.a. dann, wenn mir der Blog egal ist, weil ich ihn entweder gar nicht kenne oder weil er mir von der ganzen Art und Weise wie er ausgerichtet ist sowieso jenseitig vorkommt. [In diesem Fall] klicke ich da einfach wieder weg. Wenn es mir aber wichtig ist, weil ich merke, dass ist wer mit dem ich öfter kommuniziere, dann gibt es schon die Debatte.“*

I_7: *„Da glaube ich würde ich dann, wenn ich zu der Person schon in irgendeiner Weise eine Beziehung habe – Beziehung heißt, hat bei mir kommentiert oder ich bei ihr oder wir sind in irgendeiner Form schon über’s Web ins Gespräch gekommen oder kenne die Person auch persönlich – [...] in so einem Fall würde ich das dieser Person dann wahrscheinlich rückmelden.“*

I_9: *„Wenn es irgendein Blog ist, den ich zum ersten Mal finde, dann denke ich mir was ist das für ein Blödsinn und klicke wieder weg. Wenn es ein Blog ist, den ich öfter lese oder auf dem ich öfter kommentiere, [...] sicher. Ich meine, es kommt auf den Fehler an. Aber wenn's Blogs sind, die interessant sind und wo einmal ein Fehler drin ist, dann waren da wahrscheinlich schon zwanzig Leser vor mir mit der Korrektur.“*

Einer der Befragten gibt z.B. an, dass er sachliche Fehler in Weblogs, die ihm nicht bekannt sind oder in denen gänzlich andere Perspektiven erkennbar werden, eher nicht kommentieren würde. Ähnlich beschreibt ein weiterer Weblog-Autor seine Reaktion indem er erklärt, dass es ihm im Fall eines Weblogs, auf das er zufällig stößt eher egal wäre, wobei es durchaus darauf ankommt, wie grundlegend der Fehler tatsächlich ist. Bei einem Weblog das er allerdings bereits kennt, gerne liest und mit dem er öfter kommuniziert, würde er sicher darauf hinweisen. Ein anderer Interviewpartner gibt explizit an, es wäre ihm durchaus wichtig, dass sachliche Informationen in Weblogs stimmen und wäre auch froh, wenn er selbst auf Fehler aufmerksam gemacht wird.

I_6: *„Ich will nicht oberlehrerhaft sein, aber wenn mir irgendein Fehler auffällt und mir der wirklich ins Auge sticht, dann weise ich schon darauf hin. Ich bin ja selber froh, wenn mich jemand auf Fehler aufmerksam macht.“*

I_10: *„Entweder ich kommentiere oder ich suche eine Kontaktemail und schreibe dann mit Verweis auf meine Quellen, dass ich belegen kann, das ist so richtig. Und das passiert auch in der gegenseitigen Hinsicht.“*

Für zwei weitere Blogger hängt es auch davon ab, ob eine Sache nur vermutlich falsch ist und eigene Recherche notwendig wäre, um dies aufzuklären. Da das Finden ent-

sprechender Quellen sehr Zeitintensiv sein kann, würden sie es in diesem Fall, eher sein lassen. Drei der interviewten Blogger machen zudem deutlich, dass auch sie selbst schon auf die falsche Darstellung von Sachverhalten hingewiesen wurden.

I_11: *„Wenn es die Zeit zulässt und mich das Thema interessiert, suche und verweise ich auf Quellen, die diese Fehler aufzeigen. Umgekehrt sind für mich als Blogger kritische Kommentatoren wichtig, die mich auf Fehler oder neue Quellen aufmerksam machen.“*

I_1: *„Von konkreten inhaltlichen Fehlern wüsste ich jetzt nichts, wo ich drauf gekommen bin. Aber umgekehrt, wüsste ich ein Beispiel, wo ein Leser bei mir einen Fehler entdeckt hat und das dann einfach bei den Kommentaren angemerkt hat. Ich habe dann noch einmal nachrecherchiert und das richtig gestellt. Und grundsätzlich, wenn es etwas ist, dass man [...] sofort erkennt und was auch schnell klar zu stellen ist, dann schreibt man eher schneller ein Kommentar darunter. Wenn es etwas ist, wo man selbst vielleicht nur ahnt, dass da etwas nicht richtig sein könnte, aber dann mehr dazu recherchieren müsste, dann würde ich sagen, klemmt man sich eher selten wirklich dahinter.“*

Die Art und Weise der Rückmeldung, also ob privat über E-Mail oder Direct Messaging oder öffentlich über die Kommentarfunktion, ist für einige der Weblog-Autoren dann eine Abwägungssache. Einige geben auch an, dass ihnen aufmerksame und kritische Kommentatoren, die sie selbst auf Fehler oder neue Quellen aufmerksam machen, durchaus wichtig sind.

In Hinblick auf die Frage nach einer in der Blogosphäre wirksamen dezentralen Qualitätskontrolle sind die Einschätzungen eher differenziert und nicht immer eindeutig. Manche der Interviewpartner verorten durchaus eine Art wechselseitiges Korrektiv, beschreiben dieses aber z.T. recht unterschiedlich. So geben z.B. zwei der befragten Weblog-Autoren an, dass sicherlich eine Kontrolle, im Sinne eines gegenseitigen Beobachten und Verbessern von Fehlern stattfindet, eine Art gegenseitige Qualitätssicherung ist für sie allerdings schon erkennbar.

I_4: *„So eine Art gegenseitige Korrektur? [...]. Nein, das würde ich nicht sagen. Naja, vielleicht doch. Das kommt darauf an, wie man die Kommentare [unter den Posts] interpretiert. Wenn man sie so interpretiert, dass das eine Hilfe sein soll für den Autor oder sie auch von den LeserInnen so gemeint sind - das kann man ja aus beiden Richtungen sehen - dann schon. Aber dass jetzt die Leute sich [bewusst] gegenseitig beobachten und Fehler ausbessern, nein.“*

I_7: *„[...] ich will keine Kontrolle jetzt in dem Sinne festmachen. Das würde meiner Wahrnehmung dessen was Internet sein soll, [...] eigentlich widersprechen, aber es gibt sicher ein Stück Qualitätssicherung über Sachen wie wo gibt's Feedback, wo wird retweeted, wer bezieht sich auf wen.“*

I_9: *„Ja, ja schon. Also wenn's ein Blog ist, der viel gelesen wird, dann glaube ich nicht, dass es wirklich möglich ist, dass jemand ein blödes Gerücht in die Welt setzt, das eigentlich gar nicht stimmt. Wenn's ein bekanntes Thema ist und ein Blog ist, der gelesen wird, dann gibt's sicher schnell jemanden, der das ausbessert.“*

I_11: *„Ja, [...]. Vielgelesene Blogger werden quasi ständig peer-reviewed.“*

Einer ist z.B. der Ansicht, dass man die Kommentare der Leser zu den Beiträgen, durchaus als Hilfestellung für den Verfasser interpretieren kann und v.a. im Fall einer Debatte, eine gegenseitige Überprüfung der Argumente sowie das Kommunizieren anderer Standpunkte und Informationsquellen gewissermaßen eine Voraussetzung ist. Eine weitere Interviewpartnerin ist der Ansicht, dass es im Rahmen der losen Community der politischen Blogger, trotz eines sehr offenen Umgangs mit unterschiedlichen politischen Positionen, durchaus eine Kultur gibt, sich über Feedback, Verlinkung und Retweets⁸⁷⁴, gegenseitig darauf hinzuweisen, wenn etwas auf sachlicher Ebene nicht stimmen sollte, vergleichbar mit Wikipedia. Eine Art Qualitätssicherung findet ihrer Meinung nach auch durch selektives Verlinken statt.

I_7: *„Ich würde jetzt nicht unbedingt Blogs verlinken, die jetzt nur reine Polemiken betreiben oder ich bin auch recht selektiv Blogs zu verlinken, die's zum Beispiel nicht schaffen eine Sprache, die Männer und Frauen definitiv benennt zu verlinken. Da habe ich schon ein Stück nicht definitive Qualitätskriterien, aber ich glaube über solche Dinge passiert das einfach. Und ich glaube, dass da die Kriterien auch sehr subjektiv sind.“*

Dass v.a. unter Blogs, deren Betreiber sich näher stehen und vielleicht sogar persönlich kennen, eine wechselseitige Qualitätssicherung stattfindet, indem man sich auf sachlicher Ebene gegenseitig auf Fehler aufmerksam macht, wird auch von einem weiteren Blogger genannt.

I_3: *„Also auf der einen Seite ist es glaube ich eben so, dass Blogs, die sich näher stehen oder Blog-SchreiberInnen, die sich näher stehen, gegenseitig ihre Einträge lesen und da gibt es schon eine gewisse Art Qualitätskontrolle, indem man sich auf Fehler aufmerksam macht. Ich habe z. B. einmal geschrieben „Martin Graf, 2. Nationalratspräsident“, dabei ist er der dritte. Dann bin ich schon froh, wenn mir das jemand sagt. Also das gibt es auf jeden Fall und das mache ich auch.“*

Einer anderer Blogger ist der Meinung, dass die Rückmeldungen auf die eigenen Beiträge sowohl in qualitativer als auch in quantitativer Hinsicht, in die Schwerpunkte oder Themen, die man bearbeitet, miteinbezogen werden und diese damit sicher ein Einflussfaktor bei der Aufbereitung der eigenen Inhalte sind. Ein anderer Blogger hat die Erfahrung gemacht, dass unsinnige bzw. untergriffige Kommentarbeiträge von den Lesern, die sich zu Wort melden korrigiert werden, ohne dass er selbst eingreifen muss, wodurch die Qualität, der in Weblogs stattfindenden Diskussionen in gewisser Weise dezentral gesichert wird.

I_2: *„Natürlich gibt's auch Fälle, wo irgendjemand auf einen Blog einen Blödsinn geschrieben hat und dann die Person, die den Blog betreibt aufgerufen hat, das doch bitte zu kommentieren. Und das haben dann auch einige gemacht. Und die Person, die den Blödsinn geschrieben hat, hat dann auch eingesehen, dass das ein Blödsinn war.“*

⁸⁷⁴ Der Ausdruck "Retweet" entstand im Bezug auf den Dienst „Twitter“ und bezeichnet die Sache, dass man eine Kurznachricht (einen Tweet) eines anderen meist wörtlich und unkommentiert wiederholt (re(peat) = Wiederholen).

Für einen anderen der befragten Blogger kommt die Korrektiv-Funktion in der Blogosphäre auch auf eine andere Weise zum Ausdruck. Er geht davon aus, dass fragwürdige Blog-Beiträge, in denen z.B. fremdenfeindliche oder anders extreme Meinungen vertreten werden, mit eigenen Kommentaren und Argumenten entkräftet werden müssen, damit Leser, die erst später dazu stoßen, nicht dazu verleitet werden, sich der Meinung des Verfassers anzuschließen, nur weil der Text vielleicht schlüssig aufbereitet ist und unhinterfragt stehen bleibt.

I_3: „[...] wenn irgendwer auf einen Blog-Eintrag, z.B. über rechtes Denken kommt und sich das durchliest und sich vielleicht denkt ‚naja, ich weiß nicht, so schlimm finde ich das gar nicht‘, dann runter liest und merkt da schreibt irgend jemand ‚he, bist du wahnsinnig, so kannst du das doch nicht wirklich meinen‘ usw., dann denkt sich vielleicht der Leser, ‚ah, ok aus der Richtung kommen da die Kritiken, naja vielleicht muss man da schon aufpassen‘.“

- Forschungsfrage 5: *Inwiefern kann die Tätigkeit des Bloggens von jener des Journalismus unterschieden werden? Wie wird das Verhältnis zwischen Weblogs und Massenmedien beschrieben?*

Um die Praktiken von Bloggern im Vergleich zu jenen von Journalisten herauszustellen, wurden die Interviewpartner gebeten, die für sie offensichtlichsten Unterschiede zwischen Bloggern und Journalisten zu nennen und in weiterer Folge das Verhältnis zwischen Weblogs und Massenmedien zu beschreiben.

Unterschiede

Der von den Befragten am häufigsten genannte Unterschied zwischen Bloggern und Journalisten bezieht sich auf die Darstellung und Aufbereitung der Inhalte. Fast alle Interviewpartner nennen den in der Regel subjektiven Charakter von Blog-Texten als wesentlichstes Merkmal von Weblogs im Vergleich zu der tendenziell neutralen Darstellung von Themen in journalistischen Angeboten.

I_11: *„Blogger wollen in der Regel keine Journalisten sein. Wir schreiben über Themen, die uns interessieren - nicht über Themen, die einen kommerziellen Meinungs- und Nachrichtenmarkt interessieren. Wir zelebrieren die Subjektivität und führen einen Dialog mit unseren Lesern.“*

I_9: *„Ich glaube, dass Journalisten in einem anderen Medium sicher neutraler schreiben und du beim Bloggen – was ich auch gut finde – die Meinung sehr deutlich herausliest.“*

Zwei der befragten Blogger geben an, dass die Texte von Weblog-Autoren in der Regel kürzer und v.a. meinungsbezogener sind, während Journalisten eher einen objektiveren Zugang beim Aufbereiten der Inhalte haben und die klassischen Aufgaben der Selektion und der ausführlichen Beschäftigung mit Themen übernehmen.

I_1: *„[...] tendenziell kann man sicher sein, dass Blogger eher meinungsbezogener und eher kürzere Texte schreiben und [...] auch die Interaktion mit anderen Medien im Vordergrund steht im*

Gegensatz zum klassischen Journalisten, wo's [...] v.a. auch um die Selektion für die Leser geht und man sich wirklich ausführlich mit Themen beschäftigt.“

Einer der Interviewpartner hat den Eindruck, dass Blogger auch eher Nischenthemen bearbeiten, die von den klassischen Massenmedien nur am Rande behandelt werden. Das Vermitteln einer subjektiven, auf persönlichen Interessen basierenden Darstellung von Sachverhalten und Meinungen wird also vor allem Weblogs zugeschrieben, während im Journalismus die Objektivität und neutrale Berichterstattung im Vordergrund steht. Zwei weitere Blogger sind zudem der Meinung, dass es in Weblogs außerdem mehr um die Kommunikation mit den Lesern, den Austausch und die Vernetzung mit anderen geht, als im Journalismus, wo es mehr darauf ankommt, einen „kommerziellen Meinungs- und Nachrichtenmarkt“ zu bedienen und kaum eine Rückkopplung zwischen Rezipienten und Produzenten von medialen Inhalten stattfindet.

Angesprochen werden auch formale Unterschiede zwischen Weblog-Autoren und Journalisten. Der in formaler Hinsicht offensichtlichste Unterschied zwischen Bloggern und Journalisten liegt für einige der Befragten in der Entlohnung der Tätigkeit des Journalisten und der Tatsache, dass es in Österreich nicht möglich ist, vom Bloggen finanziell zu leben. Genannt werden auch die für den Journalisten gegebenen Möglichkeiten in Bezug auf die Recherche und der exklusivere Zugang zu Informationsquellen durch den Presseausweis sowie der Organisationsgrad klassischer Massenmedien, in Form von redaktionellen Strukturen oder die Tatsache, dass es eine Journalistengewerkschaft gibt. Einer der Befragten ist der Meinung, dass Bloggern neben Zugängen und Möglichkeiten in Bezug auf Recherche und Informationsbeschaffung auch die Kontakte fehlen, um wirklich objektiv berichten zu können. Ein anderer Weblog-Autor, vermutet, dass Journalisten in der Regel länger in ihrem Metier arbeiten als Blogger ein Weblog betreiben und etwas disziplinierter in Bezug auf die Recherche sind.

Während mit der Tätigkeit des Journalisten für fast alle der Interviewpartner, eine Vielzahl an Vorgaben und Strukturen verbunden ist, wird für Weblog-Autoren v.a. eine Unabhängigkeit und Freiheit in Hinblick auf die Themenwahl und –aufbereitung sowie die Häufigkeit der Publikationen verortet.

I_2: „[...] ich muss als Blogger nicht objektiv sein, wie in der Zeitung. Ich muss das alles nicht. Ich habe auch keinen News-Auftrag, dass ich jetzt sage, es ist ein Muss. [...]“

I_8: „Ich glaube diese Freiheit, die man hat, ist glaube ich schon recht wichtig als Blogger.“

I_5: „Also die Freiheit in der Auswahl der Themen, ist glaube ich der große Vorteil den Blogger, so lange sie nicht bezahlt werden, noch haben.“

Einer der Weblog-Autoren merkt in Bezug auf die Unabhängigkeit beim Schreiben der Texte auch an, dass während der Journalist immer die Redaktion hinter sich hat und seine Texte vor der Veröffentlichung in der Regel vor dieser argumentieren muss, Blogger ihre Beiträge weitgehend autonom schreiben und diese erst nach der Veröffentlichung im Netzwerk bewertet werden.

I_8: *„Aber die Art der Publikation ist schon anders. Ein Journalist muss sich innerhalb der Redaktion mit seinem Text durchsetzen und muss den argumentieren und der Blogger kann ihn einfach so hinaus hauen und kann sich dann innerhalb dieses Netzwerks [bewerten lassen].“*

Von den meisten der Interviewpartner wird diese Freiheit auch als sehr wichtig und als großer Vorteil am Bloggen eingeschätzt. Einer der Blogger gibt explizit an sich nicht als Journalist zu verstehen, nicht dementsprechend schreiben zu können und auch nicht verpflichtet zu sein irgendeinen News-Auftrag zu erfüllen. Trotzdem er fast täglich neuen Content online stellt, ist er der Meinung es handelt sich hier einfach um zwei unterschiedliche Bereiche. Auch ein anderer Blogger, der zugleich selbst im Journalismus tätig ist, hat das Gefühl im Blog freier und unabhängig von redaktionellen Vorgaben agieren zu können, wobei er in seinem Fall in Bezug auf die Art und Weise der Inhaltsaufbereitung und Informationsbeschaffung keine Unterschiede zwischen seiner Tätigkeit als Blogger und jener als Journalist sieht.

I_4: *„Für mich ist es so, dass ich in einem Blog ein bisschen befreiter bin von Zwängen, die es in einer Redaktion natürlich gibt. Du bist nicht auf ein Ressort beschränkt, du bist nicht auf ein Thema beschränkt, du kannst auch einmal ein bisschen lockerer über irgendetwas schreiben. Aber von der Art und Weise, wie ich arbeite, sehe ich eigentlich nicht viel Unterschied.“*

Der einzige Unterschied liegt für ihn allerdings auch in der expliziten Betonung der eigenen Meinung in Blog-Beiträgen im Vergleich zu den Texten, die er für eine Zeitung schreiben würde. Der unterschiedliche Umgang mit Quellen wird von nur einem der Befragten explizit angesprochen. Während der Journalist seine Quellen wahrscheinlich besser auswählt, wird der Verweis auf Quellen durch das Weblog-Format technisch begünstigt, so dass der Blogger in der Regel öfter auf seine Quellen verlinkt als der Journalist, der zwar fundierte Quellen hat, diese aber meistens nicht nennt.

