

### Weblog-Öffentlichkeiten als vernetzte Gespräche: zur theoretischen Verortung von Kommunikation im Web 2.0

Katzenbach, Christian

Preprint / Preprint

Sammelwerksbeitrag / collection article

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Katzenbach, C. (2010). Weblog-Öffentlichkeiten als vernetzte Gespräche: zur theoretischen Verortung von Kommunikation im Web 2.0. In J. Wolling, M. Seifert, & M. Emmer (Hrsg.), *Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess* (S. 189-210). Baden-Baden: Nomos. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-48803-7>

#### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Basic Digital Peer Publishing-Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den DiPP-Lizenzen finden Sie hier:  
<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

#### Terms of use:

This document is made available under a Basic Digital Peer Publishing Licence. For more Information see:  
<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

*Christian Katzenbach*

## **Weblog-Öffentlichkeiten als vernetzte Gespräche. Zur theoretischen Verortung von Kommunikation im Web 2.0**

In der Debatte um Merkmale, Relevanz und Auswirkungen von Online-Öffentlichkeiten, die sich auf der Basis von Weblogs und anderen Formaten des „Social Web“ (Zerfass et al., 2008) herausbilden, dominiert eine Dichotomie von Euphorie und Skepsis, wie sie oft in Institutionalisierungsprozessen von neuen Technologien und Medien zu beobachten ist (vgl. Münch & Schmidt, 2005): Auf der einen Seite sprechen Beobachter von einer „Medienrevolution“, die zu „völlig neuen demokratische Strukturen“ führe (Möller, 2005: VII); Andrew Sullivan (2002) hat gar vermutet, dass Weblogs die tiefgreifendste publizistische Revolution seit der Erfindung des Buchdrucks darstellen könnten. Und selbst eher vorsichtige Kommunikationswissenschaftler gehen von einem „neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit“ aus (Neuberger, 2006; Bucher & Büffel, 2006). Auf der anderen Seite sprechen professionelle Kommunikatoren Weblogs jegliche Relevanz ab oder machen sich über die Nutzer lustig. So ist dann etwa die Rede davon, dass „99 % der Weblogs einfach nur Müll“ oder die „Klowände des Internet“ seien.<sup>1</sup> Michael Keren (2008) spricht Weblogs und ihrer Nutzung emanzipatorisches Potenzial ab und Marco Bräuer et al. (2008: 204) kommen in einer breit angelegten empirischen Studie zur politischen Kommunikation im Netz zu dem Schluss, „dass sich auch in der Phase des Web 2.0 das Engagement der Bürger bei der aktiven Erstellung eigener politischer Angebote nicht grundsätzlich verändert hat“.

Die deutliche Disparität in den Bewertungen von Relevanz und Auswirkung der neuen Formate verdeckt allerdings eine Gemeinsamkeit: Der Diskurs ist geprägt von Ansprüchen, die sich auf bekannte massenmediale, mithin gesamtgesellschaftliche Kommunikationen beziehen. Auf der Makro-Ebene der Gesamtheit der Weblogs („Blogosphäre“) wird die Selektion, Verarbeitung und Vermittlung von Inhalten und Meinungen erwartet, auf der Mikro-Ebene der einzelnen Weblogs wird meist die Folie des mündigen, politisch engagierten Bürgers angelegt, der sich zu Themen mit gesellschaftlicher Relevanz äußert – in einer der (professionellen) öffentlichen Kommunika-

---

<sup>1</sup> „Spiegel“-Chefredakteur Mathias Müller von Blumencron im Interview im Online-Magazin „onlinejournalismus.de“ im Oktober 2004 (URL: <http://goa2003.onlinejournalismus.de/webwatch/interviewblumencron.php>, geprüft: 21.01.2009) und Werbe-Fachmann Jean-Remy von Matt in einer internen Mail (URL: [http://www.jensscholz.com/2006\\_01\\_01\\_archive.htm#113762765814900254](http://www.jensscholz.com/2006_01_01_archive.htm#113762765814900254), geprüft: 21.01.2009).

tion angemessenen Form und Qualität. Dass die Anwendung gängiger Relevanz- und Qualitätskriterien auf Weblog-Nutzungen problematisch ist, darauf haben Jan Schmidt et al. (2005: 5) bereits hingewiesen: „Diese [Weblog-Nutzungen] sind zwar ebenfalls öffentlich, aber es geht der überwiegenden Mehrheit nicht darum, *gesellschaftlich relevante* Informationen ins Internet zu stellen, sondern vielmehr Dinge von *persönlicher Relevanz* zu artikulieren.“ Die Artikulation von Privatem in öffentlichen medialen Räumen, wie Weblogs, unterläuft eine eindeutige Zuordnung von Öffentlichkeit und Relevanz, die wir sonst von medialen Kommunikationsformen kennen: Je größer das potentielle Publikum, desto relevanter das Thema. Die publizierten Geschichten und Meinungen von Bloggern sind zwar meist für alle Internet-Nutzer zugänglich, dabei aber selten interessant für größere Öffentlichkeiten; für die Autoren und ihre (meist sehr wenigen) Leser hingegen können sie hochrelevant sein.

Dieser veränderte Zusammenhang von Öffentlichkeit und Relevanz wird in der Kommunikationswissenschaft bislang noch zu wenig reflektiert. Arbeiten, die sich für Online-Öffentlichkeiten interessieren, befassen sich fast ausschließlich mit der Makro-Ebene gesamtgesellschaftlicher Kommunikationsräume. Ausgangspunkt ist hier der vielfach beschriebene grundlegende, zunächst technisch-induzierte Wandel von Öffentlichkeit im Internet, dank dem nun jeder Texte und Meinungen veröffentlichen kann. Denn die Veröffentlichung ist nicht mehr an knappe und teure Trägermedien, wie Zeitungspapier, Rundfunkwellen oder Satelliten, gebunden. „Nun herrscht nicht mehr Knappheit an Verbreitungskapazität, sondern Knappheit an Aufmerksamkeit und Urteilsvermögen auf Seiten der Rezipienten.“ (Neuberger, 2004: 9) Der Kanalisierung von Aufmerksamkeit kommt deshalb im Netz eine besondere Bedeutung zu. Auf der Makro-Ebene beschäftigen sich etwa Christoph Neuberger (2004, 2006) und Axel Bruns (2005) mit solchen Mechanismen der Aushandlung von Relevanz. Neuberger etwa untersucht, ob Nutzer von Weblogs und anderen Web 2.0-Formaten funktional äquivalente Leistungen zum professionell-redaktionellen Journalismus erbringen. Bruns fasst den Wandel von Öffentlichkeit als einen Paradigmenwechsel vom „Gatekeeping“ zum „Gatewatching“ auf. In einer funktionalen Betrachtung werden demnach Selektion und Veröffentlichung als Schlüsselfunktionen des Journalismus’ verdrängt durch die Beobachtung und Aufbereitung bereits veröffentlichten Materials. Habermas (2008: 162) und Jarren (2008) argumentieren hingegen skeptischer – auch auf der Makro-Ebene –, dass sich online bislang keine funktionalen Äquivalente herausgebildet haben zur massenmedialen Öffentlichkeit, die sonst vom professionell-redaktionellen Journalismus organisiert wird.

Die einfachen Interaktionen auf der Mikro-Ebene der individuellen Weblog-Nutzung sind bislang nicht systematisch als Formen von Öffentlichkeit beschrieben

worden. Sie waren entweder Gegenstand empirischer Erhebungen zu den Motiven und Themen des Bloggens (vgl. die folgenden Abschnitte dieses Beitrags) oder zogen die oben dargestellten Banalisierungsvorwürfe auf sich.<sup>2</sup> Das Anliegen des Beitrags ist deshalb eine öffentlichkeitstheoretische Verortung von Weblog-Kommunikation, die zu einer kommunikationswissenschaftlichen „Erdung“ der Debatte um Web 2.0-Kommunikationen und ihrer gesellschaftlichen und politischen Relevanz beitragen kann – jenseits des doppelten Entweder-Oder von Utopie und Dystopie (Yang, 2008) und Mikro- und Makro-Betrachtung.

Zwei Aspekten soll dabei besondere Aufmerksamkeit zuteil werden, da sie in der kommunikationswissenschaftlichen Literatur zu Weblogs bislang zu kurz gekommen sind: Zum einen gilt es, Weblogs als Form der Auseinandersetzung mit Welt und Alltag in ihrer Vielfältigkeit ernst zu nehmen und damit auch die zahlreichen Kommunikationen über Privates und individuelle Erlebnisse und Meinungen als Formen einfacher Öffentlichkeit zu verstehen – zunächst unabhängig von einer vermeintlichen gesellschaftlichen Relevanz oder Irrelevanz der diskutierten Inhalte. Verlagern sich diese Gespräche nun in einen medialen Raum, dann können individuelle Lebenserfahrungen und Sichtweisen als Gruppenerfahrungen wahrnehmbar werden. Finden diese Positionen hinreichend Resonanz und bilden sich Formen der organisierten Artikulation heraus, dann können diese auch in größere Öffentlichkeiten hineinwirken.<sup>3</sup>

Daraus ergibt sich der zweite Fokus dieses Beitrags: Für die Kommunikationswissenschaft von besonderem Interesse ist der Zusammenhang zwischen der Mikro-Ebene der individuellen Äußerungen über Welt und Alltag und der Makro-Ebene der Herausbildung von größeren Öffentlichkeiten. In Weblogs wird dieser Zusammenhang offenkundig und beobachtbar. Nutzer artikulieren ihre Erfahrungen und Sichtweisen und treten darüber mit anderen in Austausch. Durch die gegenseitigen Verweise (Links) können sich aus diesen individuellen Handlungen größere Kommunikationsstrukturen herausbilden.

