

Diplomarbeit

**Der Wandel des Prinzips der Öffentlichkeit
durch neue Informations- und Kommunikations-
technologien.**

**Weblogs und ihre Auswirkungen auf den
traditionellen Journalismus.**

von

Walter Fikisz

betreut von

Dr. Fritz Betz

im Fachbereich: Informations- und Wissensmanagement

Fachhochschul-Studiengang Informationsberufe

Eisenstadt 2004

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich habe diese Diplomarbeit selbstständig verfasst, alle meine Quellen und Hilfsmittel angegeben, keine unerlaubten Hilfen eingesetzt und die Arbeit bisher in keiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt.

Ort und Datum

Unterschrift

Kurzreferat

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit der Analyse der Zusammenhänge zwischen Weblogs und Journalismus. Ausgehend von Jürgen Habermas' Ansätzen zum Strukturwandel der Öffentlichkeit und Hans Magnus Enzenbergers emanzipatorischer Medientheorie werden die neue Informations- und Kommunikationstechnologien im Hinblick auf ihre Rolle für den emanzipatorischen Mediengebrauch untersucht. Aufgrund der Tatsache, dass sich Weblogs in den vergangenen Jahren – vor allem in den USA – als häufig verwendetes Instrument des Peer-to-peer-Journalismus etabliert haben, beleuchtet diese Arbeit auch die resultierenden Auswirkungen dieses Phänomens auf den traditionellen Journalismus.

Nach einer literaturbasierten Analyse der jüngsten Veränderungen im traditionellen Journalismus versucht diese Arbeit eine Definition des neuen publizistischen Genres „Weblog“ zu bieten und Querverbindungen zum Journalismus aufzuzeigen. Anhand qualitativer Interviews mit vier Journalisten und Webloggern soll gezeigt werden, wie die Arbeit professioneller Journalisten vom Weblog-Phänomen beeinflusst wird. Angesprochen werden dabei auch Problemfelder wie Qualitätskontrolle oder die zunehmende „Verwaisung“, an der viele Weblogs leiden.

Den Interviews folgt ein Überblick über die Verwendung von Weblogs im Onlineangebot professioneller Medienunternehmen in Österreich, Deutschland, Großbritannien und den USA.

Obwohl für die nächsten Jahre ein weiteres Ausbreiten des Phänomens Weblog erwartet wird, ist noch unklar, ob und wie sich diese neue Form des Publizierens auf die Entwicklung des traditionellen Journalismus auswirken wird. Ein Fazit: beide Formen des Publizierens werden weiterhin existieren, weil eine gewisse gegenseitige Abhängigkeit besteht.

Schlagworte

Weblog, Journalismus, Medien, Tagebuch, Berichterstattung

Abstract

The purpose of this thesis is to analyse the connection between weblogs and journalism. Based on the work of Jürgen Habermas and Hans Magnus Enzensberger's emancipatory theory of media the thesis addresses the possibilities of today's information and communication technologies to empower personal publishing. As weblogs have become a common way of personal publishing in the last years – especially in the USA, the main aim of the thesis is to look at the implications of this phenomenon for traditional journalism.

Following a literature-based analysis of the main changes in traditional journalism in recent years the thesis provides a definition of weblogs and their connection to journalism. Interviews with four journalists and bloggers should show how the work of professional journalists is influenced by weblogs. These interviews also deal with problems concerning the examination of sources, validity or the problem of orphaning, which many weblogs suffer from.

This is followed by a short overview of the usage of weblogs on websites of professional news and media companies in Austria, Germany, Great Britain and the USA.

Although it is found that weblogs will become even more popular in the next years it is still not very clear how this will affect the evolution of traditional journalism. In conclusion, it is found that both forms of publishing will continue to exist, because they need each other.

Keywords

weblog, journalism, media, news, personal publishing

Executive Summary

Den Ausgangspunkt dieser Arbeit bildete die Frage, ob Weblogs als neue Form des Publizierens, des interaktiven Umgangs mit Medien, zu einer Demokratisierung einer breiten Öffentlichkeit führen kann. Obwohl zum jetzigen Zeitpunkt der Entwicklung dieses neuen „Genres“ noch keine fundierte Antwort auf diese Frage gegeben werden kann, versucht die Arbeit ein umfassendes Bild über die Möglichkeiten der neuen Publizierform zu bieten. Der Schwerpunkt liegt dabei vor allem auf der Wechselwirkung der Weblogs mit traditionellem Journalismus. Um diese Wechselwirkung besser verstehen zu können, widmet sich das erste Kapitel der Arbeit auch den Entwicklungen im Journalismus *vor* dem Auftreten des Phänomens Weblog.

Neben einem „State of the art“ des Forschungsprozesses, einem kurzen Abriss der Entwicklungsgeschichte des Weblogs und der grundlegenden Darlegung technischer Hintergründe, bietet diese Arbeit einen neuen Aspekt: die Kategorisierung der verschiedenen Arten von Weblogs. Darüber hinaus wird eine Zusammenschau bereits vorhandener Angebote von Weblogs im Online-Auftritt etablierter Medienanbieter versucht. Dabei zeigt sich, dass bislang sehr wenige Medienhäuser Weblogs als neue Form der Berichterstattung oder auch nur als zusätzliches Feature, als Teil ihres Onlineauftritts nützen.

In einem weiteren Kapitel soll mittels der Befragung von Experten aus dem In- und Ausland ein „Stimmungsbild“ entstehen, das den Umgang professioneller Journalisten mit dem neuen Genre widerspiegelt. Einig sind sich die Experten diesbezüglich vor allem in jenem Punkt, dass Weblogs den traditionellen Journalismus nicht verdrängen, sondern ergänzen werden. Die Anwendung journalistischer Qualitätsnormen erkennen die Experten im Betrieb eines Weblogs zwar als förderlich, aber nicht obligatorisch.

Offen bleibt die Frage, ob Weblogs letztendlich ein vorübergehender Trend sind, mit dem sich eine mehr oder weniger kleine – meist intellektuelle – Minderheit beschäftigt, oder ob sich das neue Genre schließlich doch zu einer von einer breiten Öffentlichkeit wahrgenommenen und aktiv genutzten Form des Publizierens entwickeln wird.

Das letzte Kapitel widmet sich deshalb auch der Frage der Lebensdauer von Weblogs. Obwohl diesbezügliche Untersuchungsergebnisse zwar eine relativ kurze aktive Nutzungsdauer deklarieren, kann dies letztendlich nicht als eindeutiges Indiz für den Misserfolg dieser Publizierform gedeutet werden.