Insgesamt werden zahlreiche Unterschiede zwischen Journalisten und Bloggern genannt, die v.a. in der Darstellung der Inhalte (subjektiv vs. neutral), der Entlohnung und der Unabhängigkeit von redaktionellen Strukturen verortet werden. Während alle der befragten Weblog-Autoren Unterschiede nennen, geben manche Interviewpartner zugleich an, dass es in vielen Fällen unmöglich ist, eine klare Trennlinie bzw. definitive Abgrenzung zwischen Bloggern und Journalisten zu ziehen. Zwei der Befragten versuchen diese Einschätzung zu verdeutlichen, indem sie darauf hinweisen, dass es sowohl unter Journalisten als auch unter Bloggern zum einen inhaltlich sehr gute Schrei-

ber gibt, die mit durchaus ähnlichen Routinen und einem ähnlichen Regelwerk qualitativ sehr hochwertige Texte aufbereiten, es zum anderen aber auch katastrophale Autoren gibt, die Inhalte veröffentlichen ohne jemals etwas dazu recherchiert zu haben. Und auch ein weiterer Interviewpartner ist der Meinung, dass die Übergänge zwischen beiden Bereichen oft fließend sind, da es sowohl „bloggende Journalisten als auch journalistische Blogger“ gibt.

Verhältnis

Für die meisten der Weblog-Autoren wird das Verhältnis zwischen Weblogs und den klassischen Massenmedien als sich eher ergänzend beschrieben, indem eine gegenseitige Übernahme von Themen und Meinungen als durchaus sinnvoll und realistisch eingeschätzt wird.

I_2: *„Die beiden Bereiche ergänzen sich untereinander, finde ich und das ist auch wichtig so.“*

I_10: *„Ich bin der Meinung, dass sich Weblogs und der normale Journalismus ergänzen.“*

I_6: *„Ja, eigentlich schon, weil es ist eine Ergänzung. Ich finde es ja schade, weil die Presse hat ja vor 2 Jahren oder so – Fangnetz hat das geheißen und das war eigentlich super, da waren auch Einträge von mir dabei. Und das war irgendwie ein Ansporn für eine gewisse Qualität im Blog [...]“*

Eine Gefahr, im Sinne einer möglichen Konkurrenz durch Weblogs für die klassischen Massenmedien wird von keinem der befragten Blogger verortet. Einer beschreibt das Verhältnis zwischen Blogs und Massenmedien als kritisch und hat durchaus den Eindruck, es gäbe einen gewissen Statuskampf zwischen den beiden Bereichen, da sich viele Blogs als „Watchdog“ der „Watchdogs“ verstehen. Auch ein anderer Blogger spricht die Korrekturfunktion an, die Weblogs möglicherweise haben können, indem sie z.B. Fehler oder Falschmeldungen in der Berichterstattung der Massenmedien aufdecken und es ihnen gelingt damit ein wenig Druck auszuüben.

I_3: *„Für die Massenmedien kann es auch eine Korrekturmaßnahme sein, würde ich mal sagen. Wenn zum Beispiel in einem Bericht in der ZIB 2 ein Fehler drin ist, dann ist es halt oft nicht wichtig, dass man es nachher ausbessert oder es steht dann halt nur irgendwo klein, dass ein Fehler drin war, aber auf den Blogs kann man es dann wesentlich prominenter nachlesen. Und dann kommen vielleicht auch die Medien in einem gewissen Umfang unter Druck.“*

Ergänzungsleistungen übernehmen Weblogs für die befragten Blogger v.a. dann, wenn bestimmte Inhalte oder Themen, die in einzelnen Weblogs oder in der Blogosphäre diskutiert werden, in die massenmediale Berichterstattung übernommen werden. Entwicklungen in dieser Hinsicht werden von fast allen der befragten Blogger auch für Österreich verortet. Einige nennen hier als realistisches Beispiel die Aktion „Grüne Vorwah-

len“, zu der es in den meisten politischen Blogs, einen Beitrag gab und die deutlich gemacht hat, dass es in manchen Fällen durchaus möglich ist, für gewisse Themen soviel Aufmerksamkeit zu erzeugen, dass das Interesse der Massenmedien geweckt wird und das Thema bzw. in diesem Fall ein bestimmtes Anliegen in einem größeren Rahmen öffentlich zu verhandeln und diskutieren. Mehrere Blogger haben erwähnt, dass von der Aktion „Grüne Vorwahlen“ in verschiedenen österreichischen Medien berichtet wurde.

I_3: „[...] ich glaube sie spielen zwar in unterschiedlichen Ligen [...], aber ich glaube, dass es jetzt auch in Österreich, obwohl das hier noch nicht so stark ist, schon eine Verbindung untereinander gibt. Zu sagen, dass sind zwei getrennte Systeme und haben nichts miteinander zu tun, das stimmt glaube ich einfach nicht. Z.B. die „Grünen Vorwahlen“ sind glaube ich nur in die Zeitungen gekommen, weil es wirklich einen Haufen Leute gibt, die [darüber] bloggen und denen das extrem wichtig ist und ständig darüber schreiben. Da war ein Thema und das hat sich einfach mehr aufgebaut und mehr aufgebaut und irgendwann [sind die Massenmedien aufgesprungen].“

I_10: „Das merken wir jetzt mit den Grünen Vorwahlen, zu denen es in fast jedem politischen Blog einen Beitrag dazu gab. Und der Standard kam dann schnell darauf und auch ORF.at und das Profil haben darüber berichtet.“

Einer der Weblog-Autoren nennt als weiteres Beispiel das Augenzeugen-Video zur 1. Mai-Demonstration in Linz, das von einer Bloggerin online gestellt wurde, ebenfalls den Einzug in die massenmediale Berichterstattung gefunden und insgesamt zu heftigen öffentlichen Debatten geführt hat.

I_2: „[...] was hier momentan schon anfängt sind eben solche Sachen, dass das was Blogger und Bloggerinnen bloggen, [...] doch relativ schnell auch in den [Mainstream-]Medien sein könnte. Ein anderes Beispiel ist das 1. Mai-Video [...] wo man die Polizisten prügeln sieht. Das ist in der Früh im Blog-Beitrag bei Andrea [Mayer-Eboloeiy] erschienen, ist dann getwittert worden und am Abend war's dann in der ZIB1. Und das geht dann schon sehr schnell. Und so war's bei vielen Sachen.“

Der Grund für das mittlerweile mögliche Einspeisen von Themen in die Sphäre der Massenmedien liegt für zwei der Interviewpartner v.a. darin, dass Journalisten zunehmend Weblogs lesen, um in Erfahrung zu bringen, worüber die Online-Community gerade diskutiert.

I_2: „Zum Beispiel macht das der Online-Standard sehr aktiv, in Blogs zu schauen, was da steht und ein Thema ist [...]. Deswegen sind die dann auf das [mit der Initiative „Grüne Vorwahlen“] gekommen. Und außerdem Blogger haben, die sie anrufen, wenn sie zu einem Thema fragen oder Meinungen hören wollen.“

Ein anderer Blogger geht davon aus, dass eine Themenübernahme v.a. im Fall von koordinierten Aktionen oder indem sich gemeinsame thematische Schwerpunkte in Weblogs bilden, möglich ist. Die beiden medienkritischen Blogger beobachten ebenfalls eine zunehmende Verbindung zwischen Weblog-Format und Massenmedien, indem die großen Zeitungen beginnen, Weblogs in ihr eigenes Angebot zu integrieren. Trotzdem sie kaum Verbindungen zur Medienszene und den Journalisten haben, bekom-

men die beiden Blogger hin und wieder Rückmeldungen von den Journalisten, deren Texte sie kritisieren.

I_8: *„Wenn man sich die Zugriffszahlen anschaut [...], dann haben wir schon recht viele Aufrufe von ÖSTERREICH - also man sieht [...] ja von welchem Netzwerk sie kommen und da ist ÖSTERREICH eigentlich recht weit oben mit durchschnittlich 2 Leuten, die pro Tag bei uns reinschauen. Und auch einige Zugriffe von der KRONE oder Mediaprint und hin und wieder auch Rückmeldung von den eigentlichen Autoren. Einmal zum Beispiel, um uns auf einen Fehler hinzuweisen, den wir offensichtlich gemacht haben, da haben wir nicht gut recherchiert [...].“*

Ein anderer Blogger hält z.B. bloggende Journalisten für eine gute Werbestrategie, um die Menschen wiederum zur Zeitung hinzuführen. Er ist aber der Meinung, dass Weblogs, die von Privatpersonen geführt werden, eine ganz andere Zielgruppe als die Massenmedien ansprechen und bisher auch andere Aufgaben erfüllen. Einige der Weblog-Autoren geben an, bereits selbst schon die Erfahrung gemacht zu haben, in einem Massenmedium erwähnt worden zu sein. Hier werden v.a. die Tageszeitungen Presse und Standard genannt.

I_3: *„[...] im Standard [wurden] unter den „Kommentaren der Anderen“ öfter einmal Ausschnitte aus Blogs präsentiert. Was witzig ist. [...]. [...] da habe ich einmal ein Foto gemacht, da ist es um eine Anti-Abtreibungs-Demo von der Katholischen Kirche gegangen und das Witzige ist: ich habe das fotografiert und unter Creative Commons auf das Weblog gestellt und vor 2 Monaten habe ich [das selbe Foto] dann im Standard gesehen, genau das Bild. Das ist ganz witzig.“*

I_6: *„Und ich halte eine Verbindung zwischen Blogs und Medien für sehr wichtig. Die Presse hat zum Beispiel 2006 eine eigene Rubrik gehabt, wo sie verschiedene Blog-Einträge einmal in der Woche abgedruckt hat. Und da war ich auch dabei.“*

Einer der Interviewpartner ist der Meinung, dass es weniger um die Frage nach dem Verhältnis zwischen Weblogs und Massenmedien, v.a. nicht um ein entweder-oder geht, sondern ist eher der Meinung, dass die Möglichkeit der eigenen und weitgehend unabhängigen Content-Produktion einen Demokratisierungseffekt für die Gesellschaft hat.

I_7: *„Ich bin zutiefst überzeugt, dass es eigentlich wirklich um eine Demokratisierung geht. Demokratisierung im Sinne, dass ein Zugang zu Öffentlichkeiten oder Teilöffentlichkeiten nichts ist, was monopolisiert sein kann, sondern glaube, dass man wirklich auch etwas dafür tun muss, dass gerade auch Menschen, die sich entweder mit Themen beschäftigen, die nicht Mainstream sind oder die einfach marginalisierten Gruppen angehören, mehr Zugang zur Öffentlichkeit finden und mit der eigenen Stimme für ihre Anliegen sprechen können. In diesem Rahmen würde ich politisches Bloggen schon ein Stück weit verorten, als Teil davon.“*

Sie geht dennoch davon aus, dass es trotz aller Kritik an den Massenmedien sehr wichtig ist, dass es Qualitätsjournalismus gibt. Denn die Aufgaben, die Journalisten wahrnehmen können sicher nicht gänzlich von ehrenamtlichen und selbstorganisierten BloggerInnen übernommen werden.

Zwei der Blogger bemerken auch explizit, dass die Verbindung zwischen Weblogs und Massenmedien eine noch eher einseitige ist, da Anschlusskommunikation in der Regel v.a. aufseiten der Weblogs stattfindet, die vielfach Themen aus den klassischen Massenmedien aufgreifen, was aber umgekehrt noch sehr selten der Fall ist.

I_1: „So wie's in Österreich derzeit ist, ist es im Prinzip eher eine Koexistenz verschiedener Medienkanäle nebeneinander. Überschneidungspunkte sind glaube ich insgesamt noch sehr selten. Momentan ist das Ganze noch sehr einseitig und es sind v.a. Blogs, die sehr oft Artikel aus den traditionellen Medien aufgreifen. Umgekehrt, also dass klassische Massenmedien Themen in Blogs aufgreifen ist eher selten.“

- Forschungsfrage 6: *Welches Einflusspotential haben Weblogs auf den Bereich der politischen Kommunikation?*

Potentiale politische Kommunikation

Diese Kategorie bezieht sich auf die Einschätzungen der Weblog-Autoren in Hinblick auf die Möglichkeiten und Grenzen von Weblogs für den Bereich der politischen Kommunikation. Da die Frage mit einem Hinweis auf eine rege Debatte über Weblogs und ihren Einfluss auf die politische Kommunikation, eingeleitet wurde, nannten die meisten Interviewpartner, neben den Potentialen auch hemmende Faktoren für die Entfaltung der Potentiale.

Die von den befragten Weblog-Autoren verorteten Potentiale von Weblogs in Hinblick auf die politische Kommunikation, werden insgesamt sehr ähnlich beschrieben. Chancen ergeben sich für die meisten der befragten Weblog-AutorInnen v.a. dann, wenn man mit einem Thema oder einer Meinung den Sprung in die Massenmedien schafft und diese als zusätzlichen Aufmerksamkeitskanal nützt. Für einige der Interviewpartner ist dafür die Vernetzung einer Vielzahl an Weblogs und das gemeinsame Engagement für ein Thema notwendig, um Aufmerksamkeit zu erzeugen.

I_7: „Ich glaube, dass wahrscheinlich ein einzelner Weblog sehr wenig Einfluss hat. Ich glaube aber, dass wenn sich gemeinsame Themen herauskristallisieren in der BloggerInnen-Community, dass man dann miteinander durchaus schon auch Themen noch einmal über diese Mainstream-Medien-Wahrnehmungsschwelle transportieren kann und auf der Ebene dann sehr wohl etwas bewirken kann. Vernetzung spielt sicher eine wesentliche Rolle.“

Auch an dieser Stelle wird von der Hälfte der befragten Weblog-Autoren als Beispiel für einen möglichen Einfluss auf die politische Kommunikation das Beispiel „Grüne Vorwahlen“ genannt.

I_1: *Man kann die politische Debatte beeinflussen, wenn man von den Massenmedien aufgegriffen wird und diese quasi als Kanal nützt. Eben wie jetzt bei der Aktion „Grüne Vorwahlen“, die eigentlich von vielen unabhängigen Personen initiiert worden ist. Das wäre [...] eigentlich ein Beispiel dafür, dass ein Thema, dass v.a. in Weblogs kursiert, in die politische Debatte hineingetragen wird. Und zwar nicht nur die eigentliche Aktion selber, sondern, dass man sich auch mit dem*

Thema oder der Problematik die dahinter steckt, also politischer Partizipation, Transparenz [...] auseinandersetzt.“

I_5: „Der Ausgangspunkt für eine größere politische Diskussion können sie auf jeden Fall sein. [...] gerade die ‚Grünen Vorwahlen‘, die inzwischen nicht nur im Web diskutiert werden, die sind im Internet entstanden.“

Das wesentliche Potential von Weblogs für den Bereich der politischen Kommunikation liegt für die meisten der Befragten eindeutig in ihrer Rolle als Meinungs- und Themensichtbarkeitsverstärker. Für einen der Weblog-Autoren allerdings weniger als Verstärker von einmal stattgefundenen Diskussionen und bereits vorhandenen öffentlichen Debatten, sondern v.a. als Impulsgeber für Themen, die sonst noch nirgends diskutiert wurden. In Bezug auf Themen, die bereits in der Gesellschaft und den Massenmedien eine breite Auseinandersetzung erfahren, wie z.B. der Amoklauf in Winnenden oder die Bildungsdebatte in Österreich, haben Weblogs für den Blogger kaum etwas bewirkt, trotzdem im Internet viel dazu diskutiert wurde. Um tatsächlich einen Einfluss auf die politische Kommunikation oder auch politische Entscheidungsfindungsprozesse zu haben, hält einer der befragten Blogger v.a. die Verbindung zwischen Weblogs und realen politischen Bewegungen für sehr wichtig.

I_7: „Und der zweite Punkt ist sicher die Anbindung an das was offline passiert. Also nur zu glauben man knallt jetzt etwas ins Internet und das ist alles so cool und lässig, das funktioniert nicht. Sondern ich glaube man braucht ganz reale Menschen, die auch ganz real miteinander an einem Tisch sitzen und kommunizieren. Und da kann es, glaube ich für manches das offline stattfindet noch einmal ein Verstärker sein oder kann auch einfach etwas sein wo Themen noch einmal neu generiert werden.“

Zwei der befragten Blogger geben an Weblogs als zusätzlichen Kanal zu verstehen, über den wie beispielsweise im „Kaffeehaus“ oder im „Familien- und Stammtischumfeld“ Meinungen transportiert werden und diskutiert werden können. Einer der beiden möchte Weblogs allerdings keinesfalls isoliert betrachten, sondern als Teil eines Konglomerats von „sozialen Medien“.

I_11: „Weblogs sollten nicht isoliert betrachtet werden, sie sind längst in einen Mix verschiedener ‚sozialer Medien‘ eingebettet. Diese reichen von Microblogging-Diensten über soziale Netzwerke bis zum größten sozialen Netzwerk der Welt: Email. In all diesen Kanälen wird Politik gemacht. Der gemeinsame Nenner lautet: persönliche Empfehlungen. Sie waren immer schon der wichtigste - und unberechenbarste - Faktor einer Kaufentscheidung oder Meinungsbildung. Mit sozialen Medien werden diese Mechanismen nicht nur nachvollziehbar (Monitoring), sondern sie wirken vor allem auch mit deutlich größerem Hebel als früher Empfehlungen im Familien- oder Stammtischumfeld.“

Potentiale für den Bereich der politischen Kommunikation werden von ebenfalls der Hälfte der Interviewpartner auch in Hinblick auf die Nutzung von Weblogs durch Politiker verortet, die damit Themen bereit stellen können, die in den klassischen Medien zu

wenig behandelt werden oder um die eigene Politik und Programme transparenter zu machen und Beschlüsse zu erklären.