### **Bausteine für die Analyse von Online-Öffentlichkeiten**

Die Verknüpfung von einfachen und komplexen Öffentlichkeiten soll in diesem Beitrag angedeutet und damit die Betrachtung der Mikro-Ebene der individuellen Handlungen und die Analyse der Makro-Ebene der entstehenden Strukturen konzeptionell zusam-

---

<sup>2</sup> Soziologische und ethnologische Arbeiten haben dagegen durchaus bereits die sozialen Aspekte dieser Interaktionen beleuchtet (vgl. etwa Reichmayr, 2005: zur Identitätskonstruktion bei Jugendlichen; Wei, 2004: zur Herausbildung von Normen in einer Blogger-Community).

<sup>3</sup> Klaus (2001: 26 f.) hat diesen Gedanken für Reality-Formate und Talkshows formuliert.

mengeführt werden. Der Fokus liegt dabei auf der Fassung zunächst einfacher Interaktionen als Formen von Öffentlichkeit, die dann aber – zumindest potentiell – in komplexere Öffentlichkeiten hineinwirken können. Als Analyserahmen für diese Betrachtungen von Weblog-Nutzungen und Online-Öffentlichkeiten soll nun eine Kombination aus zwei theoretischen Perspektiven – Öffentlichkeitstheorie und Cultural Studies – vorgestellt werden.

#### *Öffentlichkeiten auf mehreren Ebenen*

Das „Arenenmodell“ von Gerhards und Neidhardt (1990) ist für die weitere Untersuchung besonders ertragreich, da es eines der wenigen Modelle von Öffentlichkeit und Journalismus ist, welches das Publikum explizit mit einbezieht (Lünenborg, 2005), und eine für die Analyse von Weblog-Kommunikation notwendige Differenzierung zwischen persönlicher und öffentlicher Kommunikation vorsieht. In Anlehnung an Klaus (2001: 22 ff.) sollen hier vier analytische Dimensionen verwendet werden, um verschiedene Ebenen von Öffentlichkeit zu unterscheiden:

- *Zugang*: Die Voraussetzungen, die an die Sprecherrolle einer Öffentlichkeitsform gebunden sind
- *Kommunikation/Rollenverhältnis*: Ausdifferenzierung von Rollen, kommunikatives Verhältnis zwischen Sender und Empfänger
- *Funktion*: Welche gesellschaftliche Funktion erbringt eine Öffentlichkeitsform?
- *Medialität*: In welchem Maße und auf welche Weise werden die Kommunikationen einer Öffentlichkeitsform medial vermittelt?<sup>4</sup>

Die unterste Ebene bilden in dieser Konzeption einfache Interaktionssysteme, die Gerhards und Neidhardt als *Encounter-Öffentlichkeiten* bezeichnen: das flüchtige Aufeinandertreffen von Menschen in Kneipen, Verkehrsmitteln oder Büros als elementarste Form einer „kleinen“ Öffentlichkeit. Diese einfachen Interaktionssysteme sind sehr offen, d. h. es sind keine Voraussetzungen an die Sprecherrolle geknüpft, strukturell gibt es keine Unterscheidung von Sprecher- und Publikumsrolle. Funktional geht es hier um die „jeweilige alltagsweltliche Relevanz und damit letztlich [um] die gesellschaftliche Wirkung von Wirklichkeitskonstruktionen, gesellschaftlichen Normen und kulturellen Zielen“ (Klaus, 2001: 24). Die Gespräche, die hier stattfinden, sind in der Regel flüchtige Interaktionen unter Anwesenden, die keiner technischen Vermittlung bedürfen – und damit gleichsam an Zeit und Ort der Handlung gebunden sind.

Auf der zweiten Ebene, der *Veranstaltungsöffentlichkeit*, haben sich Handlungsrollen herausgebildet, welche die Kommunikation in dieser Form von Öffentlichkeit strukturieren: Die Rollen der Sprecher, Moderatoren und des Publikums sind zwar

<sup>4</sup> Diese vierte Dimension wurde der Systematisierung von Klaus hinzugefügt.

rieren: Die Rollen der Sprecher, Moderatoren und des Publikums sind zwar prinzipiell wechselbar, geben den Kommunikationsprozessen aber eine vorgegebene Form. Die Voraussetzungen für das Synthetisieren von Meinungen und die Herstellung einer öffentlichen Meinung sind deutlich besser als in einfachen Interaktionssystemen. Veranstaltungsöffentlichkeiten bündeln Themen und Meinungen und stellen sie für komplexere Öffentlichkeiten bereit. Es bleibt aber die Beschränkung der Kommunikation hinsichtlich Zeit und Raum; auch Veranstaltungsöffentlichkeiten sind flüchtig und ortsgebunden, da sie in der Regel nicht medial verfasst sind.

Die für moderne Gesellschaften prägende Form von Öffentlichkeit ist aber die *massenmediale Kommunikation*. Die Funktionsrollen differenzieren sich hier weiter aus. Die Sprecherrolle ist professionalisiert, der Zugang zu Öffentlichkeit dadurch stark eingeschränkt. Die Funktion massenmedialer, komplexer Öffentlichkeiten liegt in der Selektion, Verarbeitung und Verbreitung von Themen und Meinungen einerseits an die Bürger, andererseits an das politische System (vgl. Gerhards & Neidhardt, 1990: 6). Massenmedien als intermediäre Vermittlungssysteme sind damit die zentralen Institutionen der Zuschreibung gesellschaftlicher Relevanz.

Ebene von Öffentlichkeit	Zugang	Kommunikation / Rollen	Funktion	Medialität
komplex	Profession	indirekt und einseitig	Selektion, Verarbeitung, Verbreitung von Themen	medial
mittel	Kompetenz / Status	direkt, Rollendifferenzierung	Themen/Meinungen bündeln und bereitstellen	direkt
einfach	keine Begrenzung	gleichberechtigt, wechselnd	Alltagsrelevanz, Bedeutung und Wirkung von Themen	direkt, flüchtig

Abbildung 1: Merkmale der Öffentlichkeitsformen (in Anlehnung an Klaus, 2001: 22)<sup>5</sup>

Der besondere Gewinn dieser Ebenendifferenzierung liegt darin, dass es möglich ist, den Zusammenhang zwischen Kommunikationen auf verschiedenen Ebenen zu beschreiben. Massenmediale Kommunikation und interpersonale bzw. Gruppen-Kommunikation werden nicht als getrennte Sphären behandelt, sondern als in verschiedene Ebenen differenzierbare, aber eben zusammenhängende Kommunikations-

<sup>5</sup> In dieser Systematisierung werden die Ebenen nicht wie bei Gerhards und Neidhardt durch ihre Erscheinungsform benannt (z. B. Veranstaltungsöffentlichkeit), sondern durch den Grad ihrer Strukturiert-

strukturen. Diese Perspektive ist besonders fruchtbar für die Analyse von Online-Öffentlichkeiten, weil sich hier die verschiedenen Öffentlichkeitsformen „nebeneinander“ auf einer medialen Plattform bilden.

Der kommunikative Zusammenhang zwischen den Ebenen ist für die demokratietheoretische Funktion von Öffentlichkeit unabdingbar: Zur Erfüllung der „Repräsentativitätsfunktion“ ist es zentral, ob und inwiefern „Kommunikationen auf den unteren Öffentlichkeitsebenen aktiv ausgeprägt und in die Ebenen von Massenkommunikation hinein vermittelt sind“ (Gerhards & Neidhardt, 1990: 34). Eine strukturelle Voraussetzung für die Verknüpfung der Kommunikation auf den verschiedenen Ebenen ist die Anschlussfähigkeit der kommunikativen Strukturen. Vor diesem Hintergrund sind „Encounter-Öffentlichkeiten“ nur sehr flüchtige Formen von Öffentlichkeit, da sie sich immer nur für kurze Zeit bilden und dann wieder auflösen. Diese einzelnen kommunikativen „Episoden“ sind untereinander nicht vernetzt, „so dass zwischen ihnen kein Kommunikationsfluss stattfindet, der synergetische Effekte der Meinungsbildung auslösen könnte“; das Hineinwirken in mittlere und komplexe Öffentlichkeiten ist so stark begrenzt (vgl. Gerhards & Neidhardt, 1990: 21). Diese Meinungsbildungs- und Themensetzungsprozesse „von unten nach oben“ sind jedoch notwendig für das Funktionieren der Kommunikation in der Arena der Massenmedien. Veranstaltungsöffentlichkeiten und die Bildung von Organisationen zur Vertretung von Interessen leisten im massenmedialen Kontext die Überbrückung der medialen Kluft zwischen Arena und Galerie. Weblogs könnten diese Lücke füllen. Es ist deshalb im vorliegenden Beitrag zu fragen, welche Rolle sie bei der Verknüpfung der unterschiedlichen Öffentlichkeiten und Kommunikationsformen spielen können.