Inhalt

1	Politik und Öffentlichkeit der virtuellen Gesellschaft.....	10
1.1	Globale Netze als Chance für eine umfassende Demokratisierung.....	10
1.1.1	Die elektronische Demokratie.....	11
1.1.2	Direkte vs. repräsentative Demokratie.....	15
1.1.3	„Strukturwandel der Öffentlichkeit“ nach Habermas.....	17
1.2	Die Evolution öffentlicher Kommunikation verändert den Journalismus – Grenzen verschwimmen.....	19
1.2.1	Projektion 1: Das Internet erfüllt fast jeden Wunsch.....	19
1.2.2	Projektion 2: Der Journalismus ist nicht mehr notwendig im Internet - Vom „Frontaljournalismus“ zum „Mikrojournalismus“.....	20
1.2.3	Projektion 3: Der Journalismus wird im Internet unsichtbar.....	21
2	Weblogs – eine Einführung.....	24
2.1	Versuch einer Definition.....	24
2.2	Geschichte der Weblogs.....	26
2.2.1	Weblogs als Antwort auf technische und publizistische Entwicklungen.....	28
2.2.2	„Warblogs“ - durch Kriege zum Erfolg.....	29
2.3	Technische Voraussetzungen.....	31
2.3.1	Centrally hosted services.....	31
2.3.2	Remotely installed applications.....	32
2.3.3	Locally installed desktop applications.....	32
2.4	Vom „Me-Zine“ zum „K-log“ – Versuch einer Kategorisierung anhand ausgewählter Beispiele.....	33
2.4.1	Single-Author-Weblogs.....	33
2.4.2	Multi-Author-Weblogs.....	35
3	Weblogs und Journalismus	37
3.1	Vom Insel- zum Oszillationsmedium.....	37
3.2	Weblogs und ihre Auswirkungen auf den traditionellen Journalismus.....	39
3.3	Weblogs im Online-Angebot etablierter Medienhäuser – Eine Bestandsaufnahme.....	40
3.3.1	Zeitlich unbegrenzte Weblogs.....	40
3.3.2	Zeitlich begrenzte Weblogs.....	43
3.4	J-Blogs: „Private“ Weblogs professioneller Journalisten – Experten berichten aus der „Blogosphere“.....	46
3.4.1	Auswahl der Interviewpartner.....	46

3.4.2	Methode	47
3.4.3	Ergebnisse.....	47
4	Problemfelder	53
4.1	Müssen „journalistische Tugenden“ auch für Blogger gelten?.....	53
4.1.1	Qualitätsmerkmale professioneller Berichterstattung	53
4.1.2	Ethik für Blogger	55
4.2	Kurze Lebensdauer	57
4.2.1	Verwaiste Weblogs.....	57
4.2.2	Aktualisierungsfrequenz aktiver Weblogs	59
5	Zusammenfassung	60
5.1	Die virtuelle Gesellschaft – Veränderungen im Journalismus.....	60
5.2	Die neue Form des Publizierens: Weblogs.....	60
5.3	Auswirkungen auf traditionellen Journalismus	61
5.4	Probleme: fehlende Standards und „Verwaisung“	62
5.5	Ausblick.....	63
6	Literaturverzeichnis:.....	64

Tabellen

Tabelle 1:

Repressiver vs. Emanzipatorischer Mediengebrauch..... 15

Tabelle 2:

Anzahl neu installierter Weblogs im Jahresvergleich (2000-2004) 27

Tabelle 3:

Vergleich zeitlich unbegrenzter Weblogs im Online-Angebot etablierter Medienhäuser 43

Tabelle 4:

Vergleich zeitlich begrenzter Weblogs im Online-Angebot etablierter Medienhäuser..... 45

Abbildungen

Abbildung 1:

Anteil verwaister Weblogs 58

Abbildung 2:

Weblog Activity Distribution 59

1 Politik und Öffentlichkeit der virtuellen Gesellschaft

1.1 Globale Netze als Chance für eine umfassende Demokratisierung

In der aktuell geführten Internet-Debatte über die Möglichkeiten und Risiken der weltweiten Vernetzung werden die modernen Kommunikationsmöglichkeiten häufig als Chance gesehen, der mangelnden Identifikation der Bürger mit demokratischen Prozessen bzw. mit politischen Anliegen im Gemeinwesen entgegen zu wirken. Kritiker hingegen sehen im neuen Medium Internet eher das Risiko einer Zersplitterung der Gesellschaft.

Der deutsche Gesellschaftsforscher Achim Bühl nähert sich der politischen Diskussion mit einer Situationsanalyse über die schwindenden Grenzen des Nationalstaates im Zeitalter globaler Netze:

Als Ursache für den Machtverlust nationaler Staaten sieht Bühl (2000:275) in erster Linie die „Virtualisierung“ des Geldes und der Ökonomie überhaupt:

„Die Virtualisierung der Ökonomie wird zu Eruptionen führen, welche die Fundamente der Nationalstaaten erschüttern. Zumindest in Branchen, wo fast ausschließlich mit Worten und Zahlen hantiert wird und Informationen jeglicher Art ausgetauscht werden, ist es gleichgültig, wo auf dem Globus ein Mitarbeiter sich befindet. Verliert jedoch die physikalische Anwesenheit an einem Ort an Bedeutung, verflüchtigen sich zwangsläufig auch die Hoheitsrechte eines Nationalstaates.“

Im vernetzten, globalisierten Raum können also die nationalstaatlichen Regelungen leicht umgangen werden.

Für den Informatiker Wolfgang Coy reichen die Aspekte transnationaler Entwicklungen noch darüber hinaus:

„Die entstehenden Medien- und Computernetze greifen radikal in die entstandenen regionalen Kulturen ein, von der politischen und der Arbeitskultur bis in alltägliche Wahrnehmungs- und Umgangsformen. Im politischen Raum wird rechts wie links der befürchtete Verlust der Kontrolle spürbar.“ (Coy 1996:50, zit. in: Bühl 2000:276)

Ein großes Problem ortet Bühl (2000:276) auch für die Judikative der Nationalstaaten. Zwar könnten ohne Mühe Straftatbestände im Internet aufgespürt werden, für die Bestrafung ergeben sich jedoch Probleme aufgrund des Standortprinzips.