I_1: *„Und gerade Politiker und politische Parteien könnten das auch mehr aktiv nutzen, gerade in Wahlkampfzeiten. Einerseits als zusätzlichen Kanal, um sich selbst präsentieren zu können [...]. Andererseits, um in direkten Kontakt mit den Wählern oder eben mit einer kritischen Öffentlichkeit treten zu können.“*

Hemmende Faktoren für den insgesamt tatsächlich noch sehr geringen Einfluss von Weblogs auf die politische Kommunikation in Österreich, werden von den Interviewpartnern in der noch zu geringen Reichweite von Weblogs und einem noch sehr geringen Verständnis von Weblogs in der Politik bzw. unter den Politikern verortet. Als Maßstab dafür, welchen z.T. sehr großen Einfluss Weblogs auf die politische Kommunikation tatsächlich haben können und wie integriert Weblogs in die politischen Kommunikation sein können, wird mehrmals die Blogosphäre in den USA genannt.

I_4: *„Fangen wir mal mit Österreich an. Da ist es [...] ganz leicht zu sagen, dass Weblogs im Wesentlichen keinen Einfluss auf die Politikgestaltung haben. Zumindest keinen extremen. Die Öffentlichkeit dafür ist einfach noch zu klein.“*

I_2: *„Sie unterschätzen das total. [...] Das ist in Österreich ein Phänomen von allen Parteien, weil auch keiner den Rückkanal [selber] verwendet. [...] Von diesen Politikern, die bloggen, die haben auch null Kommentare in ihren Blogs, weil die auch so uninteressant bloggen.“*

I_3: *„Da fehlt glaube ich das Verständnis. Und der Zugang von PolitikerInnen ist glaube ich v.a. der, dass sie sich denken, „da ist noch ein Medium und da können wir noch mehr Informationen hinaushauen“. Und es ist einfach auch oft so, dass die Leute [Politiker] auch nicht selbst schreiben.“*

I_10: *„Politiker könnten, wenn sie sich im Web 2.0 richtig bewegen würden, ihre Politik transparenter machen, Beschlüsse erklären usw. So bekommt man eben nur Ansprachen im Radio oder im TV zu sehen. Wenn Politiker das nutzen würden, dann würde es schnell ein wichtiger Bestandteil in der politischen Kommunikation werden. Das Paradebeispiel Obama, der hat's vorgebracht. Er hat zwar nicht selbst gebloggt, aber er wurde auf seinem Weg begleitet und man konnte die Stationen seines Wahlkampfes und auch jetzt noch kann man die Ereignisse nach der Wahl in seinem Weblog nachlesen.“*

- Forschungsfrage 7: *Welche öffentlichkeitsstrukturellen Veränderungen ergeben sich durch das Weblog-Format?*

Öffentlichkeitsstrukturelle Veränderungen

Öffentlichkeitsstrukturelle Veränderungen ergeben sich für die Hälfte der befragten Weblog-Autoren durch Weblogs und Social Software in erster Linie durch die Möglichkeit eigene Inhalte öffentlich zugänglich zu machen und persönliche Standpunkte und Meinungen präsentieren zu können. Damit sind ein direkter Zugang zur Öffentlichkeit sowie das Schaffen kleiner autonomer, aber vernetzter Weblog-Öffentlichkeiten möglich, worin wesentliche Chancen in Hinblick auf öffentlichkeitsstrukturelle Veränderungen, gesehen werden. Einer der befragten Weblog-Autoren ist z.B. der Meinung, dass Ver-

änderungen sich v.a. für Menschen, die sich ohnehin schon viel im Netz bewegen, ergeben würden. Für einen anderen sind Weblogs „ein Baustein dazu, ein Stück demokratisierte Öffentlichkeit zu entwickeln“, indem das Brecht'sche Diktum „Jeder Sender, jeder Empfänger“ in technischer Hinsicht potentiell umsetzbar wäre. Auch in Bezug auf die Meinungsbildung und Meinungsvielfalt werden Weblogs für drei andere der befragten Blogger in Zukunft noch mehr Einfluss nehmen. Und auch die Chance, Themen von ganz unten zuerst in die Blogosphäre und dann in die massenmediale Berichterstattung zu transportieren und damit eine breite Auseinandersetzung provozieren zu können, wird von einem der Interviewpartner, an dieser Stelle als wesentliche Veränderung angesprochen.

I_1: *„Eine Veränderung gab's damit in den letzten 2, 3, 4 Jahren sicherlich. [...] Gerade durch das Web 2.0 sind [...] viele Aspekte, [...] also dass man selbst Meinungen und Standpunkte präsentieren und sich auch mit anderen dazu austauschen kann, möglich geworden. [...] jetzt ist das Internet viel viel interaktiver geworden. Das ist sicherlich der größte Unterschied.“*

I_7: *„Die Medien verändern sich und damit verändern sich auch die Möglichkeiten. Und wenn ich an Bertolt Brecht denke, der hat ja schon in den 30er Jahren anhand vom Radio skizziert „Jeder Sender, jeder Empfänger“. Mit dem Radio geht das in der Deutlichkeit so nicht. Mit Internet und Blogs ist das jetzt wirklich von den Technologien potentiell denkbar, was noch immer die Ungleichgewichte nicht aufhebt.“*

I_3: *„Also für Menschen, die im Web „leben“, glaube ich schon, dass sich damit viel verändert hat. Weil ich glaube, dass das für Viele ein ganz normales Medium geworden ist, wie halt die Massenmedien. Und ich glaube, dass wenn jemand einen Blog relativ lange liest, schon ein gewisses Vertrauen aufbaut. Und von dem her glaube ich schon, dass sie ein Einflussfaktor auf die Menschen im Web sind.“*

I_10: *„Also Blogs erreichen definitiv eine größere Öffentlichkeit als es die statischen Homepages können. Und eigentlich konnte ich erst durch das Medium Weblog meine eigene Meinung und meine Texte einer größeren Öffentlichkeit zugänglich machen. Und die Möglichkeit hatte ich vorher nicht.“*

In Zusammenhang mit der Einschätzung in Bezug auf die erkennbaren Veränderungen der Öffentlichkeitsstrukturen, werden von einigen Bloggern zugleich auch Beschränkungen angesprochen. So wird für einen der Weblog-Autoren die Teilnahme an öffentlichen Auseinandersetzungen durch Weblogs zwar zweifellos begünstigt, allerdings nicht in dem Ausmaß, wie häufig behauptet wird. Zwei weitere befragte Weblog-Autoren nennen das ihrer Meinung nach, nach wie vor noch kaum vorhandene Verständnis von Weblogs in der breiten Öffentlichkeit als besonders hemmenden Faktor in Bezug auf die Relevanz und die Nutzung von Weblogs insgesamt. Ein anderer Interviewpartner erkennt zwar Potentiale, die aber v.a. in Österreich noch zu wenig genutzt werden.

I_4: *„Noch nicht, glaube ich [...]. [...] Es ist so, das vereinzelt schon überall Leute in der Wirtschaft, in den Medien und in der Politik sind, die sich mit Blogs auseinandersetzen. Die ihre Kommunikation darauf ausrichten. Denen der Gedanke einfach gefällt, der dahinter steckt. Aber es gibt noch viel, viel mehr Leute, die einfach denken, das ist ein Haufen Kasperltheater, ein Kinder-*

garten und die sich mit dem nicht wirklich auseinandersetzen wollen. Aber das wird sich ändern, glaube ich. Zumindest wird der Einfluss größer werden.“

I_6: „Die Öffentlichkeit ist sicher viel zugänglicher geworden, aber die Leute nutzen das zu wenig. Ich glaube sie haben Angst, dass ihnen die eigene Meinung auf den Kopf fällt, wenn man seine politische Meinung öffentlich macht. Und ich glaube auch, dass sich die meisten weniger über Politik äußern wollen als über ihre Lieblingsmusik oder so und dass man sich über Politik doch noch lieber mit Freunden unterhält.“

I_8: „Noch würde ich sagen sind die relativ gering, weil Weblogs viel zu wenig gelesen werden. [...] Aber ein Potential in Hinblick auf Meinungsbildung z.B., denke ich gibt es auf jeden Fall.“

Die Potentiale zwar hervorhebend, werden von manchen der Befragten die Erwartungen an das Weblog-Format zugleich ein wenig relativiert, indem sie deutlich machen, man dürfe sich auch nicht zu viel Veränderung erwarten.

I_7: „Also ich glaube man muss die Sache einfach realistisch sehen. Weblogs sind glaube ich einfach ein Baustein dazu ein Stück demokratisierte Öffentlichkeit zu entwickeln, aber gleichzeitig ist es sicher nichts was jetzt die Weltrevolution auslösen würde oder so.“

I_9: „Sicher geht's irgendwie, wenn du wirklich dahinter bist, aber die Welt verändern wirst du mit einem Blog nicht. Also noch nicht und in Österreich garantiert wenig.“

I_2: „Die Hürde eigene kleine Öffentlichkeiten zu schaffen ist kleiner geworden, aber auf der anderen Seite gibt es auch viele, die nicht aktiv im Netz kommunizieren, sondern nur konsumieren.“

Den Unterschied zu den USA in Hinblick auf den öffentlichen Stellenwert von Weblogs verortet einer der befragten Blogger darin, dass der vielfältigere und nicht so konzentrierte US-amerikanische Medienmarkt, die Übernahme von Themen aus Weblog eher begünstigt. Außerdem ist er der Meinung, dass auch die politische Kultur in Bezug auf die Bereitschaft der Bürger zu parteipolitischem Engagement in Österreich sicher geringer, so dass es für ihn schlüssig erscheint, dass auch das politische Bloggen, welches der Blogger als eine Form von politischem Engagement oder öffentlicher Meinungsbildung deutet, einen geringeren Stellenwert hat als in den USA. Und zuletzt ist es für ihn auch die Technologieaffinität sowie die öffentliche Auseinandersetzung mit Weblogs und ihren Potentialen, welche Einfluss auf den tatsächlichen Stellenwert von Weblogs und deren öffentliche Wirksamkeit haben.

I_1: „Und der dritte Punkt [...] ist [jener], dass in den USA sicherlich auch eine breitere Masse technologieaffiner ist als bei uns. Es gibt z.B. eben spezielle Blogs oder Medien, die sich noch viel intensiver mit dem Aspekt von politischer Kommunikation über Web 2.0 beschäftigen und dadurch [die ganze Thematik] noch einmal eine zusätzliche Aufmerksamkeit bekommt.“

4.6. Diskussion der Forschungsergebnisse und abschließende Reflexion

Die vorliegende Arbeit konnte die kommunikativen und demokratischen Potentiale von Weblogs herausarbeiten und einen Teilbereich der Blogosphäre näher beleuchten. Dabei wurde deutlich, dass die mit dem Weblog-Format verbundenen kommunikativen

Potentiale, von der Gruppe der politisch orientierten Weblog-Autoren (zumindest) teilweise umgesetzt und realisiert werden können, es aber nach wie vor Beschränkungen gibt, so dass sich die tatsächliche Öffentlichkeitswirksamkeit von Weblogs noch sehr viel geringer darstellt als in der wissenschaftlichen und öffentlichen Auseinandersetzung vielfach theoretisch angenommen wird. Bereits im theoretischen Teil wurde ersichtlich, dass die Umsetzung der vermeintlichen Möglichkeiten – die sich mit dem Weblog-Format in Hinblick auf eine Demokratisierung gesellschaftlicher Öffentlichkeitsstrukturen ergeben - von vielen Faktoren abhängt. Die empirische Untersuchung legt zwar einerseits den Schluss nahe, dass Weblogs sich sehr gut eignen, um mit eigener Stimme öffentlich zu sprechen und eigene kleine Öffentlichkeiten zu schaffen, in denen persönliche Anliegen zum Ausdruck gebracht und öffentlich verhandelt werden. Andererseits macht sie aber auch deutlich, dass die Einflusskraft von Weblogs noch sehr gering ist und nach wie vor von sehr vielen Faktoren abhängt.

Analysedimension 1: Die kommunikativen Potentiale von Weblogs

Die theoretische Analyse der Blog-Kommunikation im Rahmen dieser Arbeit, hat herausgestellt, dass Weblogs mediale Distributionsformen sind, die sich mit unterschiedlichsten Inhalten füllen lassen und verschiedenste Funktionen für die Nutzer übernehmen können. Mit dem Weblog steht ein onlinebasiertes Medienformat zur Verfügung, das mit einer einfach zu handhabenden und kostenlosen Software betrieben werden kann, ohne über hohe computertechnische Kompetenzen verfügen zu müssen. Es lässt sich relativ frei gestalten und ist aufgrund seines formalen Aufbaus in besonderer Weise geeignet, um eigene Inhalte zu publizieren und kommunizieren. Theoretische kommunikative Potentiale ergeben sich durch den formalen Charakter von Weblogs, ihren softwaretechnischen Verlinkungsformen und dem daraus resultierenden Vernetzungseffekt einzelner Kommunikationsepisoden zu größeren Zusammenhängen sowie ihren spezifischen Kommunikationsbedingungen, die auf einer prinzipiellen Rückkanalfähigkeit aufbauen. Weblogs werden als fest institutionalisiertes Medienschema beschrieben, d.h. es können habitualisierte Handlungen im Sinne von gemeinsamen Gebrauchsmustern bei der Nutzung des Weblog-Formats verortet werden. Dazu zählt in erster Linie das Zitieren und Verlinken von Texten und anderen Webseiten, wodurch hypertextuelle und soziale Netzwerke entstehen, in denen sich gemeinsame Verwendungsweisen und kommunikationsleitende Regeln herausbilden.

Die empirische Untersuchung legt den Schluss nahe, dass die kommunikativen Möglichkeiten, die sich mit dem Weblog-Format und der zugrundeliegenden softwaretechnischen Funktionen theoretisch verorten lassen, durchaus auch in der Praxis genutzt werden und der Umgang mit dem Online-Format durch zentrale gemeinsame Ge-

brauchsmuster bestimmt wird. Die Gesamtdistribution ist im Rahmen des Weblogs im Vergleich zur statischen Homepage wesentlich vereinfacht, so dass beliebige Themen und Informationen aufgegriffen, Meinungen verbreitet und Perspektiven dargelegt und zur Diskussion gestellt werden. Die eigenen Texte und Inhalte bleiben permanent verfügbar und werden archiviert, so dass Anschlusskommunikation stattfinden kann und gegenseitige Bezugnahmen im Rahmen der Internet-Kommunikation transparent gemacht werden. Der kommunikative Austausch mit den Besuchern über die Kommentarfunktion und das damit verbundene Angebot des Rückkanals zählen sowohl theoretisch als auch praktisch zu den wesentlichen Bestandteilen des Bloggens. Die Kommunikation mit anderen ist für die politisch orientierten Blogger neben der Verbreitung von Informationen und Meinungen ein Grundprinzip, das untrennbar mit dem Betreiben eines Weblogs verbunden ist. Entlang von persönlichen Relevanz- und Interessenskriterien wird ausgewählt worüber öffentlich verhandelt werden soll. Zur gemeinsamen Praktik der politisch orientierten Blogger in Bezug auf die Aufbereitung ihrer Inhalte gehören zweifellos die Bezugnahme auf andere mediale Produkte, v.a. auf Internetquellen und das Setzen von Links, welche für die Gruppe der politisch orientierten Blogger ebenfalls ein zentrales Element von Blog-Beiträgen darstellen. Es lassen sich bestimmte Vernetzungsregeln feststellen, welche die Gestalt der Blogosphäre als Netzwerk miteinander verbundener Blogs wesentlich beeinflussen. Durch die Vernetzungsroutine mit anderen Weblogs und das Setzen von Links auf Blogs und andere Internetangebote, werden Verbindungen zwischen Texten nicht nur diskursiv, sondern auch nachvollziehbar und begehbar. Der Umgang miteinander wird unter den politisch orientierten Bloggern bestimmt durch gegenseitiges aufeinander Verweisen. Den verlinkten Angeboten wird auf diese Weise zugleich Relevanz zugewiesen, andere Menschen sollen informiert, Aspekte und Perspektiven geteilt und Meinungen verbreitet werden. Die Blogger agieren in dem Bewusstsein, dass ihre Webseite und damit auch die Beiträge und Inhalte öffentlich sind und potentiell von einer großen Leserschaft an heterogenen Lesern rezipiert werden können. Der interaktive Charakter von Weblogs, welcher die Kommunikation und Interaktion sowie den Austausch und die öffentliche Verhandlung von Themen auf gleicher Augenhöhe ermöglicht, eröffnet Chancen einer von bisherigen Strukturen der Öffentlichkeit emanzipierten selbstbestimmten Kommunikation. Sowohl die Gestaltungsfreiheit als auch die Freiheit der Themenwahl für die eigenen Beiträge, ermöglichen ein unabhängiges Publizieren eigener Inhalte und den Ausdruck persönlicher Gedanken, Meinungen und Perspektiven. Weblogs machen den kommunikativen Austausch mit Menschen über räumliche und zeitliche Grenzen hinweg und unabhängig von gesellschaftlichem Status möglich und tragen zur Vernetzung verschiedener Lebenswelten bei.

Analysedimension 2: Demokratiefördernde Potentiale von Weblogs

Die demokratischen Potentiale von Weblogs ergeben sich durch die Verbindung der interpersonalen und öffentlichen Kommunikation in Blog-Kommunikationen, welche ihren Stellenwert so eigentümlich macht. Denn die Forschung zu früheren Internet-Formaten zeigt, dass die Sphären der persönlichen Auseinandersetzung mit Alltag und Welt im Rahmen von Homepages und Internet-Foren einerseits und die Sphäre der gesamtgesellschaftlichen Aushandlungsprozesse vor allem im Rahmen der Online-Angebote der Massenmedien und traditionellen Medienhäusern sowohl im Netz als auch in den Massenmedien relativ getrennt voneinander operieren. Persönlichen Homepages und Foren ist es offensichtlich nicht gelungen, aufgrund fehlender Mechanismen zur Strukturierung der Kommunikationen, eine Verbindung zwischen persönlicher und öffentlicher Kommunikation leisten zu können. Weblogs übernehmen, indem sie einerseits Informationen aus der massenmedialen Öffentlichkeit in die kleinteilig-lokalen sozialen Netzwerke einspeisen, andererseits im Rahmen dieser kleinen Teilöffentlichkeiten die Artikulation und den Austausch von persönlichen Meinungen fördern, eine Mittlerfunktion zwischen massenmedialer und interpersonaler Kommunikation. Das macht sie für den Bereich der politischen Kommunikation in besonderer Weise interessant, denn sie sind theoretisch prädestiniert dafür, Diskurse zwischen entfernt lebenden Kommunikationsteilnehmern zu ermöglichen. Die Binnenkommunikation politisch engagierter und interessierter Menschen wird durch den interaktiven Charakter des Weblog-Formats unterstützt, so dass sie als Forum für die Erörterung persönlich relevanter Themen, Problemlagen und Perspektiven fungieren, welche zugleich gemeinschaftlich verhandelt werden können. Damit wird ein wichtiger politischer Kommunikationsraum geschaffen, der es zivilgesellschaftlichen Akteuren ermöglicht, ihre Anliegen öffentlich zu kommunizieren und sich untereinander oder mit Repräsentanten des politischen Systems auszutauschen. Die Dominanz der lange als zentrale Sphäre politischer Diskurse und Deliberation geltenden massenmedial hergestellten Öffentlichkeiten wird mit Weblogs und deren differentiellen Strukturen und Mechanismen abgeschwächt. Die durch die Blog-Kommunikation geschaffenen onlinebasierten Teilöffentlichkeiten sind durch deutlich weniger voneinander getrennten Sprecher- und Publikumsrollen charakterisiert und machen einen weitgehend gleichberechtigten Austausch unterschiedlicher Perspektiven und Einstellungen möglich. Der besondere Charakter der „sich drehenden Rezeptions- und Produktionsbewegung“ der BloggerInnen kommt mit dem Setzen von Links und damit von Referenzen in den Blog-Beiträgen zum Ausdruck und kann von den Lesern nachvollzogen werden, die ihrerseits wieder eigene Perspektiven und Meinungen in die Auseinandersetzung einspeisen können. Auf diese Weise können personalisierte Online-Dialoge gefördert und politische Sachverhalte gemeinschaftlich verhandelt werden.