#### *Mediennutzung – Alltag – Aneignung: Eine Cultural-Studies-Perspektive*

Neben dieser Ebenendifferenzierung gilt es, noch eine zweite Perspektive in den Analyse-Rahmen zu integrieren: Um das Wechselverhältnis der verschiedenen Öffentlichkeitsebenen im Netz und die Rolle von Weblogs angemessen zu beschreiben, bedarf es eines detaillierteren Blicks auf die Alltagskommunikation der Mediennutzer und auf das Verhältnis von Produktion und Rezeption als es das Arenen-Modell von Gerhards und Neidhardt leisten kann.<sup>6</sup> Diese Tiefenschärfe kann eine an den Cultural Studies orien-

---

heit (einfach/mittel/komplex), denn die Erscheinungsformen wandeln sich; die analytische Unterscheidung der Ebenen ist aber weiter hilfreich.

<sup>6</sup> Es ist zwar die Stärke des Arenen-Modells, mehrere Ebenen von Öffentlichkeit zu konzeptionalisieren und damit auch einfache Formen von Öffentlichkeit, wie Gespräche in Büros und Restaurants, mit in das Modell zu integrieren; die Rolle des Mediennutzers bleibt bei Gerhards und Neidhardt aber sehr blass, denn er verfügt lediglich über binäre Handlungsoptionen: Aus- oder Einschalten, Hinschauen oder Wegsehen. Aktiv wird das Publikum in diesem Modell erst, wenn es aus seiner Rolle heraustritt und sich

tierte Perspektive leisten, die den Mediennutzer mit seinen Aneignungs- und Deutungsleistungen in den Mittelpunkt rückt (Lünenborg, 2005; Krotz, 1992). Eine Kombination dieser beiden Perspektiven ermöglicht es dann, die vermeintlich trivialen Gespräche über Welt und Alltag, die sich über Weblogs entfalten, als Ausgangspunkt für die Entstehung von Öffentlichkeiten ernst zu nehmen.<sup>6</sup>

Die Auseinandersetzung mit Medientexten, ihrer Produktion wie Rezeption wird in der Perspektive der Cultural Studies als im Alltag verortete, ritualisierte Handlung verstanden, die primär zur Herstellung von Verständigungsgemeinschaften beiträgt. Johnson (1986: 47) beschreibt die Aushandlungsprozesse von Bedeutung und Relevanz in diesem Sinne als Kreislauf der Produktion, Zirkulation und Konsumption kultureller Produkte. Auch in massenmedialen Settings spielt die Rezeption eine zentrale Rolle, die sich in dieser Konzeption keineswegs auf die von Gerhards und Neidhardt im Arenen-Modell beschriebenen binären Optionen reduzieren lässt. Hall (1999) trägt dieser wechselseitigen Beziehung von Produktion und Rezeption in seinem „Encoding/Decoding-Modell“ Rechnung. Die Produktion des Textes (Enkodieren) vor dem Hintergrund einer spezifischen Produktionskultur ist nur der erste Schritt der gemeinsamen Bedeutungskonstruktion. In der Rezeption (Dekodieren) legt der Nutzer sein eigenes Deutungsrepertoire an den Text an, das zwar in der Regel große Übereinstimmung mit dem der Kommunikatoren aufweist, aber niemals identisch sein wird. Johnson beschreibt die Rezeption als eigenen Produktionsprozess, in dem die Leser Texten – abhängig von ihren eigenen Erfahrungen und den spezifischen Rezeptionsbedingungen – Bedeutungen zuweisen. Erst mit der so durch den jeweiligen individuellen Mediennutzer vollzogenen lebensweltlichen Aneignung des Medientextes und seiner Positionierung im gesellschaftlichen Diskurs „entfaltet der Text seine (mögliche) Deutungskraft“ (Lünenborg, 2005: 69).

Kritische Diskussionen dieser Ansätze sehen die Gefahr, die Interpretationsleistungen der Mediennutzer überzubewerten aufgrund der Betonung des mehrdeutigen Cha-

---

an der Herausbildung kleiner Öffentlichkeiten „auf der Galerie“ beteiligt (vgl. dazu Katzenbach, 2008: 56 ff.). Gerade dieser Zusammenhang zwischen der Rezeption medialer Angebote und ihrer Deutung sowie der eigenen Artikulationsfähigkeit ist in der Betrachtung von Weblog-Kommunikationen von besonderer Bedeutung. Zudem orientieren sich die Autoren in ihrer Konzeption an einem engen Begriff von politischer Öffentlichkeit, nachdem sie alltägliche populäre mediale Phänomene, wie „Prominenz ohne [politischen] Einfluss“, als dysfunktional bewerten müssen (Gerhards & Neidhardt, 1990: 37). Aus der Perspektive der Cultural Studies ist mediale Kommunikation als Kulturform immer auch von Aushandlungsprozessen um Bedeutungen und Werte durchsetzt (vgl. Dörner, 1999: 322). Vgl. auch Peters (2007) für ein Verständnis von Öffentlichkeit als kulturelle Selbstverständigung.

<sup>6</sup> Diese Perspektive entgeht damit auch der „optischen Täuschung“, auf die Neuberger (2008: 33) hingewiesen hat: „Im Internet wird (vor allem für die dafür ‚blinde‘ Kommunikationswissenschaft) sichtbar, dass es jenseits der massenmedialen Öffentlichkeit auch bisher schon ‚kleine‘ Öffentlichkeiten gab, die durch Medien mit geringer Reichweite oder durch Präsenzöffentlichkeiten hergestellt wurden.“



rakters von Medientexten und der vielfältigen Lesarten (Jäckel & Peters, 1997: 56ff.): Die Macht des Publikums könne nicht mit der Macht der Produzenten, Medientexte und so Deutungsangebote zur Verfügung zu stellen, gleichgestellt werden. Die Rezipienten können zwar tatsächlich ihre eigenen Deutungsrepertoires an den Text anlegen, doch ihre Lesart gelangt in der Regel an keine mediale Öffentlichkeit. Die durch den Blick der Cultural Studies wesentlich lebhafter und aktiver gewordene Galerie bleibt durch die bestehende mediale Kluft von der Arena getrennt. Oppositionelle Lesarten verharren zunächst in der interpersonalen Kommunikation. Erst wenn sie dort Resonanz finden, können sie Wege in größere Öffentlichkeitsformen finden.

In der folgenden Analyse von Weblogs und ihren Öffentlichkeiten gilt es, diesen Aspekt im Blick zu behalten. Denn in Weblogs können sich die Lesarten des Publikums tatsächlich in manifesten, öffentlich zugänglichen Texten niederschlagen und potentiell wieder in Öffentlichkeiten zurückwirken. Die Verknüpfung von öffentlichkeitstheoretischen Modellen mit dem Blick der Cultural Studies auf Rezeptionsprozesse kann so helfen, die Mikro-Ebene der individuellen Handlungen und die Analyse der Makro-Ebene der entstehenden Strukturen konzeptionell zu verknüpfen.

### **Weblogs und ihre Nutzung**

Nach dieser Klärung des theoretischen Rahmens sollen nun Weblogs als mediales Format vorgestellt und ihre Nutzung in diesen Rahmen eingeordnet werden. In einem ersten Schritt lassen sich Weblogs als regelmäßig aktualisierte Websites verstehen, deren Inhalte in umgekehrt chronologischer Reihenfolge dargestellt werden (vgl. Nardi et al., 2004; Herring et al., 2004). Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht ist es notwendig, zwischen Weblogs als technischer Infrastruktur einerseits und institutionalisierter Kommunikationsform andererseits zu unterscheiden. In sozialen Zusammenhängen werden Technologien entwickelt, die Möglichkeiten zur öffentlichen Kommunikation bereitstellen und gleichzeitig durch die Anwendung oftmals modifiziert und umgedeutet werden. Mit Kubicek (1997: 220) lässt sich die technische Infrastruktur als Medium erster Ordnung beschreiben. Darauf aufbauend bilden sich Medien zweiter Ordnung heraus: soziokulturelle Institutionen zur Realisierung von Kommunikation, die spezifische Produktions- und Rezeptionspraktiken einschließen und so Verständigung ermöglichen. Als Ergebnis dieser Institutionen und ihrer Kommunikationen entstehen Formen von Öffentlichkeiten, die über bestimmte – vom (technischen) Medium zwar durchaus beeinflusste, aber keineswegs determinierte – Formen der Aushandlung von persönlicher und gesellschaftlicher Relevanz verfügen.