Die Enquete-Kommission „Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft“ sieht die Lösung dieser Problematik „einerseits in einer verstärkten internationalen Zusammenarbeit und zum anderen in der Besinnung auf klassische Staatsaufgaben und deren effizienter Wahrnehmung durch den Staat.“ (Enquete-Kommission „Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft“ 1998:190, zit. in Bühl 2000:278)

Auch der deutsche Politikwissenschaftler Michael Zürn (1996:23, zit. in: Bühl 2000:279) fordert in diesem Zusammenhang politische Regelungen, die den neu entstandenen globalen Zusammenhängen gerecht werden:

„Der wachsenden Globalität gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Handlungszusammenhänge kann nur durch eine wachsende Globalität des Regierens begegnet werden. Notwendig ist das Projekt komplexes Weltregieren, das mit Hilfe internationaler und transnationaler Institutionen politische Regelungen ermöglicht, welche die politische Handlungsfähigkeit zurückbringen und gleichzeitig demokratisch legitimiert sind.“

Mit dieser Forderung nach transnationalen Regelungen einher geht andererseits vielerorts die Erwartung, das Internet könne durch seine Möglichkeiten der Interaktion einen Beitrag zur Ausweitung direkter Demokratie leisten. Bühl (2000:281) verwendet in diesem Zusammenhang den Begriff der „elektronischen Demokratie“, der im folgenden Kapitel näher behandelt werden soll.

1.1.1 Die elektronische Demokratie

Technische Innovationen wie Einführung des Buchdrucks, die Erfindung des Radios, Fernsehers oder auch die Entwicklung der Telefonie haben stets zu der Erwartung geführt, dass diese neuen Medien „demokratisierend“ wirken und zu einer verstärkten Teilnahme der breiten Masse am öffentlichen Leben führen. Heute besteht diese Hoffnung in Bezug auf die neuen Möglichkeiten des Internets mehr denn je.

Als Vordenker dieser weit reichenden Gleichheits- und Demokratievermutungen gilt Hans Magnus Enzensberger, der sich bereits im Jahr 1970, also noch lange bevor Begriffe wie „E-Mail“ oder „Weblog“ Bedeutung erhielten, in seiner subversiven Medientheorie mit der mobilisierenden Kraft elektronischer Medien auseinandergesetzt hat. Während in den 1970er Jahren für viele Kritiker die damals verfügbaren

elektronischen Medien wie Radio und Fernsehen zu einer totalen Isolation der Menschen führten, beinhalten sie für ihn eine starke „demokratische Potenz“, um bereits bestehende Isolationen aufzuheben. (Bühl 2000:281).

Enzensberger (1970:264) vertritt die These, dass die Medienindustrie, die er als „Bewusstseinsindustrie“ bezeichnet, zum Schrittmacher der sozio-ökonomischen Entwicklung geworden ist. In der den elektronischen Medien zugrunde liegenden mobilisierenden Kraft sieht er ein zutiefst politisches Moment, da sie die massenhafte Teilnahme an einem „gesellschaftlichen und vergesellschafteten produktiven Prozess“ erst möglich machten. In ihrer damaligen Gestalt tragen diese Kommunikationsmedien ihren Namen jedoch zu unrecht, da sie nämlich nicht der Kommunikation, sondern deren Verhinderung dienen:

„Sie lassen keine Wechselwirkung zwischen Sender und Empfänger zu: technisch gesprochen reduzieren sie den feedback auf das systemtheoretisch mögliche Minimum.“

Dieser Sachverhalt lasse sich jedoch nicht auf die technische Begrenztheit der Medien zurückzuführen, denn

„die elektronische Technik kennt keinen prinzipiellen Gegensatz von Sender und Empfänger. Jedes Transistorradio ist, von seinem Bauprinzip her, zugleich auch ein potentieller Sender.“

Die Entwicklung vom bloßen Distributions- zum Kommunikationsmedium ist für Enzensberger somit kein technisches, sondern ein politisches Problem, das die gesellschaftliche Arbeitsteilung zwischen Produzenten und Konsumenten widerspiegelt. Für ihn gehört ein derartiges Verständnis von Medien jedoch der Vergangenheit an. Eine zentrale Kontrolle sei ab einer bestimmten Größe eines Kommunikationsnetzes nicht mehr möglich; eine lückenlose Überprüfung würde einen Monitor erfordern, der größer wäre als das System selbst (Enzensberger 1970:266). Eine zentrale Steuerung des Informationsnetzes und damit auch Zensur wird somit praktisch unmöglich.

Mit dieser Auffassung richtet sich Enzensberger entschieden gegen die Ende der 1960er Jahre stark verbreitete Manipulationsthese der Neuen Linken, wie sie vor allem von den Vertretern der Frankfurter Schule Herbert Marcuse, Theodor Adorno und Max Horkheimer stark gemacht wurde. Sie führen letztendlich alle massenmedialen Kulturprodukte auf Manipulation zurück:

„Es ist gut, dass heute fast jeder die schönen Künste in den Fingerspitzen haben kann, indem er einfach an einem Knopf seines Radios dreht oder ins nächste Kaufhaus geht. Bei dieser Verbreitung werden sie jedoch zu Zahnrädern einer Kulturmaschine, die ihren Inhalt ummodellt.“ (Marcuse 1967:85, zit. in: Schlingensief o.J.)

Hier wird davon ausgegangen, dass die Kulturindustrie die Menschen manipuliert, in ihrem Bewusstsein einschränkt und sie ohnmächtig hält.

Enzensberger bezeichnet diese These in ihrem Kern als defensiv. Sie setze keine gesellschaftsverändernden Kräfte frei und diene lediglich der eigenen Entlastung: „Die Dämonisierung des Gegners verdeckt die Schwächen und die perspektivischen Mängel der eigenen Agitation.“ Enzensberger führt hingegen den Begriff der Manipulation auf seine ureigenste Bedeutung zurück, nämlich „zielbewusstes technisches Eingreifen in ein gegebenes Material“. Jeder Gebrauch der Medien setze somit prinzipiell Manipulation voraus:

„Die elementarsten Verfahren medialen Produzierens von der Wahl des Mediums selbst über Aufnahme, Schnitt, Synchronisation, Mischung bis hin zur Distribution sind allesamt Eingriffe in das vorhandene Material. Ein unmanipuliertes Schreiben, Filmen und Senden gibt es nicht.“ (Enzensberger 1970:271)

Für Enzensberger lautet die Frage daher nicht, *ob* Medien manipuliert werden oder nicht, sondern *wer* sie manipuliert. Ein revolutionärer Entwurf müsse nicht die Manipulateure zum Verschwinden bringen; er habe im Gegenteil einen jeden zum Manipulateur zu machen. Somit sei der Manipulation nicht mit Formen der Zensur zu begegnen, sondern durch direkte gesellschaftliche Kontrolle, also durch „produktiv gewordene Massen“.

Wie wir bereits gesehen haben, betont Enzensberger in diesem Zusammenhang auch die egalitäre Struktur, die der technischen Funktionalität der elektronischen Medien innewohnt. Durch einen einfachen Schaltvorgang kann jeder zum Konsumenten, aber auch vom Empfänger zum Sender werden. Damit stünden die elektronischen Medien im Gegensatz zu den älteren Medien, wie etwa dem Buch oder der Tafelmalerie, deren exklusiver Klassencharakter offensichtlich sei.