Im Rahmen des politischen Bloggings werden zwanglos und unabhängig von externen Vorgaben sowohl ernste als auch unernste Themen, politisch Relevantes und private Eindrücke sowie Informationen und Meinungsäußerungen gemischt. Es entstehen kleine Weblog-Öffentlichkeiten, die wenn sie sich entlang bestimmter Themen zusammenschließen und vernetzen eine deutlich größere öffentliche Wirkungskraft entfalten und sehr viel Aufmerksamkeit für bestimmte Sachverhalte oder Meinungen auf sich ziehen können. Kann durch die gemeinsame Auseinandersetzung mit einem Thema soviel Aufmerksamkeit erzeugt werden, dass es über die Wahrnehmungsschwelle der Massenmedien transportiert und auf der massenmedialen Öffentlichkeitsebene behandelt wird, können Weblogs in einem größeren Rahmen Einfluss auf öffentliche Debatten nehmen.

Die empirische Untersuchung der persönlichen Zugangsweisen, Routinen und Gebrauchsmuster der politisch orientierten Blogger in Österreich hat ergeben, dass die politischen Potentiale von Weblogs zwar für die Weblog-Autoren erkennbar sind, die Einflusskraft von Weblogs für den Bereich der politischen Kommunikation sowie auch in Hinblick auf öffentlichkeitsstrukturelle Veränderungen aber nach wie vor sehr zu wünschen übrig lässt. Das öffentliche Verständnis dafür, was genau unter Weblogs zu verstehen ist und welche kommunikativen Möglichkeiten sich damit auch für Politiker ergeben sowie die Reichweite von Weblogs generell wird als immer noch zu gering eingeschätzt, um wirklich öffentlichkeitswirksam Themen zu setzen und Anliegen in das politische System einzuspeisen. Die Themensetzung gelingt nur in Ausnahmefällen, ist aber unter gewissen Voraussetzungen durchaus möglich, was für Österreich im Fall der Blogger-Initiative „Grüne Vorwahlen“ deutlich wurde. Die permanente Beeinflussung der öffentlichen Debatte wird aber als illusorisch und wenig realistisch eingeschätzt. Gründe dafür werden im noch zu geringen öffentlichen Verständnis für das Weblog-Format v.a. auch unter den Politikern verortet. Auch die geringe Reichweite von Weblogs wirkt beschränkend in Hinblick auf ihre tatsächliche Einflusskraft und öffentliche Wirksamkeit. Außerdem darf nicht übersehen werden, dass Weblogs als Form der computervermittelten Kommunikation im Internet nur für jene Menschen zugänglich sind, die über einen Computer und einen Internetanschluss verfügen, so dass zwangsläufig bestimmte Bevölkerungsteile exkludiert bleiben und gar nicht die Möglichkeit haben sich an der Blog-Kommunikation zu beteiligen.

In Bezug auf die Gründe für die Tätigkeit des Bloggens stehen für die politisch orientierten Blogger die Artikulation der eigenen Meinung, das Vermitteln von Informationen und persönlich relevanten Sachverhalten sowie der kommunikative Austausch mit Menschen, die sich für ähnliche Themen interessieren und bereit sind darüber zu diskutieren im Vordergrund. Es wird eine starke Öffentlichkeitsfunktion von Weblogs für

die Autoren erkennbar. Es zeigt sich aber auch, dass die vielfach formulierten Erwartungen in Hinblick auf die in Weblogs tatsächlich stattfindenden Debatten und Diskurse nicht gänzlich erfüllt werden können. Auseinandersetzungen in denen Pro- und Contra-Meinungen von politisch unterschiedlich orientierten Menschen eingebracht und einer sachlichen Auseinandersetzung unterzogen werden, finden nur selten statt. Die diskursiven Potentiale von Weblogs werden in der Realität daher nur teilweise umgesetzt. Es entsteht der Eindruck, dass es sich bei der Gruppe der politisch orientierten Blogger wiederum um jene Menschen handelt, die sich ohnehin auch offline für politische Themen stark machen, politische Debatten führen und ihr politisches Engagement in den digitalen Raum verlagern, um sich eigene Öffentlichkeiten zu schaffen, deren Reichweite im Rahmen der computervermittelten Kommunikation zwar potentiell unbegrenzt ist, aber aufgrund externer Einflussfaktoren zweifellos noch sehr begrenzt bleibt. Auch strukturelle Beschränkungen in Hinblick auf die Möglichkeiten Aufmerksamkeit für die eigenen Inhalte und Texte zu generieren werden im Rahmen der Blogosphäre wirksam. Die Power-Law-Verteilung von Aufmerksamkeit und Relevanz in Weblog-Öffentlichkeiten schwächt den prinzipiell egalitären Charakter der Blog-Kommunikation deutlich ab. Dadurch rückt die gezielte Vernetzung und das bewusste Einsetzen von Links in Hinblick auf die Nutzungsroutinen der politisch orientierten Blogger in den Vordergrund, denn in der Verbindung zu anderen Weblogs und Webseiten liegt der Schlüssel dafür, die notwendige Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen, damit die eigenen Inhalte sichtbar und von anderen wahrgenommen werden. Zweifellos können mit dem Weblog deutlich mehr Menschen erreicht werden und die eigenen Meinungen und Perspektiven, Informationen und sachlichen Darstellungen in einem größeren öffentlichen Rahmen vermittelt werden, als in Offline-Umgebungen, wo der Zugang zu größeren Öffentlichkeiten in der Regel ein sehr beschränkter ist. Die Permanenz der eigenen Texte macht Anschlusskommunikation und damit den Bestand in größeren öffentlichen Debatten erst möglich. Die Untersuchung hat allerdings gezeigt, dass Anschlusskommunikation vor allem im Rahmen der Blogosphäre selbst stattfindet und es kaum zu Themenübernahmen durch die Massenmedien kommt. Eine leichte Tendenz in Richtung einer Verbindung zwischen weblogbasierter und massenmedialer Kommunikation lässt sich zwar feststellen, indem zwei Beispiele mehrmals genannt werden, die deutlich machen, dass Themen, die in Weblogs behandelt werden durchaus auch in Österreich den Sprung in die Massenmedien schaffen und große Aufmerksamkeit erzeugen können, allerdings wird das Verhältnis zwischen Weblogs und Massenmedien als nach wie vor sehr einseitig beschrieben. Sowohl die Aktion „Grüne Vorwahlen“ als auch die öffentliche Auseinandersetzung im Zuge der 1. Mai-Demonstration in Linz haben gezeigt, dass sich Weblogs sehr gut zu eignen scheinen, um Themen und Sachverhalte, die

sonst noch keine öffentliche Behandlung erfahren haben, in den gesellschaftlichen Diskurs einzuspeisen. Es liegt daher der Schluss nahe, dass Weblogs sich besonders gut als Impulsgeber für öffentliche und gesellschaftliche Auseinandersetzungen über bestimmte Sachverhalte, bürgerliche Anliegen und politische Ereignisse eignen. Während es zur Nutzungsroutine der politisch orientierten Blogger gehört, Themen und Inhalte aus der massenmedialen Berichterstattung aufzugreifen und in die eigenen Texte mit einzubeziehen bzw. als Anstoß für eigene Auseinandersetzungen mit Sachverhalten zu nutzen, werden nur selten Themen oder Meinungen aus der österreichischen Blogosphäre von den Journalisten aufgegriffen und thematisiert. Als Themensichtbarkeitsverstärker fungieren Weblogs daher noch kaum. Zudem stellen Weblogs zwar zweifellos ein Forum für die Deliberation und diskursive Behandlung von gemeinschaftlich relevanten Sachverhalten und Problemlagen bereit – besonders begünstigt durch ihre technischen Gegebenheiten und den Netzwerkcharakter der Blogosphäre – die tatsächliche Nutzung dieses Forums ist aber nach wie vor nur in Ansätzen erkennbar. Die empirische Untersuchung legt die Vermutung nahe, dass der kommunikative Austausch im Rahmen von Weblogs tendenziell unter politisch „Gleichgesinnten“ stattfindet, die zwar unterschiedliche Perspektiven aufwerfen und diskutieren, sich damit aber letztendlich eher in den eigenen Ansichten bestärken als Kontroversen argumentativ aufzulösen. Die soziodemographischen Angaben der politischen Blogger bestätigen zugleich das in der Theorie dargestellte durchschnittliche Profil des „Politikbloggers“ im Sinne eines männlichen, formal höher gebildeten, um die 30-jährigen, langjährigen Internet-Nutzers. Allerdings können hierzu nur Tendenzen aufgezeigt, aufgrund der methodischen Herangehensweise und der Art und Weise der Stichprobenauswahl, aber keine definitiven Aussagen getroffen werden. Auch die Schwierigkeit weibliche Weblog-Autorinnen zu finden, die sich mit politischen und gesellschaftlichen Themen auseinandersetzen deutet darauf hin, dass es sich im Fall der politischen Blogosphäre nach wie vor um einen sehr männlich dominierten Teilbereich handelt. Die Gründe dafür können nur vermutet werden. Zum einen erscheint es schlüssig anzunehmen, dass sich diese geschlechterspezifische Diskrepanz ergibt, weil Politik generell in erster Linie von Männern repräsentiert und dominiert wird. Bei den meisten politischen Akteuren, v.a. jenen in Spitzenpositionen, handelt es sich nach wie vor um Männer. Das Frauen sich daher tendenziell eher weniger mit Politik identifizieren können und die Hemmschwelle sich über politische Einstellung und Meinungen öffentlich zu äußern vielleicht größer ist, erscheint nicht verwunderlich. Zum anderen sind Weblogs ein computerbasiertes Medien-Format, das zwar in Hinblick auf die Anwendung und Gestaltung insgesamt sehr niederschwellig ist, aber dennoch einen gewissen technischen Zugang und basale Computerkenntnisse voraussetzt. Es treffen in Hinblick auf die Nut-

zung von Weblogs zwecks politischer Artikulation somit zwei Bereiche aufeinander – Politik einerseits und Technik andererseits – die in der Regel bisher vor allem eine männliche Domain darstellten und für Frauen den Zugang noch erschwerten. Den tatsächlichen Gründen für den geringen Anteil von weiblichen Politik-Bloggerinnen wäre allerdings im Rahmen weiterer qualitativer Forschung gezielt nachzugehen, da zu dieser Frage im deutschsprachigen Raum noch kaum eine wissenschaftliche Beschäftigung stattgefunden hat.

Quellenverzeichnis

ADAMIC, Lada/ GLANCE, Natalie (2005): The political Blogosphere and the 2004 Presidential Election: Divided they Blog. Veröffentlichung anlässlich der „International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining. [Online-Publikation: <http://www.blogpulse.com/papers/2005/AdamicGlanceBlogWWW.pdf>, überprüft am 11.07.2009]

AIM (Austrian Internet Monitor) Consumer Presstext, Quartal 1, (2008): Österreichische Internetnutzer im Web 2.0-Fieber. Austrian Internet Monitor-Consumer: Anteil der Networker hat sich verdoppelt. [Online-Publikation: http://www.integral.co.at/downloads/Internet/2008/05/AIM_Consumer_Presstext_-_Q1_2008.pdf, überprüft am 11.07.2009]

ALAVI, N. (2006): Wir sind der Iran. Aufstand gegen die Mullahs – die junge persische Weblog-Szene. Kiepenheuer & Witsch.

ALLEN, Christopher (2004): Tracing the evolution of social software. [Blog-Eintrag, vom 13.10.2004: http://www.lifewithalacrity.com/2004/10/tracing_the_evo.html, überprüft am 11.07.2009]

ALPHONSO, Don (2004): Warum diese Blogger? Warum nicht die anderen? In: ALPHONSO, Don/ PAHL, Kai (2004) [Hrsg.]: Blogs! – Text und Form im Internet. Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf. S. 18-42.

ALPHONSO, Don/ PAHL, Kai (2004) [Hrsg.]: Blogs! – Text und Form im Internet. Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf. S. 18-42.

Amtsblatt der EUROPÄISCHEN UNION (2007): Verordnung (EG) Nr. 847/2007 der Kommission vom 19.07.2007 zur Durchführung der Verordnung (EG) Nr. 808/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates über Gemeinschaftsstatistiken zur Informationsgesellschaft. [Online-Dokument: <http://www.statistik.at/dynamic/wcmsprod/groups/b/documents/webobj/029849.pdf>, überprüft am 11.07.2009]

ANDROUTSOPOULOS, Jannis/ RUNKEHL, Jens/ SCHLOBINSKI, Peter/ SIEVER, Torsten (2006) [Hrsg.]: Neuere Entwicklungen in der Internetforschung. Reihe Germanistische Linguistik 186-187/2006. Hildesheim/Zürich/New York

ARMBORST, Mathias (2006): Kopfjäger im Internet oder publizistische Avantgarde? Was Journalisten

BARABASI, (2002): Linked: The new science of networks. Cambridge, MA: Perseus Publishing.

BARABASI, A./BONABEAU, E. (2004): Skalenfreie Netze. In: Bieber, C./Leggiewie, C. [Hrsg.] (2004): Interaktivität. Ein interdisziplinärer Schlüsselbegriff. S. 15-27

BARABASI, Albert-László (2003): Linked: How everything is connected to everything and what it means for business, science, and everyday life. New York: Plume.

BARBER, Benjamin R. (1994): Starke Demokratie – Über die Teilhabe am Politischen. Hamburg: Rotbuch-Verlag.

BARBER, Benjamin R. (2001): Coca Cola und Heiliger Krieg. Der grundlegende Konflikt unserer Zeit. Bern/München/Wien: Scherz Verlag.

BAR-ILAN, Judit (2005): Information hub blogs. In: Journalism of Information Science, Jg. 31, Nr. 4, S. 297-307.

BARRET, Cameron (1999): Anatomy of a weblog. [Online-Publikation: <http://camworld.org/archives/001177.html>, überprüft am 11.09.2009]

BAUSCH, Paul/ HAUGHEY, Matthew, HOURIHAN, Meg: (2002): We Blog: Publishing Online with Weblogs. Indianapolis: Wiley Publishing.

BECK, Klaus (2006): Computervermittelte Kommunikation im Internet. München. Wien: Oldenburg.

BECK, Klaus/ VOWE, Gerhard [Hrsg.]: Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation? Berlin: Spiess,

BEHMER, Markus/ BLÖBAUM, Bernd/ SCHOLL, Armin/ STÖBER, Rudolf (2005) [Hrsg.]: Journalismus und Wandel. Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien. Wiesbaden: VS Verlag.

BEIERWALTES, Andreas (2000): Demokratie und Medien: der Begriff der Öffentlichkeit und seine Bedeutung für die Demokratie in Europa. Baden-Baden: Nomos-Verl.-Ges.

BENKLER, Yochai (2006): The Wealth of Networks. How Social Production transforms Markets and Freedom. [Online-Publikation: http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf, überprüft am 11.07.2009]

BERENDT, Bettina/ SCHLEGEL, Martin/KOCH, Robert (2008): Die deutschsprachige Blogosphäre: Reifegrad, Politisierung, Themen und Bezug zu Nachrichtenmedien. In: ZERFASS, Ansgar/ WELKER, Martin/ SCHMIDT, Jan (2008): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Neue Schriften zur Online-Forschung. Bd. 2. S. 73-97.

BIEBER, Christoph (2006): Weblog, Podcasts und die Architektur des Partizipation: In: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen. Jg. 19. Nr. 2, S. 60-67.

BIVING GROUP REPORT (2007): American Newspapers and the Internet. Threat or Opportunity? Juli 2007 [Online-Dokument: http://www.bivingsreport.com/wp-content/uploads/2007/08/newspaperstudy_22.pdf, überprüft am 11.07.2008]

BLOOD, Rebecca (2000): Weblogs: A history and perspective. [Online-Publikation: http://www.rebecca-blood.net/essays/weblog_history.html, überprüft am 11.07.2009]

BLOOD, Rebecca (2002): The Weblog handbook. Practical Advice on creating and maintaining your blog. Cambridge: Perseus Publishing.

BLOOD, Rebecca (2003): Weblogs and Journalism: Do they connect? In: Nieman Reports, 57/2003, S. 61-63

BLOOD, Rebecca (2004): How Blogging Software reshapes the Online-Community. In: Communication of the ACM, 47/12, S. 54-55.

BLOOM, J.D. (2003): The Blogosphere: How Humble Medium Came to Drive Elite Government. Harvard University, Massachusetts. Paper presented at the annual meeting of the American Political Science Association Philadelphia Marriott Hotel, PA. [Online-Dokument: http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/6/2/8/0/p62802_index.html, überprüft am 11.07.2009]

BÖDEKER, Hans Erich (1987): Über den Prozess der Aufklärung in Deutschland im 18. Jahrhundert. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

BOWMAN, Shayne/ WILLIS, Chris (2003): We Media. How audiences are shaping the future of news and information. [Online-Publikation: http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf, überprüft am 11.07.2009]

BRECHT, Bertolt (1967): Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. In: HAAS, Hannes/ LANGENBUCHER, Wolfgang R. (2002): Medien- und Kommunikationspolitik. Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Wien: Braumüller. S. 5-9

BRÜCKMANN, Bert (2007): Web 2.0 – Social Software der neuen Generation. In: Sciencegarden – Magazin für junge Forschung. 1.2.2007 [Online-Publikation: <http://www.sciencegarden.de/content/2007-02/web-20%E2%80%93social-software-der-neuen-generation>, überprüft am 11.07.2009]

BRUNNER, Otto [Hrsg.] (1978): Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland. Bd. 4 Stuttgart: Klett-Cotta.