*Weblogs als technische Infrastruktur*

Weblogs lassen sich auf der technischen Ebene als Infrastruktur beschreiben, die das Öffentlichmachen von Inhalten einfach und kostengünstig ermöglicht. Weblogs reihen sich damit in eine Reihe von Anwendungen und Diensten, wie HMTL-Editoren und Content-Management-Systeme, ein, die das Veröffentlichen von Seiten im World Wide Web vereinfacht und so viele Internetnutzer selbst zu Produzenten gemacht haben. Neben dieser allgemeinen Entwicklung im Online-Bereich weisen Weblogs noch einige für die Betrachtung öffentlicher Kommunikation relevante Merkmale auf, die sie von anderen – vor allem „traditionellen“ – Online-Formaten unterscheiden.

Weblogs verfügen in der Regel über eine Kommentarfunktion, d. h. Leser können direkt unter einem Beitrag Fehler und Unstimmigkeiten notieren und ihre Meinung oder Lesart veröffentlichen.<sup>7</sup> Während der kommunikative Kreislauf aus Produktion, Zirkulation und Rezeption bei traditionellen Medien zwischen Redaktionssystem, Zeitungspapier und interpersonaler Anschlusskommunikation mehrere Medienbrüche durchläuft, fallen in Weblogs diese Stufen zusammen. Der Leserbrief ist in gewisser Weise der Normalfall – und zwar nicht zeitlich und räumlich getrennt vom Artikel an wenig prominenter Stelle, sondern direkt darunter. Die Lesarten der Nutzer treten damit als ergänzende, alternative oder bestätigende Sichtweise direkt neben den Text des Autors.<sup>8</sup>

Neben dieser Unterstützung von Diskussion auf dem einzelnen Medientext durch Kommentare bieten Weblogs durch *Links* und *Trackbacks* die Möglichkeit, Texte und damit Debatten über verschiedene Weblogs hinweg miteinander zu verknüpfen. Die Verknüpfung von Texten liegt im Kern des World Wide Web; Links ermöglichen es dem Nutzer, von einer Stelle im Dokument direkt auf ein anderes Dokument zuzugreifen und erzeugen so ein Netz von Texten, das durch unzählige Querverweise geknüpft ist und vom Nutzer auf eigenen Wegen erschlossen wird. Gleichzeitig werden gegenseitige Bezugnahmen durch Links explizit. Hyperlinks operieren im WWW allerdings nur einseitig. Weblogs verwenden eine Technologie namens „Trackback“, die dies ändert: Verlinkungen werden auch in der Gegenrichtung verfolgbar. Verweist ein Beitrag auf einen anderen, so sendet er eine kurze Benachrichtigung („Ping“). Verfügt die Zielseite ebenfalls über die Trackback-Technologie, kann sie die Bezugnahme registrieren. Dadurch können Weblog-Beiträge – im Gegensatz zu herkömmlichen Webseiten – eine Liste der Seiten, die auf sie Bezug genommen haben, darstellen. Auf diese Weise wird

<sup>7</sup> In der Studie von Schmidt et al. (2006: 14) gaben 78 % der Befragten an, Kommentare direkt zuzulassen, 20 % nur mit vorheriger Registrierung und 2 % ließen gar keine Kommentare zu.

<sup>8</sup> Die Tendenz zur Verschmelzung der Produktion und Nutzung kultureller Produkte verhandelt Bruns (2008) unter dem Begriff „produsage“.

das Netz zwischen Weblog-Beiträgen (und anderen Seiten, die diese Technologie verwenden) wesentlich enger geknüpft, nämlich beidseitig. Autoren und Nutzer sehen, an welcher Stelle eine Diskussion weitergeführt oder zumindest Bezug auf den Text genommen wird. Während bei gewöhnlichen Links Teile der Debatte, besonders ihre Fortführung, unsichtbar bleiben (in Abbildung 2 sind dies die grauen Dokumente), machen Trackbacks den gesamten Diskussionszusammenhang manifest. Autor und Leser eines Dokuments sehen sowohl die Texte, die die Diskussion weiterführen als auch andere Dokumente, die sich ebenfalls auf das Ursprungsdocument beziehen (weiß).

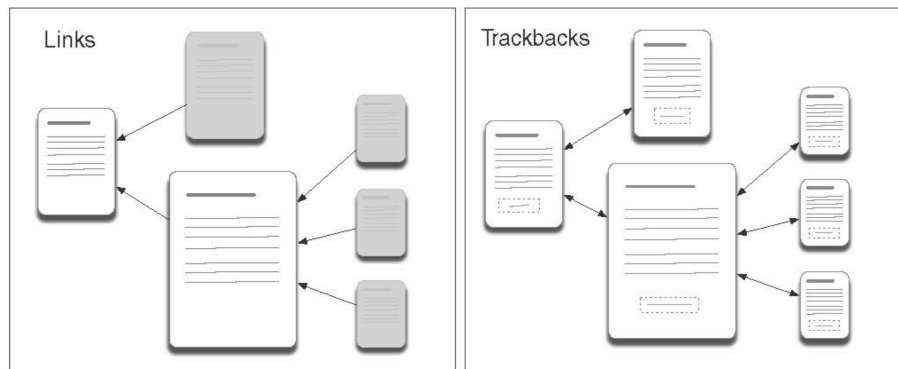


Abbildung 2: Vergleich der Verknüpfung durch Links und Trackbacks

Weblogs ermöglichen so in wesentlich höherem Maße als herkömmliche Webseiten Anschlusskommunikation. Wechselseitige Bezugnahme, die für die Herstellung von Öffentlichkeit zentral ist, wird durch Trackbacks unterstützt, indem sie Verknüpfungen beidseitig begehbar machen. Dadurch, dass auf diese Weise Debatten fortgeführt und verschiedene Lesarten transparent gemacht werden, kann Weblog-Kommunikation (zumindest potentiell) dem flüchtigen Charakter von face-to-face-Kommunikationen in „Encounter-Öffentlichkeiten“ entgegen. Für Kommunikation über gewöhnliche Homepages gilt dies nicht zwingend: Sie sind zwar in zeitlicher Hinsicht persistent, in struktureller Hinsicht stellen sie im oben beschriebenen Sinn aber häufig Episoden dar, die keine Anschlusskommunikation unterstützen.

Ein weiteres Merkmal von Weblog-Systemen liegt in ihrer Unterstützung von kommunikativer Kontinuität. Zum einen sind Weblogs – durch die umgekehrt chronologische Darstellung der Beiträge – zeitlich strukturiert; die einzelnen Artikel sind aber direkt über eine feste URL adressierbar („Permalink“) und bleiben so als Bezugspunkte für Anschlusskommunikationen verfügbar. Zum anderen haben Weblogs RSS-Feeds

(Really Simple Syndication) populär gemacht: eine Technologie, welche die Inhalte unabhängig von der Darstellung zur Verfügung stellt und es Nutzern ermöglicht, ein Weblog zu „abonnieren“ und sich so automatisch über neue Einträge informieren zu lassen. Dadurch müssen Leser nicht alle Weblogs nach neuen Beiträgen durchsuchen, sondern überblicken in einem „Newsreader“ ihre abonnierten Weblogs und die neuen Artikel. RSS ermöglicht auf diese Weise eine Übersicht über eine relativ hohe Anzahl verschiedener Nachrichtenquellen, indem nicht jede einzelne besucht und auf neue Beiträge hin geprüft werden muss. Zudem unterstützt es eine Kontinuität in der wechselseitigen Bezugnahme. Isolierte Nutzungsepisoden auf verschiedenen verstreuten Webseiten werden damit in Alltagsroutinen der Rezeption bekannter Angebote überführt.

Weblogs lassen sich also als eine technische Infrastruktur fassen, die öffentliche Kommunikation und wechselseitige Bezugnahmen in mehreren Dimensionen unterstützt: Auf der Ebene der Produktion bieten Weblogs dem „vormaligen Publikum“ (Gillmor, 2004: 136 ff.) eine niedrigschwellige Form der medialen Äußerung. Das Veröffentlichen von Texten, Bildern und Filmen wird einfach und kostengünstig; Produktion und Rezeption rücken durch die Möglichkeit des Kommentierens enger aneinander; Links und Trackbacks machen wechselseitige Bezugnahmen sichtbar und nachvollziehbar. Zudem unterstützen Weblogs durch die zeitliche Strukturierung des Inhalts und die Bereitstellung von RSS-Feeds kontinuierliche Kommunikationen.