Darüber hinaus unterscheiden sich für Enzensberger die elektronischen Medien etwa vom klassischen Printmedium Buch dadurch, dass die aktionsorientiert und nicht kontemplativ, augenblicksorientiert und nicht traditionell orientiert sind:

„Die neuen Medien stellen keine Objekte her, die sich horten und versteigern ließen. Sie lösen „geistiges Eigentum“ schlechthin auf und liquidieren das „Erbe“, das heißt, die klassenspezifische Weitergabe des immateriellen Kapitals.“ (Enzensberger 1970:272)

Damit sei jedoch nicht gesagt, dass elektronische Medien „geschichtslos“ wären. Sie erlaubten es im Gegensatz zum ersten Mal, historisches Material so zu fixieren, dass es jederzeit vergegenwärtigt werden könne. Das Gedächtnis, das sie bereithalten, sei keiner Gelehrtenkaste vorbehalten, sondern stehe dem Zugriff aller offen.

Dass die elektronischen Medien wie Fernsehen und Radio – bis heute - bloße Konsumtionsmittel geblieben sind, sieht Enzensberger nicht in der technischen Begrenztheit der Medien begründet, sondern politisch. Die bis vor wenigen Jahren auch in Österreich geltenden Regelungen, die eine Monopolstellung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens manifestierten, bezeichnet er als anachronistisch: „Sie erinnern an eine Zeit, da der Betrieb einer Druckpresse an kaiserliches Privileg gebunden war“ (Enzensberger 1970:273). In Wirklichkeit sind die elektronischen Medien „im Prinzip immer zugleich Produktionsmittel, und zwar – da sie sich in den Händen der Massen befinden – sozialisierte Produktionsmittel.“

Harsche Kritik übt Enzensberger deshalb an den Marktmechanismen, die darauf abzielen, dass der Einzelne allenfalls zum amateurhaften Produzenten werden kann.

„Die Arbeit [Anm: des einzelnen] an den Medien ist als individuelle immer nur insofern möglich, als sie gesellschaftlich und damit auch ästhetisch irrelevant bleibt. [...] Die private Medienproduktion ist weiter nichts als konzessionierte Heimarbeit. Bloßes Zugeständnis bleibt sie auch dann, wenn sie veröffentlicht wird. Dafür haben die Inhaber der Medien eigene Programme und Rubriken entwickelt (...) Dort, in der Ecke, hat dann „der Leser (Hörer, Zuschauer) das Wort“, das ihm natürlich nach Belieben abgeschnitten werden kann. Wie in der Praxis der Demoskopie wird er nur gefragt, damit er Gelegenheit habe, seine eigene Abhängigkeit zu bestätigen.“ (Enzensberger 1970: 273f.)

Enzensberger fordert dagegen eine, bei ihm als „sozialistisch“ bezeichnete Strategie der Medien, die die Isolation der einzelnen Teilnehmer im gesellschaftlichen Lern- und Produktionsprozess aufzuheben trachtet. Dazu bedürfe es allerdings einer Selbstorganisation der Beteiligten. Emanzipation entstehe weder rein durch die technische Möglichkeit, noch durch die regelmäßige Teilnahme Einzelner; der richtige Gebrauch der Medien erfordere Organisation:

„Jede Produktion, die sich die Interessen der Produzierenden zum Gegenstand macht, setzt eine kollektive Produktionsweise voraus. Sie ist selbst bereits eine Form der Selbstorganisation gesellschaftlicher Bedürfnisse. [...] Kommunikationsnetze, die zu solchen Zwecken aufgebaut werden, können über ihre primäre Funktion hinaus politisch interessante Organisationsmodelle abgeben.“ (Enzensberger 1970:275).

Als konkretes Beispiel dafür nennt Enzensberger etwa eine Massenzeitung, die von ihren Lesern selbst geschrieben und verteilt wird.

In folgender Tabelle fasst Enzensberger die wesentlichen Gegensätze zwischen repressivem und emanzipatorischem Mediengebrauch zusammen:

Repressiver Mediengebrauch		Emanzipatorischer Mediengebrauch
Zentral gesteuerte Programme	↔	Dezentralisierte Programme
Ein Sender – viele Empfänger	↔	Jeder Empfänger ein potentieller Sender
Immobilisierung isolierter Individuen	↔	Mobilisierung der Massen
Passive Konsumentenhaltung	↔	Interaktion der Teilnehmer
Entpolitisierungsprozesse	↔	Politischer Lernprozess
Produktion durch Spezialisten	↔	Gemeinsame Produktion
Kontrolle durch Eigentümer, Bürokraten	↔	Gesellschaftliche Kontrolle durch Selbstorganisation

Tabelle 1: *Repressiver vs. Emanzipatorischer Mediengebrauch*

Quelle: *Eigene Erstellung nach Enzensberger (1970:278)*

Das Internet mit seinen relativ einfachen Möglichkeiten zur Interaktion scheint erstmals in der Entwicklungsgeschichte der technischen Kommunikationsmittel Enzensbergers Forderungen einzulösen. Offen bleibt die Frage, ob die technische Machbarkeit auch tatsächlich den emanzipatorischen Mediengebrauch einer breiten Masse in Gang setzt.

1.1.2 Direkte vs. repräsentative Demokratie

Welche Veränderungen sich letztendlich durch die aktuelle Entwicklung der Kommunikationstechnologie, den Aufbau eines globalen Kommunikationsnetzes im Hinblick auf den demokratischen Prozess ergeben, darüber sind sich die heutigen Vertreter der Cyberdemokratie nicht einig. Während einige das Netz als Ergänzung zur bestehenden repräsentativen Demokratie sehen, erkennen andere darin die Chance, die bisherigen Raum- und Zeitprobleme der direkten Demokratie zu überbrücken:

„Sie sehen das Ende der alten Institutionen der repräsentativen Demokratie voraus und träumen von elektronischen Stadtversammlungen und elektronischer ‚Knopfdruck-Demokratie‘.“ (Buchstein 1996:584, zit. in: Bühl 2000:282)

Einer der optimistischsten Vertreter dieser These ist der Microsoft-Gründer Bill Gates. Er spricht von einer Zukunft, in der der „Information Highway“ den Einsatz von Tausenden freiwilligen Mitarbeitern ersetzen wird, die heute noch erforderlich sind, um möglichst viele Bürger für politische Ziele anzusprechen.

„Am Ende wird der Highway eine entscheidende Plattform des politischen Diskurses sein.“ (Gates 1995:392, zit. in: Bühl 2000:283)

Von den Befürwortern einer direkten Demokratie in absoluter Form grenzt sich Gates jedoch ab:

„In unserem System haben die Abgeordneten als Mittler eine wichtige Funktion, denn sie verfügen über genügend Zeit, um sich mit den vielfältigen Aspekten komplizierter Fragen vertraut zu machen.“ (ebd.)