BRUNNER, Otto: Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland. Bd. 4 Stuttgart: Klett-Cotta.

BRUNS, Axel (2005): Gatewatching, Collaborative Online News Production. New York: Peter Lang.

BUCHER, Hans-Jürgen (2004): Internet & Krieg. Informationsrisiken und Aufmerksamkeitsökonomie in der vernetzten Kriegskommunikation. In: LÖFFELHÖLZ, Martin [Hrsg.] (2004): Medienereignisse II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert. Wiesbaden: VS Verlag. S. 275-296.

BUCHER, Hans-Jürgen (2007): Netzwerkkommunikation im Internet: diskursiver Mehrwert oder kommunikatives Chaos? In: Osnabrückner Beiträge zur Sprachtheorie, Heft 72, S. 9-33.

BUCHER, Hans-Jürgen/ BÜFFEL, Stefan (2005): Vom Gatekeeper-Journalismus zum Netzwerk-Journalismus. Weblogs als Beispiel journalistischen Wandels unter den Bedingungen globaler Medienkommunikati-

on. In: BEHMER, Markus/ BLÖBAUM, Bernd/ SCHOLL, Armin/ STÖBER, Rudolf (2005) [Hrsg.]: Journalismus und Wandel. Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien. Wiesbaden: VS Verlag. S. 85-121

BUCHER, Hans-Jürgen/ ERLHOFER, Sebastian/ KALLASS, Kerstin/ LIEBERT, Wolf-Andreas (2008): Netzwerkkommunikation und Internet-Diskurse: Grundlagen eines netzwerkorientierten Kommunikationsbegriffs. In: ZERFASS, Ansgar/ WELKER, Martin/ SCHMIDT, Jan (2008): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Neue Schriften zur Online-Forschung. Bd. 1. S. 41-61.

BUCHER/BÜFFEL (2006): Weblogs – Journalismus in der Weltgesellschaft. Grundstrukturen einer netzwerkorientierten Form der Medienkommunikation. In: PICOT, Arnold/FISCHER, Tim [Hrsg.] (2006): Weblogs professional. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld. S. 131-156.

BUCHSTEIN, Hubertus (1996): Bittere Bytes: Cyberbürger und Demokratietheorie. In: Deutsche Zeitschrift für Philosophie. Jg. 1996, 44/4, S. 583-607

BURG, Thomas N. (2004a): Monster Media – zum Neuartigen angesichts von Weblogs. Skizzen zu Zentrum und Peripherie als heuristische Metaphern angesichts innovativer Publikations- und Kommunikationspraktiken im Web. [Online-Publikation: <http://randgaenge.net/wp-content/uploads/MonsterMedia-Deutsch.pdf>, überprüft am 11.07.2009]

BURG, Thomas N. (2004b): Social Software – an emanzipation? On the manifold ways of making ideas and individuals present and visible. In: Ders. [Hrsg.] (2004): BlogTalks 2.0. The European Conference on Weblogs. Cultural Research. Donau Universität Krems, S. 7-14

BURKART, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien, Köln, Weimar: Böhlau.

BURKART, Roland/ LANG, Alfred (2007): Die Theorie des kommunikativen Handelns nach Jürgen Habermas. Eine kommentierte Textcollage. In: BURKART, Roland/ HÖMBERG, Wolfgang [Hrsg.] (2007): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Braumüller. S. 42-71.

CASTELLS, Manuel (2001): Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Teil 1 der Trilogie. Das Informationszeitalter. Opladen: Leske + Buderich.

COENEN, Christopher (2005): Weblogs als Mittel der Kommunikation zwischen Politik und Bürgern – Neue Chancen für E-Democracy? In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, 2005, Beitrag 5 [Online-Dokument: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B5_2005_Coenen.pdf, überprüft am 11.07.2009]

COPELAND, Henry (2005): Reader survey for blog advertising [http://www.blogads.com/survey/2005_blog_reader_survey.html, überprüft am 11.07.2009]

CORNFIELD, Michael/ CARSON, Jonathan/ KALIS, Alison/ SIMON, Emily (2005): Buzz, Blogs and Beyond. The Internet and the National Discourse in the Fall of 2004. [Online-Publikation: http://www.pewinternet.org/ppt/BUZZ_BLOGS_BEYOND_Final05-16-05.pdf, überprüft am 11.07.2009]

DIAZ, (2005): Through the Google Goggles: Sociopolitical Bias in Search Engine Designs. Thesis. Stanford University. [Online-Dokument: http://epl.scu.edu:16080/~stsvales/readings/Diaz_thesis_final.pdf, überprüft am 11.07.2009]

DIEKMANNSHENKE, Hajo (2007): Netz-Demokratie. Von den Hoffnungen und Enttäuschungen einer Politik mit Mouse. In: Osnabrückner Beiträge zur Sprachtheorie. Heft 72, S. 35-59.

DIEMAND, Vanessa (2007): Gesicht wahren im Web 2.0 – Blogs zwischen Authentizität und Inszenierung. In: DIEMAND, Vanessa/ MANGOLD, Michael/ WEIBEL, Peter [Hrsg.] (2007): Weblogs, Podcasting und Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potentialen. Heise Verlag, S. 58-90.

DIEMAND, Vanessa/ MANGOLD, Michael/ WEIBEL, Peter (2007): Weblogs, Podcasting und Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potentialen. Ausgangspunkt und Zielsetzung der Tagung. In: Ders. [Hrsg.] (2007): Weblogs, Podcasting und Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potentialen. Heise Verlag, S. 3-18.

DIEMAND, Vanessa/ MANGOLD, Michael/ WEIBEL, Peter [Hrsg.] (2007): Weblogs, Podcasting und Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potentialen. Heise Verlag.

DONGES, Patrick/ JARREN, Otfried (1999): Politische Öffentlichkeit durch Netzkommunikation. In: KAMPS, Klaus [Hrsg.] (1999): Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation. Opladen/ Wiesbaden: Westdt. Verlag. S. 85-108.

DÖRING, Nicola (2005): Blogs: jeder ein Publizist. In: Psychologie heute, 8/2005, S. 36-39.

DREZNER, Daniel W./ FARRELL, Henry (2004): The Power and Politics of Blogs. [Online-Publikation: <http://www.utscc.utoronto.ca/~farrell/blogpaperfinal.pdf>, überprüft am 11.07.2009]

EIGNER, Christian (2003): Wenn Medien zu oszillieren beginnen: (Dann macht es) BLOG! In: EIGNER, Christian/ LEITNER, Helmut/ NAUSNER, Peter/ SCHNEIDER, Claudia [Hrsg.] (2003): Online-Communities, Weblog und die soziale Rückeroberung des Netzes. Graz: Nausner & Nausner. S. 115-127.

EIGNER, Christian/ LEITNER, Helmut/ NAUSNER, Peter/ SCHNEIDER, Claudia [Hrsg.] (2003): Online-Communities, Weblog und die soziale Rückeroberung des Netzes. Graz: Nausner & Nausner.

EMBACHER, Serge (2001): Selbstverschuldete Unmündigkeit. Überlegungen zu den normativen Grundlagen einer Kritik der Öffentlichkeit. Dissertation FU Berlin. [Online-Dokument: http://www.diss.fu-berlin.de/diss/servlets/MCRFileNodeServlet/FUDISS_derivate_000000001050/0_Autor.pdf?hosts=, überprüft am 11.07.2009]

ENGESSER, Sven (2008): Partizipativer Journalismus: Eine Begriffsanalyse. In: Zerfass, A./ Welker, M./ Schmidt, J. [Hrsg.] (2008): Bd.2, S. 47-71

FISCH, M./ GSCHEIDL, C. (2008): Mitmachnetz Web 2.0: Rege Beteiligung nur in Communitys. In: Media Perspektiven 7/2008. [Online-Dokument: http://www.daserste.de/service/studie08_4.pdf, am 06.11.2008]

FISCHER, Enrico (2007): Weblog & Co. Eine neue Mediengeneration und ihr Einfluss auf Wirtschaft und Journalismus. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.

FISCHER, Tim. (2006): Die Entwicklung von Weblog Issues am Beispiel des Klingeltonanbieters Jamba. In: PICOT, Arnold/ FISCHER, Tim [Hrsg.] (2006): Weblogs professional. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld. S. 247-252.

FRAAS, Claudia (2005): Diskurse on- und offline. In: FRAAS, Claudia/ KLEMM, Michael [Hrsg.] (2005): Mediendiskurse. Bestandsaufnahmen und Perspektiven. Frankfurt: Peter Lang Verlagsgruppe. Bonner Beiträge zur Medienwissenschaft Vol. 4, S. 83-103 [Online-Dokument: http://www.tu-chemnitz.de/phil/medkom/mk/fraas/Diskurse%20On-%20und%20Offline_2005.pdf, überprüft am 11.07.2009]

FRAAS, Claudia/ BARCZOK, Achim (2006): Intermedialität – Transmedialität. Weblogs im öffentlichen Diskurs. In: ANDROUTSOPOULOS, Jannis/ RUNKEHL, Jens/ SCHLOBINSKI, Peter/ SIEVER, Torsten (2006) [Hrsg.]: Neuere Entwicklungen in der Internetforschung. Reihe Germanistische Linguistik 186-187/2006. Hildesheim/Zürich/New York, S. 132-160 [Online-Dokument: http://www.tu-chemnitz.de/phil/medkom/mk/fraas/Fraas_Barczok_06.pdf, überprüft am 11.07.2009]

FRAAS, Claudia/ KLEMM, Michael [Hrsg.] (2005): Mediendiskurse. Bestandsaufnahmen und Perspektiven. Frankfurt: Peter Lang Verlagsgruppe. Bonner Beiträge zur Medienwissenschaft Vol. 4.

FRANZ, Julia (2005): Praktiken des Bloggens im Spannungsfeld von Demokratie und Kontrolle. In: kommunikation@gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 6 [Online-Dokument: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B6_2005_Franz.pdf, überprüft am 11.07.2009]

FUCHS, Dieter (2004): Modelle der Demokratie: Partizipatorische, Liberale und Elektronische Demokratie. In: KAISER, André/ ZITTEL, Thomas [Hrsg.] (2004): Demokratietheorie und Demokratieentwicklung. Wiesbaden: VS Verlag.

GERHARDS, Jürgen (1997): Diskursive vs. liberale Öffentlichkeit. Eine empirische Auseinandersetzung mit Jürgen Habermas. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Jg. 49. Heft 1. S.

GERHARDS, Jürgen/ NEIDHARDT, Friedrich (1990): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellungen und Ansätze. Discussion Paper FS III 90-101 des Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung. Berlin: WZB.

GERHARDS, Jürgen/ NEIDHARDT, Friedrich (1993): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeiten. Fragestellungen und Ansätze. In: LANGENBUCHER, Wolfgang, R. [Hrsg.] (1993): Politische Kommunikation. Grundlagen, Strukturen, Prozesse. Wien: Braumüller. S. 52-88.

GILLMOR, Dan (2006): We the media. Grassroots Journalism by the People for the People. Sebastopol, CA: O'Reilly.

GOERTZ, Lutz (1995): Wie interaktiv sind Medien? Auf dem Weg zu einer Definition von Interaktivität. In: Rundfunk und Fernsehen (mittlerweile MuK), Jg. 43, 4/1995, S. 477-493.

GOFFMAN, Erving (1977): Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen. Frankfurt/M. Suhrkamp.

GRANOVETTER, Mark (1973): The strenght of weak ties. In: American Journal of Sociology, 78/1973, S. 1360-1380.

GSCHEIDL, Christoph./FISCH, Martin. (2007): Onliner 2007: Das „Mitmach-Netz“ im Breitbandzeitalter. In: Media Perspektiven 8/2007. [Online-Dokument: <http://www.daserste.de/service/ardonl0407.pdf>, am 08.11.2008]

GUMBRECHT, Michelle/ NARDI, Bonnie A./ SCHIANO, Diane J.: Blogging As Social Activitiy, or, Would You Let 900 Million People Read Your Diary? [Online-Publikation: <http://home.comcast.net/~diane.schiano/CSCW04.Blog.pdf>, überprüft am 11.07.2009]

GÜNTNER, Susanne/KNOBLAUCH, Hubert (1994): Forms are the food of faith“. Gattungen als Muster kommunikativen Handelns. In: KzfSS, Jg. 46, Heft 4, S. 693-723.

GURAK, Laura/ ANTONIJEVIC, Smilijana/ JOHNSON, Laurie/ RATCLIFF, Clancy/ REYMAN, Jessica [Hrsg.] (2004): Into the blogosphere. Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs. [Online-Publikation: <http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/>, überprüft am 11.09.2009]

GURAK, Laura/ ANTONIJEVIC, Smilijana/ JOHNSON, Laurie/ RATCLIFF, Clancy/ REYMAN, Jessica [Hrsg.] (2004): Into the blogosphere. Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs. [Online-Publikation: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women_and_children.html, überprüft am 11.09.2009]

HAAS, Hannes (2001): Druckmedien und Kommunikationsordnung. Sturktur, Organisation, Funktion. Skriptum. Universität Wien: WUV Verlag.

HAAS, Hannes/ LANGENBUCHER, Wolfgang R. (2002): Medien- und Kommunikationspolitik. Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Wien: Braumüller. S. 5-9

HAAS, Sabine/ TRUMP, Thilo/ GERHARDS, M./ KLINGER, Walter (2007): Web 2.0.: Nutzung und Nutzer-typen. Eine Analyse auf der Basis quantitativer und qualitativer Untersuchungen. In: Media Perspektiven 4/2007.

HABERMAS, Jürgen (1971a): Theorie und Praxis. Sozialphilosophische Studien. Frankfurt/M: Suhrkamp.

HABERMAS, Jürgen (1971b): Vorbereitende Bemerkungen zu einer Theorie der kommunikativen Kompe-tenz. In: LUHMANN, Niklas/ HABERMAS, Jürgen (1971): Theorie und Gesellschaft oder Sozialtechnolo-gie. Was leistet die Systemforschung? Frankfurt/M.: Suhrkamp. S. 101-141.

- HABERMAS, Jürgen (1973a): Kultur und Kritik. Verstreute Aufsätze, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- HABERMAS, Jürgen (1973b): Legitimationsprobleme des Spätkapitalismus. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- HABERMAS, Jürgen (1981): Theorie des kommunikativen Handelns. Bd. 1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung, Bd. 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- HABERMAS, Jürgen (1984a): Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns.
- HABERMAS, Jürgen (1985a): Der philosophische Diskurs der Moderne. Zwölf Vorlesungen. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- HABERMAS, Jürgen (1985b): Die neue Unübersichtlichkeit. Kleine politische Schriften V. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- HABERMAS, Jürgen (1990a): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchung zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- HABERMAS, Jürgen (1990b): Die nachholende Revolution. Kleine politische Schriften VII. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- HABERMAS, Jürgen (1992): Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaates. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- HABERMAS, Jürgen (1997): Drei normative Modelle der Demokratie. In: Ders. (1997): Die Einbeziehung des Anderen. Studien zur politischen Theorie. Frankfurt/M.: Suhrkamp. S. 277-292.
- HABERMAS, Jürgen (2008): Hat die Demokratie noch eine epistemische Dimension? Empirische Forschung und normative Theorie. In: Ders. (2008): Ach, Europa. Kleine politische Schriften XI. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- HASENBRICK, Uwe (1998): Politikvermittlung im Zeichen individualisierter Mediennutzung. In: SARCI-NELLI, Ulrich [Hrsg.] (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Bonn. S. 245-267.
- HEIDEGGER, Gerald (2003): „Bloggen“ im 18. Jahrhundert. In: Telepolis, 15.09.2003 [Online-Publikation: <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/15/15601/1.html>, überprüft am 11.07.2009]
- HEININGER, Martin/STEININGER, Christian (2007): Zum Begriff der Öffentlichkeit. Eine sprachphilosophische Näherung. In: Medien Journal. Jg. 31. Nr. 1/2007
- HEINRICH, Jürgen (1999): Konsequenzen der Konvergenz für das Fach „Medienökonomie“. In: LATZER, Michael et al. [Hrsg.]: Die Zukunft der Kommunikation. Innsbruck. S. 73-86.

HENNING, James (2004): The Blogging Iceberg – Of 4.12 Million hosted Weblogs, Most Little Seen, Quickly Abandoned. Perseus Blog Survey [Online-Publikation: <http://www.vovici.com/index.aspx/blogsurvey/thebloggingiceberg.html>, überprüft am 11.07.2009]

HERMANN, Friederike/ LÜNENBORG, Margreth [Hrsg.] (2001): Tabubruch als Programm. Privates und Intimes in den Medien. Opladen: Leske + Buderich.

HERRING, Susan C./KOUPEL, Inna/SCHEIDT, Lois A. et al. (2004b): Woman and children last? The discursive construction of weblogs. In: GURAK, Laura/ ANTONIJEVIC, Smilijana/ JOHNSON, Laurie/ RATCLIFF, Clancy/ REYMAN, Jessica [Hrsg.] (2004): Into the blogosphere. Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs. [Online-Publikation: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women_and_children.html, überprüft am 11.09.2009]

HERRING, Susan C./SCHEIDT, Lois A./BONUS, Sabrina/WRIGHT, Elijah. (2005): Weblogs as a bridging genre. In: Information, Technology & People, 18(2), 142-171 [Online-Dokument: <http://www.blogninja.com/it&p.final.pdf>, überprüft am 11.07.2009]

HERRING, Susan/ KOUPEL, Inna/ PAOILLIO, John. C./ SCHEIDT, Luis A./ TRYWORTH, Michael/ WELSH, Peter/ WRIGHT, Elijah/YU, Ning (2005): Conversations in the Blogosphere. An Analysis "From the bottom up". Proceedings of the Thirty-First Hawai'i International Conference on Systems Sciences. Los Alamitos: IEEE Press. [Online-Dokument: <http://www.blogninja.com/hicss05.blogconv.pdf>, überprüft am 11.07.2009]

HERRING, Susan/ SCHEIDT, Lois/ BONUS, Sabrina/ WRIGHT, Eliza (2004a): Bringing the Gap. A Genre Analysis of Weblogs. Vortrag bei der "37th Hawaii International Conference on System Sciences". 05.-08. Jän. 2004. Hawaii. [Online-Publikation: <http://www.ics.uci.edu/~jpd/classes/ics234cw04/herring.pdf>, überprüft am 11.07.2009]

HIENZSCH, Ulrich/ PROMMER, Elisabeth (2004): Die Dean-Netroots – Die Organisation von interpersonaler Kommunikation durch das Web. In: Dies. [Hrsg.] (2004): Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen. München. S. 147-172.