### *Weblogs als Kommunikationsform*

Um Weblogs als Kommunikationsform zu beschreiben, genügt es nicht, die beschriebenen technischen Merkmale aufzulisten – der einfache Rückschluss von technischen Merkmalen auf bestimmte Verwendungsweisen führt meist zu einem technikdeterministischen Kurzschluss. Deshalb gilt es hier, einen kurzen Blick auf die Institutionalisierung von Weblogs als Medium zu werfen, das zu bestimmten Zwecken genutzt wird und sich so in das Medienrepertoire der Nutzer einfügt.<sup>9</sup>

Schon in früheren Studien zu Weblogs und ihrer Nutzung (Blood, 2003; Herring et al., 2004; Nardi et al., 2004) zeigte sich, dass beim Schreiben von Weblogs primär persönliche Relevanzkriterien eine Rolle spielen. Schmidt et al. (2006) haben dann in einer groß angelegten quantitativen Studie deutschsprachige Blogger zu ihren Nutzungsmoti-

---

<sup>9</sup> Angesichts der enormen Bandbreite an Angeboten, die sich inzwischen Weblogs als technischer Infrastruktur bedienen (von einflussreichen Online-Magazinen wie der „Huffington Post“ zu privaten Online-Journalen), wird es immer schwieriger, Weblogs in diesem Sinne als Kommunikationsform zu beschreiben. Es scheint aber immerhin einige Verwendungsweisen und Nutzungsformen zu geben, die das Weblog-Format dominieren.

ven und -praktiken befragt. Die Ergebnisse zeigten, dass für die meisten Blogger intrinsische Gründe („zum Spaß“, „weil ich gerne schreibe“) im Vordergrund stehen. Als zentrale Motive treten das Dokumentieren von Ideen und Erlebnissen sowie das Verarbeiten von Gefühlen hinzu. Im Vergleich zu diesen selbstbezogenen Beweggründen sind kommunikative Motive, wie der Austausch mit anderen und die Veröffentlichung des eigenen Wissens, seltener, werden aber zumindest von der Hälfte bzw. einem Drittel der Blogger angeführt.<sup>10</sup>

Diese persönlichen und meist selbstbezogenen Motive der Blogger drücken sich auch in den Themen aus (Abbildung 3). Die meisten Weblog-Beiträge sind Berichte aus dem Privatleben und eigene Fotos. Ebenfalls sehr häufig sind Links zu Fundstellen im Netz mit eigenem Kommentar. Fast die Hälfte der befragten Blogger veröffentlicht Artikel zu ihren Hobbies oder Filmen, Büchern und Musik. Themen, die aus journalistischer Sichtweise Relevanz aufweisen, etwa „Ereignisse oder Themen aus meiner Stadt“ und „Artikel zu aktuellen politischen Themen“, werden seltener, aber auch von gut einem Drittel genannt. Zudem werden Weblogs häufig für die Veröffentlichung spezifisch fachlicher Themen verwendet.

(N=1223)	
Berichte und Episoden aus dem Privatleben	76 %
Eigene Bilder und Fotos	73,9 %
Links zu "Fundstücken" im Netz mit Kommentar	70 %
Artikel zu Filmen, Büchern, Musik	49,4 %
Artikel zu meinen Hobbies	49,3 %
Berichte und Episoden aus dem Arbeitsleben	45,1 %
...	...
Artikel zu aktuellen politischen Themen	35,7 %

Abbildung 3: Themen von Weblog-Beiträgen (Schmidt et al., 2006)

In der Zusammenschau wird deutlich, dass das Führen von Weblogs vor allem intrinsisch und subjektbezogen motiviert ist. Weblogs werden also vor allem genutzt, um einfach und ohne externe Vorgaben Texte zu veröffentlichen. Diese Texte sind zwar (in der Regel) öffentlich zugänglich, den meisten geht es aber weder darum, eine große, den Massenmedien entsprechende Öffentlichkeit zu erreichen, noch Informationen von gesellschaftlicher Relevanz zu veröffentlichen. Vielmehr möchten sie Dinge von

<sup>10</sup> Ähnliche Befunde liefert etwa der Bericht von Lenhart & Fox (2006) für US-amerikanische Blogger. Auch hier dominieren Motive, die sich auf das Schreiben selbst oder den persönlichen Alltag beziehen; darauf folgen die Dokumentation von Ideen, der Austausch mit anderen und das Pflegen von Kontakten.

persönlicher Relevanz artikulieren und sich mit einer (kleinen) Gemeinschaft von Lesern und anderen Bloggern austauschen.<sup>11</sup>

## Weblogs und ihre Öffentlichkeiten

### *Mediatisierung einfacher Öffentlichkeiten*

Ordnen wir diese Befunde in das vorgestellte Modell von Öffentlichkeitsformen auf verschiedenen Ebenen ein, so wird deutlich, dass Weblogs in der ersten Dimension am ehesten einfachen Öffentlichkeiten entsprechen: Der aktive, kommunikative Zugang mit Öffentlichkeit ist lediglich an technische Kompetenzen geknüpft. Es kann jeder ein eigenes Weblog starten, der einen Computer bedienen und das Internet nutzen kann. In der zweiten Dimension – der Ausdifferenzierung von Rollen – lassen sich in Weblogs die Rollen „Autor“, „Kommentator“ und „Leser“ identifizieren. Damit weisen sie Gemeinsamkeiten mit Veranstaltungsöffentlichkeiten auf, in der ebenfalls erste Rollendifferenzierungen in Gestalt von Referenten und Moderatoren einerseits und Publikum andererseits erkennbar sind. Dadurch, dass die Leser eines Weblogs allerdings selbst ein Weblog führen können, verwischt die Rollendifferenzierung. Treten nämlich verschiedene Autoren in einen kommunikativen Austausch, der zwar auf den einzelnen Weblogs initiiert wurde, aber durch Links und Trackbacks vernetzt ist, lässt sich die Beziehung der verschiedenen Kommunikatoren eher als „interpersonal und gleichberechtigt“ beschreiben. Die Befunde zu Themen und Motiven von Bloggern legen nahe, dass sich Weblogs bezüglich der dritten Dimension – der Funktion eines Kommunikationsraums – ebenfalls als einfache Öffentlichkeiten verstehen. Es überwiegen Darstellungen von persönlichen Erlebnissen und subjektiven Positionen. Wie in einfachen Gesprächen geht es in Weblogs vor allem um die „jeweilige alltagsweltliche Relevanz und damit letztlich [um] die gesellschaftliche Wirkung von Wirklichkeitskonstruktionen, gesellschaftlichen Normen und kulturellen Zielen“ (Klaus, 2001: 24).

---

<sup>11</sup> Eine starke Subjekt-Orientierung zeigt sich auch im Selbstverständnis von Bloggern. In den Befragungen von Reed (2005) und Boyd (2006) dominieren etwa Prozesse der Identitätsbildung und der Auseinandersetzung mit dem sozialen Umfeld.

Ebene von Öffentlichkeit	Zugang	Kommunikation / Rollen	Funktion	Medialität
komplex	Profession	indirekt und einseitig	Selektion, Verarbeitung, Verbreitung von Themen	medial
mittel	Kompetenz / Status	direkt, Rollendifferenzierung	Themen/Meinungen bündeln und bereitstellen	direkt
einfach	keine Begrenzung	gleichberechtigt, wechselnd	Alltagsrelevanz, Bedeutung und Wirkung von Themen	direkt, flüchtig

Abbildung 4: Merkmale von einfachen Weblog-Öffentlichkeiten

Es ist festzuhalten, dass sich um Weblogs herum vor allem „persönliche Öffentlichkeiten“ (Schmidt, 2007) herausbilden, in denen Nutzer sich mit denjenigen austauschen, die ihre Lebenswelt und ihre Interessen teilen. Die so entstehenden Öffentlichkeiten sind in den meisten Aspekten vergleichbar mit einfachen Interaktionen, wie Gespräche in Kneipen und Cafés oder Diskussionen am Arbeitsplatz. Weblog-Öffentlichkeiten sind aber medienvermittelt. In den traditionellen Konzeptionen ist die massenmediale Öffentlichkeit die einzige Ausprägungsform einer medialen Öffentlichkeit. Einfache Öffentlichkeiten – und teilweise auch Veranstaltungsöffentlichkeiten – können keine Kommunikation über Zeit und Raum gewährleisten. Weblogs hingegen unterstützen gerade die Vernetzung von einzelnen Episoden. Den Kommunikationsraum bilden hier mediale, öffentlich zugängliche Texte. Die Flüchtigkeit der Interaktionen in einfachen Öffentlichkeiten wird so durch Weblogs in eine manifeste, permanente Form gebannt. Diese Permanenz ermöglicht das Führen und Aufbereiten von Debatten über einen Zeitverlauf. Über Links und Trackbacks verbinden sich die einzelnen Episoden zu vernetzten Konversationen.