Auch der deutsche Journalist und Politikwissenschaftler Ludger Kühnhardt warnt vor direkter Demokratie auch im Hinblick auf die Frage, wer denn für rasch gefällte plebiszitäre Entscheidungen die Verantwortung übernehmen würde:

„In ihrer Aufgabe kann die institutionalisierte Politik nicht von spontanen, das heißt von willkürlichen und rasch wechselhaften Medienmehrheiten und Teleabstimmungen abgelöst werden, ohne dem Gemeinwohl zu schaden. Es sei denn, der Nachweis würde erbracht, dass virtuelle Formen der politischen Entscheidungsfindung eine Antwort darauf geben können, wer für eine Entscheidung und ihre Folgen Rechenschaftspflicht übernehmen wird.“ (Kühnhardt o.J, zit. in Bühl 2000:284)

Bühl (2000:284) versucht, die Auffassungen von Cyber-Demokratie zu kategorisieren und hält sich dabei an die vier Phasen kommunikativer Vergesellschaftung, nämlich „Information“, „Willensbildung“, „Entscheidung“ und „Implementation“:

Bezüglich der Informationsebene sind sich die Autoren einig: Das Internet soll dazu genutzt werden, um den Bürgern kostenlose staatliche Informationen zu bieten.

Schon im Bereich der „Willensbildung“ unterscheiden sich die Auffassungen. Strittig ist, ob man Öffentlichkeit überhaupt als ein Medium verstehen will, über das sich der „allgemeine Wille“ herstellt. Es stellt sich vor allem die Frage, ob dieser allgemeine Wille auf unmittelbare Entscheidungen hinausläuft, oder eben doch nur repräsentativ

vollzogen werden soll. Uneinigkeit herrscht auch darüber, welche Öffentlichkeiten überhaupt im virtuellen Raum entstehen können.

Dementsprechend unklar ist auch die Vorstellung, wie Entscheidungen getroffen werden können; der Aspekt der Implementierung eines politischen Entschlusses in der Cyberdemokratie wird von vielen Autoren gar nicht erst aufgegriffen.

1.1.3 „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ nach Habermas

Mit dem Begriff der „bürgerlichen Öffentlichkeit“ hat sich vor allem der deutsche Philosoph und Soziologe Jürgen Habermas intensiv auseinander gesetzt. In seiner Studie „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ aus den 1960er Jahren betrachtet er Öffentlichkeit unter den Gesichtspunkten der sozialstaatlichen Transformationen, sowie der Veränderung der Kommunikationsstrukturen durch die Massenmedien.

Mit „bürgerlicher Öffentlichkeit“ meint Habermas in seiner Studie die Identität der zu einem Publikum versammelten Privatleute, die sich erstmals im England des späten 17. Jahrhunderts in einer literarisch gebildeten „öffentlichen Meinung“ manifestiert.

Eine Bedrohung eines ursprünglichen Ideals der Öffentlichkeit sieht Habermas im Verlauf der europäischen Geschichte in der Instrumentalisierung durch monopolisierte Medien und politische Parteien. Zwar entwickelten sich auch einflussreiche Interessensvertretungen unterprivilegierter Schichten und Gruppen, doch ist der Einfluss der Ökonomie, Medienmacht und Politik so groß geworden, dass sie die Öffentlichkeit heute für ihre Zwecke instrumentalisieren und soziale Interessenskonflikte auf Fragen nach sozialstaatlichen Verteilungsmodi von Autos und Kühlschränken reduzieren können. Die Öffentlichkeit ist keine aktive unabhängig denkende, sachliche informierte und vom Staat separierte Größe mehr. Öffentlichkeit beschränke sich im Wesentlichen auf Werbung, Public Relations, Meinungsmache in der Presse und eine Politik, die selbst definiert, was ein politisches Problem darstellt, welche Lösungsmöglichkeiten zugelassen sind, was als autorisierte Meinung gilt und was nicht.

Was abhanden gekommen ist, ist die liberale, literarische, politisch freie, in Privatheit fundierte Öffentlichkeit, die über Kultur und Politik nachdenkt, anstatt sie nur zu konsumieren, die sich selbständig bildet oder sogar selbst publiziert, anstatt sich un-

hinterfragt die in den Medien verbreiteten und emotional besetzten Meinungen von Politikern und Chefredakteuren zu eigen zu machen. Die Bürger werden nicht nur von der Verwaltung, sondern rundum über ihre Köpfe hinweg verwaltet, ohne dass die realistische Möglichkeit bestünde, einer Meinung effektiv Publizität zu verschaffen, die sich jenseits derjenigen manipulativ hergestellten „Öffentlichkeit“ bewegt. Die westlichen Massendemokratien drohen ihren demokratischen Charakter, der in einer vielseitigen, unreglementierten und freien öffentlichen Diskussion und politischen Mitbestimmung möglichst aller besteht, zu verlieren. Konsens hieße nunmehr nicht mehr „Zustimmung aller als Voraussetzung einer gelungenen demokratischen Vermittlung von Staat und Gesellschaft“, sondern „von oben durchgesetzter Kompromiss zwischen den einflussreichen Institutionen“.

„Das mediatisierte Publikum ist zwar, innerhalb einer immens erweiterten Sphäre der Öffentlichkeit, unvergleichlich vielseitiger und häufiger zu Zwecken der Akklamation beansprucht, aber gleichzeitig steht es den Prozessen des Machtvollzugs und des Machtausgleichs so fern, dass deren Rationalisierung durch das Prinzip der Öffentlichkeit kaum noch gefordert, geschweige denn gewährleistet werden kann.“ (Habermas 1990:273f.)

Einen ersten, insgesamt aber pessimistischen Ansatz einer Lösung zur Wiederherstellung einer funktionierenden Öffentlichkeit sieht Habermas in der Aufforderung, als Mitglieder in Parteien, Gewerkschaften, Verbänden, Redaktionen etc. eine erweiterte – zunächst interne und dann öffentliche – Diskussion „von unten“ anzuregen; die Publizität dieser Institutionen dazu zu nutzen, auf gesellschaftlich unterdrückte Problemstellungen und Anschauungen aufmerksam zu machen, sich also von den jeweils geltenden und durchgesetzten internen Meinungsstereotypen nach Möglichkeit nicht einschüchtern zu lassen, sondern dem System von innen heraus eine kommunikative Liberalisierung aufzubürden.