HIENZSCH, Ulrich/ PROMMER, Elisabeth [Hrsg.] (2004): Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen. München.

HOECKER, Beate (2002): Mehr Demokratie via Internet? Die Potentiale der digitalen Technik auf dem empirischen Prüfstand. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. B 39-40/2002. S. 37-45.

HÖFLICH, Joachim (1995): Vom dispersen Publikum zu „elektronischen Gemeinschaften“. Plädoyer für einen erweiterten kommunikationswissenschaftlichen Blickwinkel. In: Rundfunk und Fernsehen. Jg. 43 4/1995. S. 476-493.

HÖFLICH, Joachim R. (1997): Zwischen massenmedialer und technisch vermittelter interpersonaler Kommunikation – der Computer als Hybridmedium und was die Menschen damit machen. In: BECK, Klaus/

VOWE, Gerhard [Hrsg.] (1997): Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation? Berlin: Spiess, S. 85-104.

HÖFLICH, Joachim R. (1998): Computerrahmen und Kommunikation. In: POMMER, Elisabeth/ VOWE, Gerhard (1998) [Hrsg.]: Computervermittelte Kommunikation im Internet. Öffentlichkeit im Wandel. Konstanz: UVK. S. 141-174.

HÖFLICH, Joachim R. (1999): Der Mythos vom umfassenden Medium. Anmerkungen zur Konvergenz aus einer Nutzerperspektive. In: LATZER, Michael/ MAIER-RABLER, Ursula/ SIEGERT, Gabriele/ STEINMAURER, Thomas [Hrsg.] (1999): Die Zukunft der Kommunikation. Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft. Innsbruck: Studienverlag. S. 43-60.

HÖFLICH, Joachim R. (2003): Mensch, Computer und Kommunikation. Theoretische Verortungen und empirische Befunde. Frankfurt/M.: Peter Lang.

HOHLFELD, Ralf/ MEIER, Klaus/ NEUBERGER, Christoph (2002): Innovationen im Journalismus. Forschung für die Praxis. Münster/Hamburg/London: LIT Verlag.

HÖLSCHER, Lucian (1978): Öffentlichkeit. In: BRUNNER, Otto [Hrsg.] (1978): Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland. Bd. 4 Stuttgart: Klett-Cotta. S. 413-467

HÖLSCHER, Lucian (1997): Öffentlichkeit und Geheimnis. Eine begriffsgeschichtliche Untersuchung zur Entstehung der Öffentlichkeit in der frühen Neuzeit. Stuttgart: Klett-Cotta.

HOURIHAN, Meg: What We're Doing When We Blog. [Blog-Eintrag vom 13.06.2002: <http://www.oreilly.net.com/pub/a/javascript/2002/06/13/megnut.html>, überprüft am 11.07.2009]

In: BURG, Thomas N. [Hrsg.] (2004): BlogTalks 2.0. The European Conference on Weblogs. Cultural Research. Donau Universität Krems.

In: BURKART, Roland/ HÖMBERG, Wolfgang [Hrsg.] (2007): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Braumüller.

In: HABERMAS, Jürgen (1997): Die Einbeziehung des Anderen. Studien zur politischen Theorie. Frankfurt/M.: Suhrkamp

In: LIEVROUW, Leah/ LIVINGSTONE, Sonia [Hrsg.] (2002): Handbook of new media. Social Shaping and consequences of ICTs. London.

In: TREMAYNE, Mark [Hrsg.] (2007) [Hrsg.]: Blogging, Citizenship and the Future of Media. Routedledge: London.

IT Wissen. Das große Online-Lexikon für Informationstechnologie (DATACOM Buchverlag): <http://www.it-wissen.info/kontakt.html>, überprüft am 19.07.2009

ITO, Weblogs und Demokratieentwicklung. Tokio [Online-Publikation: http://90.146.8.18/de/archiv_files/20041/FE_2004_joichiito_de.pdf, überprüft am 19.07.2009]

JÄCKEL, Michael (1995): Interaktion. Soziologische Anmerkungen zu einem Begriff. In: Rundfunk und Fernsehen (mittlerweile MuK), Jg. 43, 4/1995, S. 463-475.

JARREN, Ottfried (1998): Internet – neue Chancen für die politische Kommunikation. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. 40/1998, S. 13-41.

JENSEN, Mallory (2003): A brief history of weblogs. In: Columbia Journalism Review. 3/2003

KAID, Lynda L./POSTELNICU, Monica (2007): Credibility of Political Messages on the Internet: A comparison of Blog Sources. In: TREMAYNE, M. [Hrsg.] (2007): Blogging, Citizenship and the Future of Media. Routledge: London. S. 149-165.

KAISER, André/ ZITTEL, Thomas [Hrsg.] (2004): Demokratietheorie und Demokratieentwicklung. Wiesbaden: VS Verlag.

KAMPS, Klaus [Hrsg.] (1999): Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation. Opladen/ Wiesbaden: Westdt. Verlag.

KASTAN, Klaus (2008): Blogs im US-Wahlkampf. „Nur ein unterhaltendes Element“. In: Tagesschau.de [Online-Publikation: <http://www.tagesschau.de/ausland/wahlkampfblogs100.html>, überprüft am 11.07.2009]

KATZENBACH, Christian (2008): Weblogs und ihre Öffentlichkeiten. Motive und Strukturen der Kommunikation im Web 2.0. Internet Research, Bd. 32. München: Fischer.

KLAUS, Elisabeth (2001): Das Öffentliche im Privaten – Das Private im Öffentlichen. Ein kommunikationstheoretischer Ansatz. In: HERMANN, Friederike/ LÜNENBORG, Margreth [Hrsg.] (2001): Tabubruch als Programm. Privates und Intimes in den Medien. Opladen: Leske + Buderich. S. 15-37.

KLEINSTEUBER, Hans-Jürgen/ THOMASS, Barbara (1998): Politikvermittlung im Zeitalter der Globalisierung und medientechnischen Revolution. Perspektiven und Probleme. In: SARCINELLI, Ulrich [Hrsg.] (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Bonn.

KÖCHER, Renate (2008): Veränderungen der Informations- und Kommunikationskultur. [Online-Dokument: http://acta-online.de/presentationen/acta_2008/acta_2008_Information%2390EDC.pdf, überprüft am 11.07.2009]

KRAUSS, Susanne (2008): Weblogs als soziale Netzwerke: Eine qualitative Beziehungsanalyse. In: ZERFASS, Ansgar/ WELKER, Martin/ SCHMIDT, Jan (2008): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Neue Schriften zur Online-Forschung. Bd. 1. S. 327-347

LANGENBUCHER, Wolfgang R. (1974/75): Kommunikation als Beruf. Ansätze und Konsequenzen kommunikationswissenschaftlicher Berufsforschung. In: Publizistik. Jg.19/20, Heft 3-4/1-2, S. 256-278.

LANGENBUCHER, Wolfgang, R. [Hrsg.] (1993): Politische Kommunikation. Grundlagen, Strukturen, Prozesse. Wien: Braumüller.

LATZER, Michael/ MAIER-RABLER, Ursula/ SIEGERT, Gabriele/ STEINMAURER, Thomas [Hrsg.] (1999): Die Zukunft der Kommunikation. Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft. Innsbruck: Studienverlag.

LEGGEWIE, Claus (2007): Rampensäue, bitte zurücktreten! Vom Blogger-Narzissmus zum Paradigma Kollaboration: In: DIEMAND, Vanessa/ MANGOLD, Michael/ WEIBEL, Peter [Hrsg.] (2007): Weblogs, Podcasting und Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potentialen. Heise Verlag, S. 42-57.

LEGGEWIE, Claus/ BIEBER, Christoph (2003): Interaktivität – Soziale Emergenzen im Cyberspace? Mission Statement anlässlich der Konferenz „Grenzen der Interaktivität“ 13.-14. Nov. 2003 am Zentrum für Medien und Interaktivität. [Online-Publikation: <http://www.zmi.uni-giessen.de/pdf/Interaktivitaet.pdf>, überprüft am 11.07.2009]

LENHART, Amanda/ FOX, Susannah: (2006): Bloggers. A portrait of the internet's new storytellers. Pew Internet & American Live Project. Washington D.C. [Online-Publikation: <http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2006/PIP%20Bloggers%20Report%20July%2019%202006.pdf>, überprüft am 11.07.2009]

LIESEGANG, Torsten (2004): Öffentlichkeit und öffentliche Meinung. Theorien von Kant bis Marx. (1780-1850). Würzburg: Königshausen & Neumann.

LIEVROUW, Leah/ LIVINGSTONE, Sonia (2002): The social shaping and consequences of ICTs. In: Ders. [Hrsg.]: Handbook of new media. Social Shaping and consequences of ICTs. London. S. 1-15.

LIFSON, Thomas (2004): The blogosphere never sleeps. In: The American Thinker, 10.09.2004 [Online-Publikation: http://www.americanthinker.com/2004/09/the_blogosphere_never_sleeps.html, überprüft am 11.07.2009]

LÖFFELHÖLZ, Martin [Hrsg.] (2004): Medienereignisse II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert. Wiesbaden: VS Verlag.

LUDWIG, (1999): Vom Buchdruck zum Internet. Gesellschaftliche Emanzipationsprozesse als Folge ökonomischer Entwicklungen. In: Rundfunk und Fernsehen (mittlerweile MuK) Jg. 47, Heft 3, S. 341-367.

LÜNENBORG, Margreth (2005): Journalismus als kultureller Prozess. Wiesbaden: VS Verlag.

MALETZKE, Gerhard (1963): Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik. Hamburg: Hans-Bredow-Institut.

MARLOW, Christopher (2004): Audience, structure and authority in the weblog community. Paper presented at the 54th Annual Conference of the International Communication Association. 27.-31.05.2005. MIT Media Laboratory. [Online-Publikation: <http://www.researchmethods.org/ICA2004.pdf> überprüft am 11.07.2009]

MARTIN, Patrick (2004): Der unrühmliche Abgang des CBS-Moderators Dan Rather. In: World Socialist Web Site, 29.11.2004 [Online-Publikation: <http://www.wsws.org/de/2004/dez2004/rath-d10.shtml>, überprüft am 11.07.2009]

MARTINSEN, Thomas/ SARETZKI, Renate /SIMONIS, Georg [Hrsg.] (2000): Politik und Technik – Analysen zum Verhältnis von technologischem, politischem und staatlichem Wandel am Anfang des 21. Jahrhunderts. PVS-Sonderheft. 31/2000,

MERTEN, Klaus (1977): Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozessanalyse. Opladen: Westdt. Verlag.

MESCHMANN, Helmut (2004): Ich schreibe, also bin ich. Tagebuch im Internet: Wie Weblogger Journalisten Konkurrenz machen. In: Das Parlament, Beilage „Aus Politik und Zeitgeschichte“ Nr. 40. [Online-Dokument: <http://www.bundestag.de/dasparlament/2004/40/panorama/003.html>, überprüft am 11.07.2009]

MISOCH, Sabina (2006): Online-Kommunikation. Konstanz: UTB.

MÖLLER, Erik (2005): Die heimliche Medienrevolution. Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern. Hannover: Heise.

MÜLLER R (2003): Let's talk about blogs. In: politik-digital.de [Online-Publikation: <http://politik-digital.de/edemocracy/netzkultur/blog.shtml>, überprüft am 11.07.2009]

MÜNKLER, Stefan/ROESLER, Alexander [Hrsg.] (1997): Mythos Internet. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

NARDI, Bonnie A./ SCHIANO, Diane J./ GUMBRECHT, Michelle/ SWARTZ, Luke (2004): Why We Blog. In: Communication of the ACM, Jg. 47, Nr. 12, S. 41-46

NEIDHART, Friedrich (1994): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung und soziale Bewegungen. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 34/1994, S. 7-41.

NEUBERGER, Christoph (2002): Alles Content, oder was? Vom Unsichtbarwerden des Journalismus im Internet. In: HOHLFELD, Ralf/ MEIER, Klaus/ NEUBERGER, Christoph (2002): Innovationen im Journalismus. Forschung für die Praxis. Münster/Hamburg/London: LIT Verlag. S. 25-69.

NEUBERGER, Christoph (2003): Google, Blogs & Newsbots. Mediatoren der Internetöffentlichkeit. Vortrag gehalten auf dem Kongress „Strukturwandel der Öffentlichkeit 2.0. Kongress zum Verhältnis von Medien

und Demokratie“. 1.-2. Dezember 2003 in Berlin. [Online-Publikation: <http://www.bpb.de/files/AJGN9T.pdf>, überprüft am 11.7.2009].

NEUBERGER, Christoph (2004a): Wandel der aktuellen Öffentlichkeit im Internet. Gutachten für den Deutschen Bundestag. Vorgelegt dem Büro für Technikfolgen. [Online-Publikation: http://egora.uni-muenster.de/ifk/personen/bindata/PDF_tab_gutachten.pdf, überprüft am 11.07.2009]

NEUBERGER, Christoph (2004b): Weblogs & Co. Partizipation statt Redaktion? In: onlinejournalismus.de, 23.04.2004 [Online-Dokument: <http://goa2003.onlinejournalismus.de/forschung/weblogs.php>, überprüft am 11.07.2009]

NEUBERGER, Christoph (2005a): Formate der aktuellen Internet-Öffentlichkeit. In: *MuK*, Jg. 53. 1/2005, S. 73-92.

NEUBERGER, Christoph (2006): Weblogs verstehen. Über den Strukturwandel der Öffentlichkeit im Internet. In: PICOT, A./ FISCHER, Tim [Hrsg.] (2006): *Weblogs professional. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld*. S. 113-129.

NEUBERGER, Christoph (2007a): Interaktivität, Interaktion, Internet. Eine Begriffsanalyse. In: *Publizistik*, Jg. 52, Heft 1, 3/2007, S. 33-55.

NEUBERGER, Christoph (2007b): Weblogs=Journalismus? Kritik an einer populären These. In: DIEMAND, Vanessa/ MANGOLD, Michael/ WEIBEL, Peter [Hrsg.] (2007): *Weblogs, Podcasting und Videojournalismus. Neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potentialen*. Heise Verlag, S. 107-134

NEUBERGER, Christoph/ NUERNBERGK, Christian/ RISCHKE, Melanie (2007): Weblogs und Journalismus: Konkurrenz, Ergänzung oder Integration? In: *Media Perspektiven* 2/2007. S. 96-112 [Online-Dokument: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/02-2007_Neuberger.pdf, überprüft am 11.07.2009]

NIELSEN BUZZMETRICS: Blogpulse Stats, Stand: 31. 10.2008 [Online-Quelle: <http://www.blogpulse.com/>]

NOHLEN, Dieter [Hrsg.] (2003): *Kleines Lexikon der Politik*. München: C.H. Beck Verlag.

O'REILLY, Tim (2005): What is Web 2.0. In: O'Reilly Media (Website) [Online-Dokument: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>, überprüft am 11.07.2009]

PERSCHKE, Rasco/LÜBCKE, Maren (2005): Zukunft Weblog!? – Lesen, Schreiben und die Materialität der Kommunikation. Anmerkungen zu einem neuen Typus der Online-Kommunikation aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht. In: *kommunikation@gesellschaft*, Jg. 6, 2005, Beitrag 7 [Online-Dokument: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B7_2005_Perschke_Luebke.pdf, überprüft am 11.07.2009]

PETERS, Bernhard (1994): Der Sinn von Öffentlichkeit. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 34/1994, S. 42-76.

PETZ, Gerald/ GREINER, Andreas (2008): Polit-Blogs im Nationalratswahlkampf 2008. [Online-Dokument: http://www.fh-ooe.at/uploads/media/PolitBlogs_Studie_091008.pdf, überprüft am 11.07.2009]

PICOT, Arnold/Fischer, Tim [Hrsg.] (2006): Weblogs professional. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld. S. 131-156.

PLAKE, Klaus/ JANSEN, Daniel/ SCHUHMACHER, Birgit (2001): Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit im Internet. Politische Potentiale der Medienentwicklung. Wiesbaden: Westdt. Verlag.

POMMER, Elisabeth/ VOWE, Gerhard (1998) [Hrsg.]: Computervermittelte Kommunikation im Internet. Öffentlichkeit im Wandel. Konstanz: UVK. S.

PÖTTKER, Horst/ SCHULZKI-HADDOUTI, Christiane [Hrsg.] (2007): Vergessen? Verschwiegen? Verdrängt? (10 Jahre „Initiative Nachrichtenaufklärung) Wiesbaden: VS Verlag.

PRILLINGER, Horst (2004): Are you serious? The potential and the reality of weblogs as mass media, and why that matters. In: BURG, Thomas N. [Hrsg.] (2004): BlogTalks 2.0. The European Conference on Weblogs. Cultural Reseach. S. 83-95 [Online-Dokument: http://homepage.univie.ac.at/horst.prillinger/blog/stories/prillinger_blogtalk04.pdf, überprüft am 11.07.2009]

PRILLINGER, Horst (2004): What are trackbacks? [Blog-Eintrag, vom 01.09.2004: <http://homepage.univie.ac.at/horst.prillinger/blog/archives/2004/09/000710.html>, überprüft am 11.07.2009]

PROXIMITY (2005): Corporate-Blogging. [Online-Publikation: http://www.bbdo.de/de/home/presse/aktuell/20050/12_05_2005_-_aktuelle.html, am 11.07.09]

PÜRER, Heinz (2001): Grundbegriffe der Kommunikationswissenschaft. Konstanz: UVK Verlag.

QUIRING, Oliver/ SCHWEIGER, Wolfgang (2006): Interaktivität. In: Medien- und Kommunikationswissenschaft (MuK), Jg. 54,1/2006. 5-24.

RAINIE, Lee/ FOX, Susannah/ FALLOWS, Deborah (2003): The Internet and the Iraq War: How Online Americans Have Used the Internet to Learn War News, Understand Events and Promote their Views. In: Pew Internet & American Life Project. [Online-Publikation: http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2003/PIP_Iraq_War_Report.pdf, überprüft am 11.07.2009]

RATCLIFF, (2004): Push-Button Publishing for the People: The Blogosphere and the Public Sphere. In: Culturecat. Rhetoric and Feminism. [Online-Quelle: <http://culturecat.net/node/402>, überprüft am 11.07.2009]

REESE-SCHÄFER, Walter (2001): Jürgen Habermas. Frankfurt/M.: Campus Verlag.