Die Verschiebung von einfachen Öffentlichkeiten in einen medialen Raum mit den beschriebenen Merkmalen steigert damit enorm die Möglichkeiten zur Anschlusskommunikation. Weblogs verknüpfen die Gespräche zu größeren Kommunikationszusammenhängen und ermöglichen so die Wahrnehmung von individuellen Erlebnissen und Sichtweisen als Gruppenerfahrungen und -meinungen und damit auch die Herausbildung und Artikulation von sozialen und gesellschaftlichen Themen und Problemen. Das Hineinwirken von privaten Erfahrungen und möglicherweise den gesellschaftlichen Machtverhältnissen entgegenlaufenden Diskursen und Meinungen in komplexe Öffentlichkeiten kann auf diese Weise durch Weblogs unterstützt werden.

Übertragen auf die Rezeption massenmedialer Produkte lässt sich dieser Aspekt folgendermaßen beschreiben: Auch wenn Medientexte von ihren Rezipienten „gegen den Strich“ gelesen werden, gelangt diese Lesart im massenmedialen Kontext an keine mediale Öffentlichkeit. Er liegt nur als Deutung des Nutzers vor, über die er sich mit Freunden und Bekannten austauschen kann. Für andere, die die Lesart des Textes oder des gesellschaftlichen Problems vielleicht teilen, bleiben diese Gespräche aber unsichtbar. Anschlusskommunikation ist nur in sehr geringem Maße möglich. Finden diese Aneignungsprozesse aber in Weblogs statt, schlagen sich die Lesarten des Publikums tatsächlich wieder selbst in manifesten, öffentlich zugänglichen Texten nieder. So können die individuellen Meinungen als gemeinsame Sichtweisen wahrgenommen werden und in verschiedene Öffentlichkeitsformen eintreten – potentiell sogar in die selbe Öffentlichkeit wie der Ursprungstext. Der Aushandlungsprozess über dieses gesellschaftliche Problem wird im äußersten Fall auf Augenhöhe, zumindest aber medial auf einer Ebene weitergeführt.

Eine zweite Konsequenz der Mediatisierung von einfachen Öffentlichkeiten ist, dass der professionell-journalistische Zugriff auf Wirklichkeit sein mediales Deutungsmonopol verliert. Was uns medial begegnet, hat immer seltener die Routinen und Strukturen der journalistischen Medienproduktion durchlaufen und ist immer öfter individueller Ausdruck von Meinungen und Sichtweisen des vormaligen Publikums. Die Gespräche in einfachen Öffentlichkeiten erfahren durch ihre Verschiebung in den medialen Raum eine Aufwertung, indem sie als alternative Angebote zur Wirklichkeitsdeutung direkt neben journalistische Konstruktionen treten. Internet-Nutzer erfahren mögliche Interpretationen eines gesellschaftlichen Themas nicht nur durch Journalisten und ihr direktes persönliches Umfeld, sondern auch durch andere Blogger und Internet-Nutzer.<sup>12</sup>

#### *Komplexere Formen von Öffentlichkeiten über Weblogs: Weblogs als Intermediäre?*

Diese Aspekte weisen auf den zweiten Schritt der Betrachtung von Weblog-Öffentlichkeiten hin. Neben den diskutierten einfachen Öffentlichkeiten entstehen durch die Vernetzungen Kommunikationsräume über eine Vielzahl oder gar die Gesamtheit von Weblogs hinweg. Die sich daran anschließende Frage, ob und inwiefern

---

<sup>12</sup> Recht anschaulich lassen sich diese Auswirkungen am Fall des US-Senators Trent Lott verdeutlichen, dessen strittige Äußerung auf einer Veranstaltung von den traditionellen Medien zunächst kaum beachtet, von Bloggern aber aufgegriffen wurde. Daraufhin wurde das Thema für die Massenmedien wieder aktuell. Der Vorfall erzeugte ganz offensichtlich Resonanz und es gab nun einen zusätzlichen Bezugsrahmen – das Aufkommen eines neuen Mediums und seinen Auswirkungen – für die Geschichte. Dies führte zu prominenter Berichterstattung in allen großen US-Medien. Knapp zwei Wochen später war der öffentliche Druck so groß, dass Trent Lott von seinen politischen Ämtern zurücktrat (vgl. Scott, 2004).



sich also über Weblogs auch komplexe Formen von Öffentlichkeiten bilden, die als Vermittlungssysteme der Selektion, Verarbeitung und Verbreitung von Kommunikation fungieren und damit Massenmedien funktional ergänzen oder gar ersetzen, ist kommunikationswissenschaftlich von hohem Interesse. Hier findet der Übergang zwischen der bislang betrachteten Mikro-Ebene der individuellen Handlungen und einfachen Interaktionen einerseits und der Makro-Ebene der Strukturen von Weblog-Öffentlichkeiten andererseits statt. Eine eingehende Betrachtung der Makro-Ebene kann in diesem Beitrag nicht geleistet werden. Es soll hier abschließend nur noch das Gelenkstück zwischen den Ebenen skizziert werden, indem auf Mechanismen der Aggregation und resultierende Strukturen von Weblog-Öffentlichkeiten hingewiesen wird.<sup>13</sup>

Die Herausbildung von komplexen Weblog-Öffentlichkeiten basiert auf den oben beschriebenen individuellen Handlungen der einzelnen Weblog-Nutzer sowie der technisch unterstützten Vernetzung der Weblogs und ihrer Beiträge. Die zentralen Mechanismen lassen sich dabei unterscheiden in:

- *Soziale Netzwerke*: Die einzelnen Blogger als „Mikro-Gatekeeper“ weisen ihr Umfeld auf die ihnen relevant erscheinenden Texte und Meinungen hin. Durch die gegenseitigen Verlinkungen und Rezeptionen entstehen so kleine Netzwerke, in denen Nutzer bestimmten Themen und Meinungen Relevanz zuweisen.
- *Weisheit der Vielen*: Auf der globalen Ebene der Gesamtheit der Weblogs werden die expliziten Bezugnahmen in einzelnen Beiträgen z. B. durch Dienste, wie „Technorati“ oder „Rivva“, aggregiert und zu Rang- und Themenlisten aufbereitet.<sup>14</sup>

Die individuellen, aber teilweise geteilten Handlungen der Blogger tragen so zur Strukturierung des Kommunikationsraumes bei. Die mediale – und nicht nur diskursive – Verknüpfung von Beiträgen in Weblogs wirkt dann auch auf einer globalen Ebene. Die einzelnen Kommunikationsepisoden werden durch Links und Trackbacks zusammengehalten und so Teil eines größeren Kommunikationsraumes, der meist als „Blogosphäre“ bezeichnet wird. Netzwerkanalysen haben gezeigt, dass sich die Verlinkungsstrukturen vor allem durch zwei Merkmale auszeichnen: Zum einen zeigen sich sowohl auf globaler Ebene als auch innerhalb von Weblog-Gemeinschaften so genannte „Power-Law“-Verteilungen (Shirky, 2003; Adar et al., 2004; Schmidt, 2008): Sehr wenige Weblogs weisen sehr viele eingehende Links auf, die meisten Weblogs aber verfügen über

<sup>13</sup> Vgl. zu einer Makro-Perspektive auf Online-Öffentlichkeiten und -Vermittlungssystemen: Neuberger (2004; 2006) und Bruns (2006); sowie zu einer umfassenderen Darstellung und Diskussion von „großen“ Weblog-Öffentlichkeiten: Katzenbach (2008: 117 ff.).

<sup>14</sup> Vgl. zum Konzept der „Weisheit der Vielen“: Surowiecki (2004).

sehr wenige oder gar keine eingehenden Links. Neben diesen Befunden zur starken Hierarchisierung von Weblog-Öffentlichkeiten haben zum anderen netzwerkanalytische Studien einen zweiten Strang von Ergebnissen geliefert, der auf eine deutliche „Cluster“-Bildung in Weblog-Öffentlichkeiten verweist. Adamic und Glance (2005) haben etwa die Linkstrukturen von Weblogs im US-Wahlkampf 2004 untersucht und dabei ein demokratisches und ein republikanisches Cluster identifiziert. Auch Herring et al. (2005) konnten durch Link-Analysen Weblog-Formationen (hier: thematische) nachweisen, die untereinander stark vernetzt sind, aber nur wenige Verweise nach außen setzen.

In der Verwendungsgemeinschaft von Weblogs existieren also durchaus Mechanismen (dezentrale und zentrale), die zur Herstellung von kohärenten Kommunikationsräumen führen, welche über die beschriebenen einfachen Öffentlichkeiten hinausreichen. Dies führt dazu, dass einzelnen Weblogs innerhalb der Blogosphäre in unterschiedlichem Maße Relevanz und Glaubwürdigkeit zugeschrieben wird. Die „Währung“ in diesem Aushandlungsprozess ist der Link.<sup>15</sup> Durch die Aufbereitung der Linkstrukturen durch Suchmaschinen und Weblog-Dienste werden viel zitierte Seiten sichtbarer, was wiederum die Rezeption beeinflusst.