Den Strukturwandel der Öffentlichkeit führt Habermas auf ökonomisch-technologische Entwicklungen zurück. So habe die Entwicklung der ersten Massenmedien Radio und Fernsehen einen derartigen Kapitalaufwand erfordert, dass in vielen Ländern die Einrichtung dieser Medien bekanntlich von Anbeginn in staatliche Regie oder und staatliche Kontrolle genommen wurde:

„Nichts charakterisiert die Entwicklung ... der jüngeren Medien auffälliger als diese Maßnahmen: sie machen aus privaten Institutionen eines Publikums von Privatleuten öffentliche Anstalten.“

Diese Bedrohung ist selbstverständlich dem Kontext der 1960er Jahre geschuldet, während wir heute eine Phase der Entstaatlichung zugunsten finanzstarker privater Monopole erleben.

Es steht nun die Frage im Raum, ob die modernen Informations- und Kommunikationstechnologien wie das Internet durch ihre dezentrale Organisationsweise (jeder Privatmensch kann publizieren) und die damit verbundene Schaffung nichtkommerzieller Kommunikationsräume heute erneut zu einem Strukturwandel der Öffentlichkeit führen können.

In einem Artikel in der Frankfurter Rundschau aus dem Jahr 1995 nimmt Jürgen Habermas dazu Stellung. Er betrachtet dort die informationstechnische Entwicklung primär als Bedrohung lebensweltlicher Zusammenhänge:

„Einerseits verzweigen und verdichten sich die anonymen, nicht-intentionalen, keinem handelnden Subjekt mehr zurechenbaren systemischen Verbindungen Andererseits entstehen durch die elektronische Massenkommunikation, beispielsweise durch den Informationsaustausch über Internet, weltweite, territorial entwurzelte und voneinander segmentierte Öffentlichkeiten, globale Dorfgemeinschaften oder Kommunikationsinseln, mit denen das öffentliche Bewusstsein keineswegs kosmopolitisch erweitert, sondern hoffnungslos zersplittert wird.“ (Habermas 1995:4)

1.2 Die Evolution öffentlicher Kommunikation verändert den Journalismus – Grenzen verschwimmen

Nach dem Diskurs über die Veränderungen, die die Evolution öffentlicher Kommunikation aus demokratie-theoretischer Sicht mit sich bringt, soll nun auf die damit in Zusammenhang stehenden Entwicklungen im Journalismus näher eingegangen werden.

Seit dem Entstehen des Online-Journalismus gibt es unter Experten unterschiedliche Vorstellungen darüber, wie sich der Journalismus durch die neuen Möglichkeiten des Internets entwickeln wird. Neuberger (2002:25) versucht, die mögliche Entwicklung des Journalismus mittels dreier verschiedener Projektionen zu skizzieren.

1.2.1 Projektion 1: Das Internet erfüllt fast jeden Wunsch

Die erste dieser Projektionen geht davon aus, dass das Internet alle Wünsche erfüllen kann, die je an den Journalismus gestellt wurden. Noch im Jahr 1995 verkündete

„Hotwired“, ein Leitmedium der Internet-Kultur die Geburt eines neuen Journalismus im Internet. Durch Video, Audio und Hypertext würde das Erzählen perfektioniert; durch Aktualisierbarkeit, Archivierungsmöglichkeiten, Additivität, Selektivität und die Integration verschiedener Kommunikationsmodi würde das Internet zu einem multioptionalen Medium. (Neuberger 2002:27f.)

Schon wenige Jahre später trat jedoch die Ernüchterung ein. So ergab etwa eine Umfrage unter Online-Redaktionsleitern im Jahr 2000, dass das journalistische Potenzial des Internet kaum ausgeschöpft wird. (Neuberger 2000b:315, zit. in: Neuberger 2002:29) Viele Medien begnügen sich im Internet mit „Nachrichten-Recycling“, also mit der Zweitverwertung von Inhalten des Muttermediums. Als Ursache dafür nennt Neuberger vor allem die „Gratis-Mentalität“ der Online-Nutzer, welche die Einhebung von Gebühren für journalistische Informationen unmöglich macht. Das Scheitern der Illusion des Internets als „Wunscherfüllungs-Maschine“ begründet er letztlich mit einer verkürzten Sicht, die das technisch Machbare vor das finanziell Leistbare stellt.

1.2.2 Projektion 2: Der Journalismus ist nicht mehr notwendig im Internet - Vom „Frontaljournalismus“ zum „Mikrojournalismus“

Der Vision vom Internet als „Wunscherfüllungs-Maschine“ gegenüber stellt Neuberger die These, Journalismus werde durch das Wegfallen von „Zugangsbarrieren zur Information“ unnötig; das dezentrale Netz von Kanälen im Internet entziehe sich der journalistischen Kontrolle – die Redakteure verlieren ihre Funktion als „Gatekeeper“, die entscheiden, über wen berichtet und wer zitiert wird. (Neuberger 2002:31)

Tatsächlich scheint diese These auf den ersten Blick einleuchtend: Das Internet schafft einfache Zugangsmöglichkeit zur Information – auch für die breite Masse. Außerdem macht es die neue Technologie dem aktiven Rezipienten möglich, in die Rolle des aktiven Kommunikators zu wechseln. Doch bringt die Lösung des Kommunikationsproblems Folgeprobleme hervor: Weil sich jeder öffentlich zu Wort melden kann, schwillt die Informationsflut an. Die Nutzer haben nun im Internet zwar einen ungefilterten Zugriff auf eine ungeahnte Anzahl an Informationsquellen, dadurch wird aber auch die Sortier- und Interpretationsleistung ebenfalls an sie abgewälzt. Neuberger (2002:34f.) schlussfolgert, dass die Rezipienten die Nachrichten-

auswahl und die Umwandlung von Rohinformationen in gebrauchsfähiges Wissen auch weiterhin an Spezialisten delegieren und sich dabei besonders den vertrauten Medienmarken zuwenden. So müssen Journalisten im Internet nicht mehr in erster Linie „Gatekeeper“ sein, sondern „Navigatoren“, die den Nutzern helfen, sich im unübersichtlichen Informationsangebot zurechtzufinden (Neuberger 2002:35). Neuberger bedauert in diesem Zusammenhang das sture Festhalten vieler Medienschaffender am traditionellen Rollenverständnis und fordert eine Abkehr vom einseitig behelrenden „Frontaljournalismus“ hin zum verstärkten Dialog mit den Nutzern.