ROESLER, Alexander (1997): Bequeme Einmischung. Internet und Öffentlichkeit. In: MÜNKLER, Stefan/ROESLER, Alexander [Hrsg.] (1997): Mythos Internet. Frankfurt a.M.: Suhrkamp. S. 171-192.

ROHMANN, Boris (2007): public sphere – zum Comeback eines streitbaren Klassikers. In: Medien Journal, Jg. 31. Nr. 1/2007.

ROUSSEAU, Jean-Jaques (1977): Vom Gesellschaftsvertrag oder Grundsätze des Staatsrechts. Stuttgart: Phillip Reclam Junior Verlag.

SARCINELLI, Ulrich [Hrsg.] (1998): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Bonn.

SCHEYLI, Martin (2000): Politische Öffentlichkeit und deliberative Demokratie nach Habermas. Baden-Baden: Nomos.

SCHLOBINSKI, Peter [Hrsg.] (2006): Von „hdl“ bis „cul8r“. Sprache und Kommunikation in den Neuen Medien. Mannheim: Dudenverlag, Thema Deutsch, Bd. 7

SCHLOBINSKI, Peter/ SIEVER, Torsten (2005): Editorial zum Projekt „Sprachliche und textuelle Aspekte in Weblogs“. In: Ders. (2005) [Hrsg.]: Sprachliche und textuelle Aspekte in Weblogs. Ein internationales Projekt. In: networx 46, S. 52-85 [Online-Dokument: <http://www.mediensprache.net/networx/networx-46.pdf>, überprüft am 11.07.2009]

SCHLOBINSKI, Peter/ SIEVER, Torsten [Hrsg.] (2005): Sprachliche und textuelle Aspekte in Weblogs. Ein internationales Projekt. In: networx 46. [Online-Dokument: <http://www.mediensprache.net/networx/networx-46.pdf>, überprüft am 11.07.2009]

SCHMAL-BRUNS, Rainer (2000): Internet-Politik. Zum demokratischen Potenzial der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien. In: MARTINSEN, Thomas/ SARETZKI, Renate /SIMONIS, Georg [Hrsg.] (2000): Politik und Technik – Analysen zum Verhältnis von technologischem, politischem und staatlichem Wandel am Anfang des 21. Jahrhunderts. PVS-Sonderheft. 31/2000, Wiesbaden: Westdt. Verlag. S. 108-131.

SCHMIDT, J. (2006c): Der Politblogger und sein Milieu. In: politik-digital.de, 20.11.2006 [Online-Publikation: http://politik-digital.de/edemocracy/netzkultur/blogger/jschmidt_politblogs_061120.shtml, überprüft am 11.07.2009]

SCHMIDT, J. (2007b): Öffentlichkeiten im Web 2.0. Entstehung und Strukturprinzipien. In: Journalistik Journal Online 1/2007. [Online-Dokument: http://www.bamberg-gewinnt.de/wordpress/wp-content/pdf/oeffentlichkeitweb20_jojo.pdf, überprüft am 11.07.2009]

SCHMIDT, J. (2008): Zu Form und Bestimmungsfaktoren weblogbasierter Netzwerke. Das Beispiel today.net. In: STEGBAUER, Christian/ JÄCKEL, Michael. [Hrsg.] (2008): Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken: Beispiel aus dem Bereich „Social Software“. Wiesbaden: VS Verlag. 167-188.

SCHMIDT, Jan (2005): Jamba, SPON & Planetopia: The german blogosphere on its way to mass media? In: BlogInitiativeGermany, 20.01.2005. [Online-Publikation: <http://fischer-netze.de/blog/2005/01/jamba-spon-planetopia-german.html>, überprüft am, 11.07.2009]

SCHMIDT, Jan (2006a): Weblogs eine kommunikationssoziologische Studie. Konstanz: UVK.

SCHMIDT, Jan (2006b): Social Software: Onlinegestütztes Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement. In: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen. Nr. 2/2006, S. 37-47.

SCHMIDT, Jan/ SCHÖNBERGER, Klaus, STEGBAUER, Christian (2005): Erkundungen von Weblog-Nutzungen. Anmerkungen zum Stand der Forschung. In: kommunikation @gesellschaft, Jg. 6, Beitrag 4, [Online-Dokument: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B4_2005_Schmidt_Schoenberger_Stegbauer.pdf, überprüft am 11.07.2009]

SCHMIDT, Jan/ WILBERS, Martin (2006): Wie ich Blogge!? Erste Ergebnisse der Weblogbefragung 2005. [Online-Dokument: <http://www.ssoar.info/ssoar/files/2008/235/fonkbericht0601.pdf>, überprüft am 11.07.2009]

SCHMIDT, Manfred G. (2000): Demokratietheorien. Opladen: Leske Verlag.

SCHMITZ, Ulrich (2004) Sprache in modernen Medien. Einführung in Tatsache, Theorien, Themen und Thesen. Berlin: Erich Schmidt.

SCHÖNBERGER, Klaus (2006): Weblogs: Persönliches Tagebuch, Wissensmanagement-Werkzeug und Publikationsorgan. In: SCHLOBINSKI, Peter [Hrsg.] (2006): Von „hd!“ bis „cul8r“. Sprache und Kommunikation in den Neuen Medien. Mannheim: Dudenverlag, Thema Deutsch, Bd. 7, S. 233-248.

SCHULTZ, Tanjev (2001): Mediatisierte Verständigung. In Zeitschrift für Soziologie. Jg. 30., S. 85-102.

SCHULZ, Wolfgang/ HELD, Thorsten/ LAUDIEN, Arne (2005): Suchmaschinen als Gatekeeper in der öffentlichen Kommunikation: rechtliche Anforderungen an Zugangsoffenheit und Transparenz bei Suchmaschinen im WWW. Berlin: Vistas.

SCOTT Travers D. (2007): Pundits in Muckrakers' Cloathing: Political Blogs and the 2004 U.S. Presidential Election. In: TREMAYNE, Mark [Hrsg.] (2007): Blogging, Citizenship and the Future of Media. New York: Routledge. S. 39-59.

SCOTT, Esther (2004): "Big Media" Meets the "Bloggers": Coverage of the Trent Lott's Remarks at the Strom Thurmond's Birthday Party. Harvard University, Massachusetts.

SEEBER, Tino (2008): Weblogs – die 5. Gewalt? Eine empirische Untersuchung zum emanzipatorischen Mediengebrauch von Weblogs. Boizenburg: Verlag Werner Hülsbusch.

SEIPP, Catharine (2002): Online Uprising. In: American Journalism Review, June 2002 [Online-Dokument: <http://www.ajr.org/Article.asp?id=2555>, überprüft am 11.07.2009]

SHIRKY, Clay (2003): Broadcast Institutions, Community Values, Clay Shirky's Writings About the Internet. Economics and Culture, Media and Community, Open Source, [Online-Publikation: http://www.shirky.com/writings/broadcast_and_community.html, überprüft am 11.07.2009]

SHIRKY, Clay (2003): Power Laws, weblogs and inequality. [Online-Quelle: http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html, überprüft am 11.07.2009].

SIFRY, David (2004): State of the Blogosphere 2004, In: Sifry's Alerts [Website von David Sifry: <http://www.sifry.com/alerts/archives/000245.html>, überprüft am 11.07.2009]

SIFRY, David (2005): State of the Blogosphere 2005 In: Sifry's Alerts [Website von David Sifry: <http://www.sifry.com/alerts/archives/000343.html>, überprüft am 11.07.2009]

SIFRY, David (2006): State of the Blogosphere 2006 In: Sifry's Alerts [Website von David Sifry: <http://www.sifry.com/alerts/archives/000443.html>, überprüft am 11.07.2009]

SIFRY, David (2007): State of the Blogosphere 2007 - State of the Live Web. In: Sifry's Alerts [Website von David Sifry: <http://www.sifry.com/stateoftheliveweb/>, überprüft am 11.07.2009]

SIFRY, David (2008): Technorati's State of the Blogosphere 2008. [Website von David Sifry: http://www.sifry.com/alerts/archives/2008/09/technoratis_sta.html, überprüft am 11.07.2009]

SMITH, Aaron (2008): New Numbers for blogging and blog readership. Pew Internet Posts, 22.07.2008 [Online-Quelle: <http://www.pewinternet.org/Commentary/2008/July/New-numbers-for-blogging-and-blog-readership.aspx>, überprüft am 11.07.2009]

STATISTIK AUSTRIA (2008): Pressemitteilung: Computer- und Internetnutzung: Ergebnisse 2008. [Online-Dokument: http://www.statistik.at/web_de/presse/031635, überprüft am 11.07.2009]

STEGBAUER, Christian/ JÄCKEL, Michael. [Hrsg.] (2008): Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken: Beispiel aus dem Bereich „Social Software“. Wiesbaden: VS Verlag.

SUROWIECKI, James (2004): The Wisdom of the Crowds. Why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business, economics, societies, and nations. New York: Doubleday.

TECHNORATI (2008): State of the Blogosphere 2008 [Online-Publikation: <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/>, überprüft am 11.07.2008]

The Bivings Group (2007): American Newspapers and the Internet. Threat or Opportunity? [Online-Dokument: http://www.bivingsreport.com/wp-content/uploads/2007/08/newspaperstudy_22.pdf, überprüft am 11.07.2009]

THIMM, Caja/ BELINECKE, Sandra (2007): Mehr Öffentlichkeit für unterdrückte Themen? Chancen und Grenzen von Weblogs. In: PÖTTKER, Horst/ SCHULZKI-HADDOUTI, Christiane [Hrsg.] (2007): Verges-

sen? Verschwiegen? Verdrängt? (10 Jahre „Initiative Nachrichtenaufklärung) Wiesbaden: VS Verlag. 81-101

TREMAYNE, Mark (2007a): Harnessing the Active Audience: Synthesizing Blog Research and Lessons for the Future of Media. In: Ders. [Hrsg.] (2007): Blogging, Citizenship and the Future of Media. Routledge: London. S. 261-273

TREMAYNE, Mark (2007b): Introduction: Examining the Blog-Media Relationship In: Ders. [Hrsg.] (2007): Blogging, Citizenship and the Future of Media. Routledge: London.

TRICAS, Fernando/ RUIZ, Victor/ MERELO, Juan (2003): Do we live in a small world? Measuring the Spanish-speaking Blogosphere. In: BURG, Thomas N. [Hrsg.] (2004): BlogTalks 2.0. The European Conference on Weblogs. Cultural Research. [Online-Publikation: <http://www.blogalia.com/pdf/20030506blogtalk.pdf>, überprüft am 11.07.2009] über Weblogs und ihre Mache wissen sollten. Berlin: Lit. Verlag/Netzwerk-Recherche e.V. Band 4.

UNIVERSAL McCANN (2008): Power to the people. Social Media Tracker. Wave 3. [Online-Publikation: http://www.universalmccann.com/Assets/UM%20Wave%203%20final_20080808141650.pdf, überprüft am 11.07.2009, überprüft am 01.11.2008]

VOSSKAMP, Patrick (2007): Blogs – Manifestation oder Revolution? Weshalb Blogs (noch) dazu beitragen, bestehende Kompetenzklüfte zu vergrößern. In: Osnabrückner Beiträge zur Sprachtheorie. Heft 72, S. 61-83.

WALLSTEN, Kevin (2005): Political Blogs and the Blogger Who Blog Them: An Analysis of the Who, What and Why of Political Blogging. Department of Political Science, Berkeley University of California. Paper presented at the Midwestern Political Science Association Annual Meeting. Chicago, April 2005. [Online-Publikation: <http://www.journalism.wisc.edu/blog-club/Site/Wallsten.pdf>, überprüft am 11.07.2009]

WALLSTEN, Kevin (2005): Political blogs and the blogger who blog them: Is the political blogosphere and [sic!] echo chamber? Department of Political Science, Berkeley University of California, Paper Presented at the American Political Science Association Annual Meeting [Online-Dokument: <http://www.journalism.wisc.edu/blog-club/Site/Wallsten.pdf>, überprüft am 11.07.2009]

WELKER, Martin (2006): Weblogs: Ein Werkzeug für Journalisten. In: PICOT, Arnold/ FISCHER, [Hrsg.] (2006): Weblogs professional. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld. Heidelberg: d.punkt Verlag.

WELZ, Hans-Georg (2002): Politische Öffentlichkeit und Kommunikation im Internet. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. B 39-40/2002. S. 3-11.

WINJIA, Elmine (2004): Understanding Weblogs: a communicative perspective. In: BURG, Thomas [Hrsg.]: BlogTalks 2.0: The European Conference on Weblogs. S. 38-82. [Online-Dokument: http://elmine.wijnia.com/weblog/archives/wijnia_understandingweblogs.pdf, überprüft am 11.07.2009]

WOLFF, Peter (2006): Die Macht der Blogs. Frechen: Datakontext.

ZERFASS, Ansgar/ BOGOSYAN, Janine (2007): Blogstudie 2007. Informationssuch im Internet – Blogs als neues Recherchetool (Ergebnisbericht). Universität Leipzig.

ZERFASS, Ansgar/ BOLTER, Dietrich (2005): Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien. Graz: Nausner & Nausner.

ZERFASS, Ansgar/ WELKER, Martin/ SCHMIDT, Jan (2008): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Neue Schriften zur Online-Forschung. Bd. 1: Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum; Bd. 2.: Strategien und Anwendungen. Perspektiven für Wirtschaft, Politik und Publizistik.

Internetquellen Medien

BRAUCK, M./HORNIG, F./HÜLSEN, I. (2008): Die Beta-Blogger. In: Der Spiegel 30/2008, S. 94-96 [Online-Dokument: <http://www.spiegel.de/spiegel/0,1518,567038,00.html>, überprüft am 11.07.2009]

HITZ, Martin (2004): (Klein-)Geld in Sicht. Weblogs experimentieren mit Geschäftsmodellen. In: Neue Züricher Zeitung Online, vom 24.09.2004 [Online-Dokument: <http://www.nzz.ch/2004/09/24/em/article9SYD6.html>, überprüft am 11.07.2009]

INTERVIEW mit Tim O'Reilly: 3D-Drucker werden unser Leben verändern. In: Spiegel Online, 20.11.2006 [Online-Dokument: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,451248,00.html>, überprüft am 11.07.2009]

KEMPL, S. (2003): Die zweite Supermacht? Krieg und Internet: Propaganda, Infowar, Medien, Mailinglisten und Weblogs. In: Telepolis, vom 21.12.2003 [Online-Publikation: <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/16/16349/1.html>, überprüft am 11.07.2009]

KURTZ, H. (2004): After Blogs Got Hits, CBS Got a Black Eye. In: Washington Post Online, vom 20.09.2004 [Online-Dokument: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A34153-2004Sep19.html>, überprüft am 11.07.2009];

KURTZ, H. (2004): Dan Rather to Step Down at CBS. In: Washington Post Online, vom 24.11.2004 [Online-Dokument: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A7313-2004Nov23.html>, am, überprüft am 11.07.2009]

LIFSON, T. (2004): The blogosphere never sleeps. In: The American Thinker, vom 10.09.2004 [Online-Publikation: http://www.americanthinker.com/2004/09/the_blogosphere_never_sleeps.html, überprüft am 11.07.2009]

MAPES, M. (2007): Courage for Dan Rather. In: The Huffington Post Online, vom 20.09.2007 [Online-Dokument: http://www.huffingtonpost.com/mary-mapes/courage-for-dan-rather_b_65257.html, überprüft am 11.07.2009]

MARTIN, P. (2004): Der unrühmliche Abgang des CBS-Moderators Dan Rather. In: World Socialist Web Site, vom 29.11.2004 [Online-Publikation: <http://www.wsws.org/de/2004/dez2004/rath-d10.shtml>, überprüft am 11.07.2009]

NDR-Interview von Meike RICHTER mit Jan SCHMIDT: „Blogger schaffen sich persönliche Öffentlichkeiten.“ NRD Online, vom 26.03.2008 [Online-Publikation: <http://www1.ndr.de/ratgeber/technik/internet/blogs4.html>, überprüft am 11.07.2009].

O. V. (2008): Blogs als Seismographen. In den USA forscht man nach der Bedeutung der politischen Blogs. In: NZZ Online, vom 29.02.2008 [Online-Publikation: http://www.nzz.ch/nachrichten/medien/blogs_als_seismografen_1.680389.html?printview=true, überprüft am 11.07.2009]

O. V. (2008): Blühende Blogosphere. Online-Journalisten gewinnen publizistischen Einfluss. In: NZZ Online, vom 15.07.2008 [Online-Publikation: <http://www.nzz.ch/2004/07/30/em/article9R97K.htm>, überprüft am 11.07.2009]

O.V. (2004): Die fünfte Gewalt. In: Süddeutsche.de, vom 15.07.2004 [Online-Publikation: <http://www.sueddeutsche.de/kultur/artikel/373/35338/1/>, überprüft am 11.07.2009]

O.V. (2006): A Look Back at the Controversy. The events that led to the CBS News Internal Investigation. In: CBS News Online, vom 10.02.2005 [Online-Dokument: <http://www.cbsnews.com/stories/2005/01/10/national/main665817.shtml>, überprüft am 11.07.2009]

O.V. CBS Statement on Bush Memos, In: CBS News Online, vom 20.09.2005: [Online-Quelle: <http://www.cbsnews.com/stories/2004/09/20/politics/main644539.shtml>, überprüft am 11.07.2009]

ORF-Futurezone: Wahlkampf 2008: Durchbruch für Blogs. In: ORF Online, vom 09.10.2008 [Online-Publikation: <http://futurezone.orf.at/it/stories/313473/>, überprüft am 11.07.2009]

PANTALONG, F. (2004): Blogger als Berichterstatter? In: Spiegel Online, vom 28.07.2004 [Online-Publikation: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,310724,00.html>, überprüft am 11.07.2009]

PEIN, C. (2005): Blog-Gate. Yes, CBS screwed up badly in „Memogate“ – but so did those who covered the affair. In: Columbia Journalism Review, 1/2005. [Online-Dokument: <http://cjrarchives.org/issues/2005/1/pein-blog.asp>, überprüft am 11.07.2009]

PISANI, F. (2003): Salam Pax, Warblogs und andere Internet-Tagebücher. In: TAZ (Die Tageszeitung) Online, vom 14.08.2003 [Online-Publikation: <http://www.taz.de/index.php?id=archivseite&dig=2003/08/15/a0050>, überprüft am 11.07.2009]

SOMMERHÄUSER, J. (2006): Warblogs: Vom Alltag im Kriegsgebiet. In: politik-digital.de, vom 17.08.2006 [Online-Publikation: http://politik-digital.de/edemocracy/netzkultur/jsommerhaeuser_warblogsimlibanon_060817_teil1.shtml, überprüft am 11.07.2009]

STÖCKER, C. (2005): PR-Problem für Klingeltonhändler. Blogger heizen Jamba ein. In: Spiegel Online, vom 06.01.2005 [Online-Dokument: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,335622,00.html>, überprüft am 11.07.2009]

WALSH, J. (2004): Who killed Dan Rather? Bloggers are claiming their first scalp. But the old media isn't dead yet – and the new media can never replace it. In: Salon.com, vom 09.03.2005 [Online-Publikation: <http://archive.salon.com/opinion/feature/2005/03/09/rather/index.html>, überprüft am 11.07.2009]

WANG, Andy (1999): Online Digest Help Readers Cope With Information Avalanche. In: New York Times, 02.08.1999 [Online-Publikation: <http://www.nytimes.com/library/tech/99/08/biztech/articles/02link.html>, überprüft am 11.07.2009]

Methodik

MAYRING, Phillip (2008): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.