Es gibt also durchaus Ansatzpunkte dafür, dass Weblogs etwas leisten, das persönliche Homepages und Foren kaum geschafft haben: Mechanismen der gegenseitigen Bezugnahme führen zu einer Strukturierung des Kommunikationsraums, welche die Vielstimmigkeit und das Durcheinander der Gespräche in Weblogs koordinieren und so die Vermittlung von Themen und Meinungen aus einfachen Öffentlichkeiten in komplexe ermöglichen. Habermas' Beobachtung ist deshalb zumindest vorsichtig zu widersprechen, dass „im virtuellen Raum [vorerst] die funktionalen Äquivalente für die Öffentlichkeitsstrukturen [fehlen], die die dezentralisierten Botschaften wieder auffangen, selegieren und in redigierter Form synthetisieren“ (Habermas, 2008: 162). Denn es entstehen in der Blogosphäre durchaus komplexe Strukturen der Vermittlung, die Aufmerksamkeit lenken und Relevanz zuschreiben. Dies kann dazu führen, dass individuelle Artikulationen – finden sie genügend Resonanz in anderen Weblogs – bis in die massenmediale Öffentlichkeit transportiert werden, wie dies im Fall „Trent Lott“ oder anderen Einzelbeispielen wie „Spreeblick/Jamba“ oder „Vorratsdatenspeicherung/Stasi 2.0“ geschehen ist. Ob und inwiefern dies aber tatsächlich kontinuierlich geschieht, ist unklar, denn systematische Studien zu „Spill-Over-Effekten“ oder Prozessen des Intermedia-Agenda-Setting liegen bislang nicht vor.<sup>16</sup>

<sup>15</sup> Vgl. dazu Walker (2002).

<sup>16</sup> Einige Hinweise liefert die Studie von Cornfield et al. (2005), die Thematisierungsprozesse in Weblogs, Internet-Foren, traditionellen Massenmedien und den Pressemitteilungen der Wahlkampf-Teams im US-

## Fazit

Betrachtet man Weblogs mit der kommunikationswissenschaftlichen Standard-Brille, die sich vor allem für öffentliche Kommunikation mit (gesamt-)gesellschaftlicher Relevanz interessiert, erfasst man nur einen sehr kleinen Ausschnitt des Phänomens „Weblogs und Web 2.0“. Das Anliegen des vorliegenden Beitrags war es, den Blick auf eine Ebene tiefer zu richten. Dadurch konnte gezeigt werden, dass sich Weblog-Kommunikationen vor allem als eine Verschiebung von einfachen Öffentlichkeiten in einen medialen, vernetzten Raum beschreiben lassen. Was sonst in Gesprächen mit Freunden und Kollegen in Cafés und Büros passiert, geschieht nun auch online: Alltägliches wird verhandelt, gesellschaftliche Fragen in das persönliche Umfeld der Nutzer eingeordnet. Der „Nachrichtenwert“ orientiert sich hier nicht an Konstruktionen gesellschaftlicher Relevanz, sondern schlicht an persönlicher Bedeutsamkeit.

Diese Mediatisierung einfacher Öffentlichkeiten hat mindestens zwei Folgen: Die Deutungen von Wirklichkeit, die uns in den Medien begegnen, sind erstens nicht mehr allein durch die Mechanismen und Routinen der journalistischen Profession geprägt. Die Konstitutionsbedingungen der Medienrealität, an der als „generalized other“ (Mead, 1934) wir unsere Vorstellung gesellschaftlicher Wirklichkeit ausrichten, ändern sich durch die zunehmende Durchsetzung des Netzes als Primärmedium fundamental. Mögliche Interpretationen eines gesellschaftlichen Themas erfahren Internet-Nutzer nicht nur durch Journalisten und ihr direktes persönliches Umfeld, sondern auch durch andere Blogger und Internet-Nutzer.

Die zweite Auswirkung der Mediatisierung – verstanden als Bannung des flüchtigen Gesprächs in eine permanente Form mit Verknüpfungen – liegt in den deutlich erweiterten Möglichkeiten zur Anschlusskommunikation. Während die „einfachen“ Offline-Öffentlichkeiten als isolierte Episoden nebeneinander stehen, können Weblogs und andere Web 2.0-Formate dazu beitragen, Gespräche zu größeren Kommunikationszusammenhängen zu knüpfen. Es lassen sich dabei Strukturen der Vermittlung ausmachen, welche die verstreuten Artikulationen auffangen und synthetisieren. Ob dies allerdings systematisch „zu einer höheren Durchlässigkeit zwischen den Öffentlichkeits-Ebenen führt und damit auch zu kontinuierlichen Auswirkungen von Weblogs auf die

---

Wahlkampf 2004 nachvollzogen haben. Je nach Thema waren dabei mal Weblogs, mal die Massenmedien „agenda leaders“. Besonders interessant ist zudem der Befund, dass die untersuchten Weblogs sowohl starke Überschneidungen mit den Themen der Massenmedien als auch mit den Themen im „citizen chatter“ aufweisen. Massenmedien und „citizen chatter“ korrelieren dagegen deutlich geringer. Die in diesem Beitrag geleistete konzeptuelle Verortung von Weblogs im Zwischenraum von Alltagsgesprächen und massenmedialen Diskursen wird demnach durch die Studie von Cornfield et al. anhand einzelner „issue life cycles“ bestätigt.

Agenden der traditionellen Massenmedien, müssen empirische Untersuchungen erst noch zeigen. Die wachsende Popularität von Social-Network-Plattformen, wie StudiVZ oder Facebook, und „Mikro-Blogging“-Diensten, wie Twitter, wirft zudem die Frage auf, ob sich die Rolle von Weblogs als Medienformat zukünftig (oder schon aktuell) doch stärker in Richtung publizistischer Medien mit breiterem Relevanzanspruch entwickelt, da sich die persönliche Kommunikation auf diese Plattformen verlagert.<sup>17</sup> Weblogs könnten sich so noch stärker als Bindeglied zwischen Alltagsgesprächen und massenmedialen Diskursen erweisen – oder an Bedeutung verlieren. Die mediatisierten und vernetzten Gespräche des vormaligen Publikums sind jedenfalls aus der medialen Öffentlichkeit nicht mehr herauszudenken.

### Literatur

- Adamic, L. A. / Glance, N. (2005): *The Political Blogosphere and the 2004 U.S. Election: Divided They Blog*. Konferenzbeitrag. 2nd Annual Workshop on the Weblogging Ecosystem. Japan. URL: <http://www.hpl.hp.com/research/idl/papers/politicalblogs/> (geprüft: 05.12.2006).
- Adar, Eytan / Zhang, Li / Adamic, Lada A. / Lukose, Rajan M. (2004): *Implicit Structure and the Dynamics of Blogspace*. Palo Alto. HP Information Dynamics Labs, Mai 2004.
- Blood, Rebecca (2002): *The weblog handbook*. Cambridge: Perseus Pub.
- Boyd, Danah (2006): A Blogger's Blog: Exploring the Definition of a Medium. In: *Reconstruction* 6 (4). URL: <http://reconstruction.eserver.org/064/boyd.shtml> (geprüft: 31.01.2009).
- Bräuer, Marco / Seifert, Markus / Wolling, Jens (2008): Web 2.0 – Potentiale für die politische Onlinekommunikation? Grundlagen und empirische Ergebnisse zur Nutzung neuer Partizipationsformen im Internet. In: Zerfuß, Ansgar / Welker, Martin / Schmidt, Jan (Hrsg.): *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web*. Band 2: Anwendungsfelder: Wirtschaft, Politik, Publizistik. Köln: Halem, 188-209.
- Bucher, Hans-Jürgen / Büffel, Steffen (2006): Weblogs – Journalismus in der Weltgesellschaft. In: Picot, Arnold / Fischer, Tim (Hrsg.): *Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld*. Heidelberg: dpunkt.verlag, 131-156.
- Bruns, Axel (2005): *Gatewatching: Collaborative online news production*. New York, NY: Lang.
- Bruns, Axel (2008): *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage*. New York, NY: Lang.
- Cornfield, Michael / Carson, Jonathan / Kalis, Alison / Simon, Emily (2005): *Buzz, Blogs, and Beyond: The Internet and the National Discourse in the Fall of 2004*. Report. Pew Internet & American Life Project. Mai 2005. URL: <http://www.pewinternet.org/PPF/p/1088/pipcomments.asp> (geprüft: 31.01.2009).
- Dörner, Andreas (1999): Medienkultur und politische Öffentlichkeit: Perspektiven und Probleme der Cultural Studies aus politikwissenschaftlicher Sicht. In: Hepp, Andreas / Winter, Rainer (Hrsg.): *Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 319-336.
- Fisch, Martin / Gscheidle, Christoph (2008): Mitmachnetz Web 2.0: Rege Beteiligung nur in Communitys. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2008. In: *Media Perspektiven*, 7/2008, 356-364.
- Gerhards, Jürgen / Friedhelm Neidhardt (1990): *Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit. Fragestellung und Ansätze*. Discus. Paper FS III 90-101. Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung. Berlin.
- Gillmor, Dan (2004): *We the Media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly.
- Habermas, Jürgen (2008): *Ach, Europa*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Hall, Stuart (1999): Kodieren/Dekodieren. In: Bromley, Roger / Göttlich, Udo / Winter, Carsten (Hrsg.): *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg: zu Klampen, 113-138.