1.2.3 Projektion 3: Der Journalismus wird im Internet unsichtbar

Während Neuberger die ersten beiden Projektionen zu jenen „mythischen Übertreibungen“ zählt, die typischerweise bei der Einführung eines neuen Mediums auftauchen, sieht er in der dritten Projektion die Fortführung einer Entwicklung, die sich bereits im traditionellen „Offline-Journalismus“ beobachten lässt: Der Journalismus verliert seine Identität. Er wird „unsichtbar“ und verschmilzt mit den anderen Angeboten zu einer unterschiedslosen Masse – übrig bleibt „Content“. Neuberger verwendet in diesem Zusammenhang Wieschenbergs Begriff der „Entgrenzung des Journalismus“:

“Journalismus verliert als fest umrissener, identifizierbarer Sinn- und Handlungszusammenhang deutlich an Konturen; er ist deshalb als Einheit kaum noch beschreib- und beobachtbar.“ (Wieschenberg 2001:77, zit. in: Neuberger 2002:26)

Die Unterscheidung zwischen dem Journalismus und anderen Formen öffentlicher Kommunikation fällt zunehmend schwerer. Neuberger führt dies vor allem auf die Möglichkeiten der Interaktivität und die leichte Zugänglichkeit, die das Internet selbst für Laien bietet, zurück. Die Grenze zwischen Rezipienten und Informanten werde zusehends unschärfer.

Informationen müssen – bevor der Nutzer die Qualität der Information einschätzen kann – erkannt und in ein bestehendes Schema eingeordnet werden. Neuberger (2002:36) spricht von „metakommunikativer Markierung“. Um Orientierung zu schaffen, werden Informationen deshalb in klassischen Medien mit Schemabezeichnungen versehen, die den Rezipienten signalisieren, welches Schemawissen zu aktivieren ist, um ein Medienangebot „richtig“ zu verstehen und als Meldung, Kommentar, Reportage etc. einordnen zu können. Solche Meta-Hinweise orientieren z.B. über

das Genre und den Anbieter. Auch das Impressum oder die Autorenzeile dienen als Orientierungshilfe. Auf längere Sicht schaffen diese Meta-Hinweise beim Rezipienten schließlich eine Art Glaubwürdigkeitsvorschuss. Traditionelle Medien haben damit auch einen Vorsprung gegenüber neuen Online-Anbietern, weil sie ihre bekannte Marke ins Internet übertragen können.

Neuberger (2002:37) ortet nun im Internet die Entstehung von Grauzonen, in denen für den Rezipienten nicht sofort erkennbar ist, ob es sich beim Informationsangebot um Journalismus handelt oder nicht – weil eben diese Meta-Hinweise fehlen bzw. fälschlich eingesetzt werden. Zu dieser Grauzone zählt Neuberger in erster Linie die nutzergenerierten Inhalte, also den „Peer-to-Peer-Journalismus“.

Ein populäres Beispiel für den Einsatz des „Peer-to-Peer“ - Prinzips im Internet sind Musik- und Filmtauschbörsen. Im Internet werden jedoch nicht nur Multimediafiles getauscht, sondern auch Texte. Bei den Texten handelt es sich dabei meist nicht wie bei den audiovisuellen Dateien um Raubkopien, sondern um selbst verfasste Dokumente. Als Beispiele für diesen „Open-Source-Journalismus“¹ nennt Neuberger (2002:38f.) etwa die Gemeinschaftsprojekte „Slashdot.org“, „Sternshortnews.de“, „Freenet.de“, „Infosphinx.de“, „Dooyoo.de“ oder „Ciao.com“. Bei „Slashdot.org“ etwa können die Teilnehmer Beiträge einreichen, die von einer kleinen Redaktion begutachtet und zum Teil veröffentlicht werden. Die Teilnehmer selbst können je nach Qualität der gelieferten Beiträge selbst zum „Moderator“ aufsteigen und andere Beiträge bewerten.

Auch „Sternshortnews.de“ hat Regeln für die Nachrichteneinlieferung aufgestellt, die insbesondere die Sachlichkeit, den Neuigkeitswert, die Beantwortung der journalistischen W-Fragen², die Trennung von Nachricht und Kommentar, Quellenangaben und das Vermeiden von Schleichwerbung fordern. Besonderer Beliebtheit erfreut sich diese Form des Peer-to-peer – Informationsaustausches auch im Bereich der Wissenschaft. So verfügt die deutsche Ausgabe der freien Enzyklopädie „de.wikipedia.org“ mittlerweile über 53.962 Artikel, das „net-lexion.de“ über 50.300

¹ Neuberger verwendet diesen Begriff in Anlehnung an die offene Entwicklung von Software.

² Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum?

Artikel¹. Als österreichisches Peer-to-Peer-Newsportal wäre etwa das Jugendmagazin „chilli.cc“ zu nennen.

Für Neuberger (2002:41) liegt der wesentliche Unterschied zwischen diesen Gemeinschaftsprojekten und herkömmlichem Journalismus darin, dass die traditionelle Rollentrennung zwischen Kommunikator und Rezipient aufgehoben wird. An die Stelle professioneller Redaktionen tritt Eigeninitiative und Selbstkontrolle der Teilnehmer.

Die Frage, ob es sich bei den vorgestellten Angeboten tatsächlich um Journalismus handelt, bzw. ob es sich beim Peer-to-Peer-Journalismus um ein funktionierendes Äquivalent zum traditionellen redaktionsgebundenen Journalismus handelt, lässt Neuberger in seinen Ausführungen offen. Ebenso bleiben Weblogs, als weiterentwickelte Form des Peer-to-Peer-Journalismus in Neuberger's Ausführungen unbehandelt.

¹ Beide Zahlenangaben entsprechen dem aktuellen Stand vom 25.02.2004.

2 Weblogs – eine Einführung

2.1 Versuch einer Definition

Obwohl die Zahl der Weblogs weltweit bereits in Millionenhöhe gestiegen ist – Schätzungen variieren zwischen 1,8 und 4,1 Millionen weltweit¹ –, gibt es keine allgemeingültige Definition des Begriffs Weblog. Nahezu jeder Betreiber eines Weblogs, der umgangssprachlich auch Blogger genannt wird, definiert den Begriff anders. Einigkeit herrscht jedoch über den Ursprung des Begriffes „Weblog“ als Kunstwort, das durch die Zusammensetzung der beiden Begriffe „Web“ und „Logbuch“ entstanden ist. Als Schöpfer des Begriffes gilt der amerikanische Weblog-Pionier Jorn Barger². Da der Begriff Weblog auch leicht mit den Zugriffsprotokollen von Webservern verwechselt werden könnte, wird in der Praxis auch gerne die verkürzte Version „Blog“ verwendet. Die offene lexikalische Peer-to-Peer-Plattform „Net-Lexikon.de“ definiert den Begriff folgendermaßen:

„In einem Weblog (auch Blog) hält ein Autor ('Blogger') seine 'Surftour' durch das Internet fest, indem er zu besuchten Seiten einen Hypertext-Eintrag schreibt. Er linkt auf andere Webseiten und kommentiert aktuelle Ereignisse oder äußert Gedanken und Ideen. Viele Einträge bestehen aus Einträgen anderer Weblogs oder beziehen sich auf diese, so dass Weblogs untereinander stark vernetzt sind - die Gesamtheit aller Weblogs bildet die Blogosphere.“