HELFFERICH, Cornelia (2005): Die Qualität qualitativer Daten. Manual für die Durchführung qualitativer Interviews. Wiesbaden: VS Verlag.

Anhang

A1: Leitfaden für die Interviews

Leitfaden - Interview mit politischen Weblog-Autoren

DATUM:

ORT:.....

WEBLOG-AUTOR/BLOGGER:

- VORSTELLUNG (NAME, INSTITUT)
- DARLEGUNG DER ZIELE DER BEFRAGUNG
- NOCHMAL AUF DIE VERWENDUNG EINES DIKTIERGERÄTES VERWEISEN
- AUF ANONYMITÄT DER BEFRAGUNG VERWEISEN

Leitfrage (Erzählaufforderung)

Konkrete Fragen an passender Stelle (Kontrollfragen)

Teil I: Persönlicher Zugang/Kommunikationspekt

Du betreibst einen Blog, der sich (auch) mit politischen und gesellschaftlichen Themen auseinandersetzt.. KANNST DU NÄHER BESCHREIBEN WORUM'S DIR DABEI GEHT? WELCHE MOTIVATION STECKT DAHINTER?

GAB ES EINEN KONKRETEN ANLASS WARUM DU MIT DEM BLOGGEN BEGONNEN HAST?

KANNST DU DICH NOCH AN DEINEN ERSTEN BLOG-EINTRAG ERINNERN?

WIE REGE IST DIE KOMMUNIKATION IN DEINEM BLOG? (KOMMENTARFUNKTION JA AKTIV) FINDEN DARÜBER AUCH TATSÄCHLICH DISKUSSIONEN ZU BESTIMMTEN THEMEN STATT?

WIE FINDET DER AUSTAUSCH MIT ANDEREN BLOGGERN BZW. BLOG-LESERN STATT IN DEINEM WEBLOG STATT?

WERDEN VERÖFFENTLICHTE BLOG-EINTRÄGE KOMMENTIERT?
WIE GEHST DU MIT KRITIK VON LESERN UM?

WELCHE VORTEILE HAT DMN DAS MEDIUM WEBLOG GENERELL UND V.A. IM VERGLEICH ZU ANDEREN ONLINEBASIERTEN KOMMUNIKATIONSKANÄLEN FÜR DICH?

WAS IST DAS BESONDERS INTERSSANTE AM FORMAT WEBLOG?

Teil II: Verbindung mit anderen Weblogs - Blogosphäre

WIE UND IN WELCHER HINSICHT SIND ANDERE WEBLOGS RELEVANT FÜR DICH?

BESUCHST DU ANDERE BLOGS FÜR DEINE EIGENE RECHERCHEN?

INWIEFERN BETEILIGST DU DICH AN DER KOMMUNIKATION INNERHALB DER BLOGOSPHÄRE?

IST ES DIR WICHTIG ANDERE BLOG-EINTRÄGE ZU KOMMENTIEREN?

WIE GEHST DU DAMIT UM, WENN DU INHALTLICHE FEHLER IN ANDEREN BLOGS ENTDECKST?
VERÖFFENTLICHST DU LINKS ZU ANDEREN BLOGS?

HAST DU DEN EINDRUCK, DASS UNTER BLOGGERN SOWAS WIE EINE GEGENSEITIGE QUALITÄTSKONTROLLE (DER INHALTE) STATTFINDET?

STICHWORT: FREIWILLIGE SELBSTKONTROLLE, "ETHIK-KODEX" VON BLOGGER FÜR BLOGGER

Teil III: Anwendungsweise/Gebrauchsmuster bei der Nutzung des Formats

KANNST DU KURZ DEN ENTSTEHUNGSPROZESS EINES BLOG-EINTRAGS VON DER THEMENWAHL BIS ZUR PUBLIKATION BESCHREIBEN?

WIE KOMMST DU ZU DEN THEMEN FÜR DEINE BLOG-EINTRÄGE? WOHER KOMMEN DIE ANREGUNGEN FÜR DIE INHALTE DEINER BEITRÄGE?

GIBT ES SO ETWAS WIE "REGELN" AN DENEN DU DICH BEIM VERFASSEN DEINER EINTRÄGE BZW. BEIM BETREIBEN DEINES WEBLOGS INSGESAMT ORIENTIERST?

GIBT ES FORMALE REGELN DIE DU BEIM VERFASSEN DEINER BEITRÄGE BERÜCKSICHTIGST?

In der Blogosphäre (D, USA v.a.) wurde auch schon die Frage aufgeworfen, ob eine Art Blogger-Kodex sinnvoll wäre. Was sagst du dazu? Gibt es ethische Aspekte, die du beim Verfassen deiner Beiträge bewusst berücksichtigst?

ETHISCHE ASPEKTE WIE Z.B. OFFENLEGUNG VON QUELLEN, RESPEKT VOR DER PRIVATSPHÄRE DRITTER, SACHLICHKEIT, ETC.)

STICHWORT: NETIQUETTE (URSPR. VERHALTENSEMPFEHLUNG IM USENET)

STICHWORT: BRINGT FREIHEIT DES UNABHÄNGIGEN PUBLIZIERENS UND DIE MÖGLICHKEIT EIGENE INHALTE EINER POTENTIELL UNBEGRENZTEN ÖFFENTLICHKEIT ZUGÄNGLICH ZU MACHEN, NICHT AUCH EINE GEWISSE GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG MIT SICH?

Teil IV: Vergleich Weblogs und klassische Massenmedien

Weblog-Autoren werden immer wieder mit professionellen Journalisten verglichen. Und vor allem im Rahmen des politischen Bloggens kommt es ja tatsächlich auch zu Überschneidungen.

WELCHE UNTERSCHIEDE SIEHST DU ZWISCHEN BLOGGERN UND PROFESSIONELLEN JOURNALISTEN IN HINBLICK AUF DIE VERARBEITUNG VON THEMEN?

SIND PROFESSIONELLE POLIT-BLOGGER EINE GEFahr/KONKURRENZ ODER VIEL EHER EINE ERGÄNZUNG FÜR DEN ONLINE-JOURNALISMUS?

IN WELCHEM VERHÄLTNIS STEHEN FÜR DICH WEBLOGS UND DIE KLASSISCHEN MASSENMEDIEN?

Teil V: Weblogs und politische Kommunikation

Es gibt eine rege Debatte über Weblogs und ihren Einfluss auf die politische Kommunikation.

WIE SCHÄTZT DU ALS BLOGGER DIE MÖGLICHKEITEN, ABER AUCH DIE GRENZEN VON WEBLOGS FÜR DEN BEREICH DER POLITISCHEN KOMMUNIKATION EIN?

WELCHE FUNKTIONEN KÖNNEN WEBLOGS DEINER MEINUNG NACH IM BEREICH DER POLITISCHEN KOMMUNIKATION ERFÜLLEN?

INWIEFERN HABEN SICH DURCH "SOCIAL SOFTWARE" IM ALLGEMEINEN UND MIT DEM ONLINE-FORMAT "WEBLOG" IM SPEZIELLEN DIE ÖFFENTLICHEN KOMMUNIKATIONSSTRUKTUREN (DIE BISHER VOR ALLEM VON DEN KLASSISCHEN MM DOMINIERT WAREN) DMN VERÄNDERT? BZW. HAT SICH MIT WEBLOGS UNTERM STRICH ÜBERHAUPT ETWAS VERÄNDERT?

WIE SCHÄTZT DU DEN EINFLUSS VON WEBLOGS BZW. ENGAGIERTEN BLOGGERN AUF ÖFFENTLICHE KOMMUNIKATIONSPROZESSE EIN?

Abschließend

MIT WELCHER ERWARTUNG BIST DU ANS BLOGGEN HERANGEGANGEN
UND HABEN SICH DIESE IM LAUFE DER ZEIT VERÄNDERT?

WIR HABEN ÜBER.....GESPROCHEN. GIBT ES NOCH IRGEND EINEN
ASPEKT DER BISHER NOCH NICHT ERWÄHNT WURDE, DEN DU ABER
NOCH ANSPRECHEN WILLST?

A 2: Transkriptionsregeln⁸⁷⁵

- .. kurze Sprechpause
- ... Mittlere Sprechpause
- Lange Sprechpause
- /eh, ehm/ Planungspausen werden wegelassen
- ((Ereignis)) nichtsprachliche Handlung, z.B. ((Schweigen))
- ((lachend)) Begleiterscheinung des Sprechens
- s i c h e r gedehntes Sprechen
- () unverständliche Äußerung
- [] vermuteter Wortlaut oder Anonymisierung (zusätzlich mit **A** gekennzeichnet)
- [Beginn einer Überlappung
-] Ende einer Überlappung

⁸⁷⁵ In Anlehnung an BOHNSACK, Ralf (2003): Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in Methodologie und Praxis qualitativer Forschung. Opladen: UTB, S. 235

A3: Kodierbogen für die qualitative Inhaltsanalyse

Nr.	Oberkategorie • Unterkategorie	Definition	Ankerbeispiel	Kodierregel
A 1	Persönlicher Zugang			
A 1	• Motivation	Aussagen über die persönliche Motivation für das Betreiben eines politisch orientierten Weblogs.	„Im Prinzip geht's mit um Information, den Gedankenaustausch und den Kontakt mit anderen Personen“.	
A 4	• Erwartungen	Aussagen über die Erwartungen, die mit der Tätigkeit des Bloggens verbunden werden .	„Als Diskussionsplattform scheint es sich nur sehr bedingt zu eignen. Das hatte ich am Anfang eigentlich erwartet. [...]“.	
A 5	• Vorteile Weblogs	Allgemeine Aussagen zu den Vorteilen bzw. Stärken von Weblogs als Medienformat.	„Mit gefällt die gleichberechtigte Art der Diskussion. Also sie ist nicht 100% gleichberechtigt in Blogs, weil es natürlich immer einen Autor gibt. Aber dann darunter kann kommentiert werden.“	
B	Nutzungspraktiken/ Gebrauchsweisen			
B 1	• Themenfindung	Aussagen über die Bezugnahmen für die eigenen Inhalte.	„Bei mir gibt es oft einen aktuellen Impuls [...]. Entweder habe ich irgendwo [et]was gelesen oder mich aufgeregt oder mir fällt gerade irgendetwas ein. [...]“.	
B 2	• Regeln	Aussagen über persönliche Richtlinien sowohl in formaler Hinsicht als auch in Bezug auf ethische Aspekte .	„Kein Beitrag ohne Hyperlink. Nenne deine Quellen und verlinke auf sie. Nenne auch, wie du auf eine Quelle gestoßen bist ("via"). Gib Ansatzpunkte für Debatte und Kontroverse - beantworte nicht gleich selbst alle Fragen. Verwende selbstredende Titel, die auch alleinstandend für den Artikel sprechen.“	
B 3	• Routinen Inhaltsaufbereitung	Beschreibung der persönlichen Routinen beim Aufbereiten der eigenen Inhalte.	„[...] meistens ist es so: Ich finde irgendetwas. Dann fange ich an dazu zu recherchieren, außer es ist etwas was mir sowieso schon klar erscheint, und dann schreibe ich das einfach und veröffentliche es auch ziemlich gleich. Ein-, zweimal wird noch drübergelesen und dann geht das online.“	
C	Verbindung mit anderen Weblogs			
Kat. C				
C 1	• Rezeption	Aussagen über die Rezeption andere Weblogs und deren Relevanz für den Blogger.	„Ich lese viel mehr Blogs als das ich schreibe. [...]. Also ich verfolge ungefähr 600 Feeds, davon sind etwa 100 Blogs. Inhaltlich merke ich dann immer nur welche Themen gerade die wichtigsten sind, was bewegt die Online-Szene gerade, was bewegt wen, und v.a. Dingen in welche Richtung. Also für mich ist das eher so ein Aufspüren von Zeitgeist [...]“.	
C 2	• Interaktion	Aussagen über die Interaktion mit anderen Weblogs bzw. über die Beteiligung an der Kommunikation innerhalb der	„Entweder ich kommentiere andere Blog-Einträge oder ich verlinke zu den Einträgen anderer Blogger in meinen Texten oder ich zitiere auch direkt Teile	

		Blogosphäre.	von anderen Blog-Einträgen.“	
C 3	<ul style="list-style-type: none"> Dezentrale Qualitätskontrolle 	Persönliche Einschätzung und Erfahrungen bzgl. gegenseitiger Qualitätskontrolle in der Blogosphäre im Sinne von dezentralen Mechanismen zur Regulierung der in Weblogs stattfindenden Kommunikationen.	„[...] schlussendlich reguliert sich das ja dann mehr oder weniger selber. Der Sinn und Zweck von Weblogs ist dass du Rückmeldungen bekommst und wenn jemand dann so out of line ist und Grenzen überschritten werden, dann wird er schon darauf hingewiesen. Das ist ja auch das Gute an der Blogosphäre [...].“	
D	Kommunikativer Austausch (mit Besuchern)			
D1	<ul style="list-style-type: none"> Diskussion 	Konkrete Aussagen über im Weblogs stattfindende Diskussionen (Verlauf und Qualität).	„Man merkt auch, es gibt Themen, wo zwar der Beitrag sehr oft gelesen wird, aber irgendwie ist es dann schon so abgeschlossen, dass keine Diskussion mehr darunter stattfindet. Und dann gibt es Themen, bei denen sehr viel diskutiert wird.“	Wenn Aussage in direktem Zusammenhang mit Ausführungen steht (sonst Kat. D 2)
D 2	<ul style="list-style-type: none"> Kommentarfunktion 	Allgemeine Aussagen über die Nutzung der Kommentarfunktion durch Rezipienten im eigenen Weblog.	„Ich habe ganz selten Kommentare wo's politisch sehr untergriffen wird. Ich lasse rechtsextremes und auch linksextremes nicht zu. Und ich versuche eh tolerant zu sein, aber bei manchen ‚raus‘.“	
E	Weblogs und Journalismus			
Kat. E				
E 1	<ul style="list-style-type: none"> Unterschiede 	Persönliche Einschätzung der hauptsächlichsten Unterschiede zwischen der Tätigkeit des Bloggens und jener des Journalisten.	„Blogger sind nun einmal keine Journalisten. Da gibt's ja die ewige Diskussion, ob sie jetzt Journalisten sind usw. und ich halte das für müßig. Es sind einfach zwei unterschiedliche Dinge.“	
E 2	<ul style="list-style-type: none"> Verhältnis 	Persönliche Einschätzung über das Verhältnis von Weblogs und Journalismus. Stichwort: Konkurrenz oder Ergänzung?	„Wenn man sich jetzt das Verhältnis zwischen externen Blogs und Massenmedien anschaut, dann ist es natürlich mehr ein kritisches Verhältnis und auch mehr ein bisschen ein Statuskampf die ganze Zeit, warum auch immer. Es ist ja auch so, dass viele Blogs sich als „Watchdog“ für die „Watchdogs“ begeben und das beschreibt das Verhältnis finde ich auch ganz gut.“	
E	Weblogs und Öffentlichkeit			
Kat. F				
F 1	<ul style="list-style-type: none"> Potentiale politische Kommunikation 	Verortung der Potentiale von Weblogs für die politische Kommunikation	„Der Ausgangspunkt für eine größere politische Diskussion können sie auf jeden Fall sein. [...] gerade die „Grünen Vorwahlen“, die inzwischen nicht nur im Web diskutiert werden, die sind im Internet entstanden.“	
F 2	<ul style="list-style-type: none"> Öffentlichkeitsstrukturelle Veränderungen 	Allgemeine Einschätzung über den Einfluss von Weblogs auf vorhandene Öffentlichkeitsstrukturen.	„[...] ich glaube man muss die Sache einfach realistisch sehen. Weblogs sind glaube ich einfach ein Baustein dazu ein Stück demokratisierte Öffentlichkeit zu entwickeln, aber gleichzeitig ist es sicher nichts was jetzt die Weltrevolution auslösen würde oder so.“	

LEBENS LAUF

Persönliche Daten

Helene Karoline HAGMANN
26.10.1982, Wien

Ausbildungsweg

seit Oktober 2002	Diplomstudium Publizistik- u. Kommunikationswissenschaft in einer Fächerkombination mit Politikwissenschaft und Soziologie (1. Diplomprüfungszeugnis 2004, Diplomarbeit Juli 2009, abschließende Diplomprüfung Nov. 2009)
1993 - 2001	Bundesrealgymnasium Glasergasse (wirtschaftlicher Zweig), 1090 Wien; Matura mit gutem Erfolg abgeschlossen
1989 - 1993	Volksschule Börsegasse, 1010 Wien

Weiterbildung

November - Dezember 2008	Englischkurs im Einzeltraining: Business English für den Medienbereich, World Wide Teaching, 1010 Wien
--------------------------	--

Berufserfahrung

Mai 2009 – laufend	Buchlandung Handelsges.m.b.H, 1070 Wien
Juni 2004 – März 2008	Projektassistenz bei Siemens Gebäudemanagement & -Services GmbH (Standort OMV), 1140 Wien
November 2007	kurze Mitarbeit bei TV Media, Verlagsgruppe NEWS, 1020 Wien
Februar 2003 - Juni 2003	Mitarbeiterin der Competence Call Center AG, 1140 Wien
Sommer 1999	Ferialpraktikum in einer BAWAG-Filiale, 1140 Wien

Auslandsaufenthalte

September 2001 - August 2002	Au Pair Aufenthalt in New Jersey, USA
Sommer 1998	4 Wochen Sprachcollege in Fareham, GB