<sup>17</sup> Vgl. dazu die Auswertung der ARD/ZDF-Online-Studie von Fisch & Gscheidle (2008).

- Herring, Susan / Kouper, Inna / Paolillo, John C. / Scheidt, Lois Ann / Tyworth, Michael / Welsch, Peter / Wright, Elijah / Yu, Ning (2005): *Conversations in the Blogosphere: An Analysis From the Bottom Up*. Konferenzbeitrag, *Hawai'i International Conference on System Sciences*. Los Alamitos: IEEE Press.
- Jäckel, Michael / Peters, Jochen (1997): Cultural Studies aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive. In: *Rundfunk & Fernsehen*, 45(1), 46-68.
- Jarren, Otfried (2008): Massenmedien als Intermediäre. Zur anhaltenden Relevanz der Massenmedien für die öffentliche Kommunikation. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 56(3-4), 329-346.
- Johnson, Richard (1986): What Is Cultural Studies Anyway? In: *Social Text* 16, 38-80.
- Katzenbach, Christian (2008): *Weblogs und ihre Öffentlichkeiten: Motive und Strukturen der Kommunikation im Web 2.0*. München: R. Fischer.
- Keren, Michael (2006): *Blogosphere: The new political arena*. Lanham, Md. [u. a.]: Lexington Books.
- Klaus, Elisabeth (2001): Das Öffentliche im Privaten – Das Private im Öffentlichen. Ein kommunikationstheoretischer Ansatz. In: Hermann, Friederike / Lünenborg, Margreth (Hrsg.): *Tabubruch als Programm. Privates und Intimes in den Medien*. Opladen: Leske+Budrich, 15-37.
- Krotz, Friedrich (1992): Kommunikation als Teilhabe. Der „Cultural Studies Approach“. In: *Rundfunk & Fernsehen*, 40(3), 412-431.
- Kubicek, Herbert (1997): Das Internet auf dem Weg zum Massenmedium? Ein Versuch, Lehren aus der Geschichte alter und anderer neuer Medien zu ziehen. In: Werle, Raymund / Lang, Christa (Hrsg.): *Modell Internet? Entwicklungsperspektiven neuer Kommunikationsnetze*. Frankfurt/NY: Campus, 213-239.
- Lenhart, Amanda / Fox, Susannah (2006): *Bloggers. A portrait of the internet's new storytellers*. Pew Internet & American Life Project Report. Washington, D.C. Juli 2006.
- Lünenborg, Margreth (2005): *Journalismus als kultureller Prozess*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Mead, George H (1934): *Mind, self & society*. Chicago: Univ. of Chicago Press.
- Möller, Erik (2005): *Die heimliche Medienrevolution: Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern*. Hannover: Heise. URL: <http://medienrevolution.dpunkt.de/> (Stand: 01.04.2008).
- Münch, Richard / Schmidt, Jan (2005): Medien und sozialer Wandel. In: Jäckel, Michael (Hrsg.): *Mediensoziologie*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 201-218.
- Nardi, Bonnie A. / Schiano, Diane J. / Gumbrecht, Michelle / Swartz, Luke (2004): Why we Blog. In: *Communications of the ACM* 47 (12), 41-46.
- Neuberger, Christoph (2004): Wandel der aktuellen Öffentlichkeit im Netz. In: *Gutachten für den Deutschen Bundestag. Vorgelegt dem Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag*. URL: [http://egora.uni-muenster.de/itk/personen/bindata/PDF\\_tab\\_gutachten.pdf](http://egora.uni-muenster.de/itk/personen/bindata/PDF_tab_gutachten.pdf) (Stand: 12.10.2006).
- Neuberger, Christoph (2006): Weblogs verstehen. Über den Strukturwandel der Öffentlichkeit im Internet. In: Picot, Arnold / Fischer, Tim (Hrsg.): *Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld*. Heidelberg: dpunkt verlag, 113-129.
- Neuberger, Christoph (2008): Internet und Journalismusforschung: Theoretische Neujustierung und Forschungsagenda. In: Quandt, Thorsten / Schweiger, Wolfgang (Hrsg.): *Journalismus Online – Partizipation oder Profession?* Wiesbaden: VS, 17-42.
- Peters, Bernhard (2007): *Der Sinn von Öffentlichkeit*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Reed, Adam (2005): „My Blog is Me“: Texts and Persons in UK Online Journal Culture (and Anthropology). In: *Ethnos* 70 (2), 220-242.
- Reichmayr, Ingrid (2005): Weblogs von Jugendlichen als Bühnen des Identitätsmanagements. Eine explorative Untersuchung. In: Schmidt, Jan / Schönberger, Klaus / Stegbauer, Christian (Hrsg.): *Erkundungen des Bloggens. Sozialwissenschaftliche Ansätze und Perspektiven der Weblogforschung*. Sonderausgabe von *kommunikation@gesellschaft* 2005. Jg. 6. Online-Publikation. URL: [http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B8\\_2005\\_Reichmayr.pdf](http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B8_2005_Reichmayr.pdf) (geprüft: 31.01.2009).
- Schmidt, Jan (2007): Öffentlichkeiten im Web 2.0. Entstehung und Strukturprinzipien. In: *Journalistik Journal* 1/2007, 24-25.
- Schmidt, Jan (2008): Zu Form und Bestimmungsfaktoren weblogbasierter Netzwerke. Das Beispiel two-day.net. In: Christian Stegbauer und Michael Jäckel (Hrsg.): *Formen der Kooperation in computerbasierten Netzwerken: Beispiele aus dem Bereich "Social Software"*. Wiesbaden: VS Verlag, 71-94.
- Schmidt, Jan / Schönberger, Klaus / Stegbauer, Christian (2005): Erkundungen von Weblog-Nutzungen. Anmerkungen zum Stand der Forschung. In: Schmidt, Jan / Schönberger, Klaus / Stegbauer, Christian (Hrsg.): *Erkundungen des Bloggens. Sozialwissenschaftliche Ansätze und Perspektiven der Weblogforschung*. URL:

- [http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B4\\_2005\\_Schmidt\\_Schoenberger\\_Stegbauer\\_a.html](http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B4_2005_Schmidt_Schoenberger_Stegbauer_a.html) (Stand: 05.12.2006).
- Schmidt, Jan / Paetzolt, Matthias / Wilbers, Martin (2006): *Stabilität und Dynamik von Weblog-Praktiken. Ergebnisse der Nachbefragung zur „Wie ich blogge?!“-Umfrage*. Berichte der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“, Nr. 03-06. Universität Bamberg, September 2006.
- Scott, Esther (2004): „Big Media“ Meets the „Bloggers“. *Coverage of Trent Lott's Remarks at Strom Thurmond's Birthday Party*. Report C14-04-1731.0, Kennedy School of Government, Harvard University. Cambridge, MA. URL: <http://www.ksgcase.harvard.edu/casetitle.asp?caseNo=1731.0> (geprüft: 31.01.2009).
- Shirky, C. (2003): *Power Laws, Weblogs and Inequality. Clay Shirky's Writings About the Internet* 05.12.2006, URL: [http://www.shirky.com/writings/powerlaw\\_weblog.html](http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html) (geprüft: 31.01.2009).
- Sullivan, Andrew (2002): The Blogging Revolution. Weblogs are to Words what Napster was to Music. In: *Wired*, 10.5, Mai 2002. URL: <http://www.wired.com/wired/archive/10.05/mustread.html?pg=2> (geprüft: 31.01.2009).
- Surowiecki, James (2004): *The wisdom of crowds: why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business, economies, societies, and nations*. New York: Doubleday.
- Walker, Jill. (2002): *Links and Power: The Political Economy of Linking on the Web*. Konferenzbeitrag. ACM Hypertext Conference, Baltimore. Juni 2002. URL: <http://jilltxt.net/txt/linksandpower.html> (geprüft: 31.01.2009).
- Wei, Carolyn (2004): Formation of Norms in a Blog Community. In: Gurak, Laura / Antonijevic, Smiljana / Johnson, Laurie / Ratliff, Clancy / Reyman, Jessica (Hrsg.): *Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs*. Online-Publikation. URL: [http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/formation\\_of\\_norms.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/formation_of_norms.html) (geprüft: 31.01.2009).
- Yang, Mundo (2008): Jenseits des „Entweder-Oder“ – Internet als konventioneller Teil der Demokratie. In: *kommunikation@gesellschaft* 9(3).
- Zerfuß, Ansgar / Welker, Martin / Schmidt, Jan (2008): *Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Band 1: Grundlagen und Methoden: Von der Gesellschaft zum Individuum*. Köln: Halem.