Das Net-Lexikon fasst somit den Begriff weiter als erste direkte Übersetzungsversuche, die Weblog noch schlicht als „Online-Tagebuch“ definierten. Gerade dieser „Tagebuch-Charakter“ fehlt jedoch in der Definition des Net-Lexikons. Für Bausch, Haughey & Hourihan (2002:7) ist dieser Aspekt sogar der einzige, der auch für alle Weblogs zutrifft:

„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.“

Gleichzeitig nennen Bausch, Haughey & Hourihan (2002:8), weitere Wesensmerkmale, die zwar vielen, aber nicht allen Weblogs zu eigen sind, wie etwa eine Begrüßungs-

¹ vgl. Kap. 2.2

² vgl. Kap. 2.2

seite mit dem jeweils aktuellsten Eintrag, die Verlinkung zu anderen Weblogs, Schreibrechte für alle User o.ä. Weblogs können außerdem Teil einer Gesamtseite sein oder für sich als eigene Homepage stehen. Ist das Weblog als Teil einer größeren Informationseinheit (z.B. Firmenhomepage) angelegt, so wird es aufgrund seiner einfachen Handhabung und Aktualisierbarkeit meist dazu verwendet, um auf die aktuellsten Neuerungen auf der umfangreichen Homepage hinzuweisen.

In Bezug auf die Inhalte der Beiträge lassen sich Weblogs sehr schwer definieren. Dem Inhalt eines Weblogs sind keine Grenzen gesetzt – außer durch die Begrenztheit des Wissens der Blogger. In den meisten Fällen handelt es sich um aktuelle Beiträge, die eher persönliche Meinungen als neutrale, sachliche Informationen wiedergeben. Zudem besteht für User meistens die Möglichkeit, einen bestehenden Beitrag zu kommentieren. Weitere Kriterien eines Weblogs können die Auflistung anderer Weblogs, die Adressierbarkeit einzelner Beiträge und kalendarische Navigationshilfen sein. Eine bis jetzt weitgehend ungeklärte Frage ist, ob ein Weblog unbedingt durch ein spezielles Weblog-System betrieben werden muss oder ob eine manuell gestaltete Webseite auch schon ein Weblog sein kann.¹

Einen für diese Arbeit besonders interessanten Definitionsversuch aus journalistischer Sicht liefert der österreichische Weblog-Betreiber und Text-Ressortleiter der Frauenzeitschrift „Amica“, Peter Praschl. Er definiert Weblogs als „Chroniken im Internet“:

„Kommentiert wird, was der Weblogger interessant findet, von privaten Befindlichkeiten bis zu öffentlichen Debatten. Die Formen: Leitartikel und Entertainment, Warentests und Programmhinweise, Presseschauen, Bildgeschichten, Klatsch und Glossen. Leserbriefe, ein Impressum und Auskünfte über die eigene Auflage gibt es auch, und das Layout ist Tag für Tag dasselbe. Weblogs sind fast wie Tageszeitungen. Nur dass sie nicht von Redaktionen und Anzeigenabteilungen gemacht werden, sondern von Amateuren.“ (Praschl, 2003:20)

¹ vgl. Kap. 2.3

2.2 Geschichte der Weblogs

Nicht nur das Verfassen einer einheitlichen Definition für das Phänomen Weblog scheint beinahe unmöglich. Gleich schwierig wird es, die ersten Anfänge des Genres zeitlich festzusetzen. Bausch, Haughey & Hourihan (2002:8) beschreiben die Ursprünge der Weblogs als eine Entwicklung von ursprünglich einfachen Linklisten hin zu mit „persönlichen Filtern“ versehenen und mehr und mehr kommentierten „personal journals“. Als Beispiele für diese ersten Formen von Weblogs nennen die Autoren etwa Justin Halls „Links from the Underground“¹ oder Michael Sipeys „The Filter“². Während Justin Hall bereits ab dem Jahr 1994 in seinem Web-Tagebuch Links und vor allem Reisegeschichten veröffentlichte, versorgte Michael Sippey seine Seite ab 1996 täglich neu mit News aus der Technologieszene. Beide betreiben ihre Seiten noch heute. Direkte „Vorfahren“ der Weblogs sehen Bausch, Haughey & Hourihan (2002:9) auch in den „What’s New“ – Seiten diverser privater, öffentlicher und kommerzieller Anbieter, wie etwa Dave Winer, CEO der Softwarefirma UserLand. Er begann bereits im Jahr 1994 mit der regelmäßigen Veröffentlichung von Essays über Neuigkeiten aus der Softwarebranche, seit dem 1. Jänner 1997 versorgt er seine Seite³ täglich mit neuen News.

Im selben Jahr taucht erstmals der Begriff „Weblog“ auf. Als Schöpfer dieses Begriffes nennen sowohl Bausch, Haughey & Hourihan (2002:9) als auch die amerikanische Weblog-Pionierin Rebecca Blood (2000:7) den Namen Jorn Barger. Auch sein Weblog⁴ begann im Jahr 1997 als kommentiertes Verzeichnis von Linklisten mit täglich etwa 5-10 neuen Einträgen. Nach und nach begann sich das von ihm geschaffene Kunstwort als Bezeichnung für diese neue Form der Online-Tagebücher durchzusetzen. Gegen Ende des Jahres 1998 bezeichneten bereits knapp 30 Betreiber ihre Internetseiten als Weblogs.

¹ <http://www.links.net>

² <http://www.theobvious.com>

³ <http://www.scripting.com>

⁴ <http://robotwisdom.com>

Noch war für das Betreiben eines Weblogs aber ein hohes Maß an technischer Kompetenz notwendig. Die Gruppe der Weblogger beschränkte sich somit ausschließlich auf IT-Spezialisten. Mit der Entwicklung der Software „Pitas“ im Juli 1999 fiel diese technische Zugangsbarriere. Kurz darauf, im August 1999 entwickelte Pyra Labs die erste Version der Software „Blogger“. Mit der Entwicklung dieser beiden Tools stieg die Zahl der Weblogs binnen weniger Monate in die Tausende. Weitere Tools wie etwa das Content Management System mit Weblog-Feature „Manila“ der Firma UserLand Software folgte. Im Jahr 2000 entwickelte Noah Grey das Weblog Management System „Greymatter“. Diese Software ermöglichte erstmals das Hosting des eigenen Weblogs auf dem eigenen Server¹. Im selben Jahr fand in Austin, Texas erstmals eine Zusammenkunft von Bloggern statt, wo über das neue Phänomen auch auf wissenschaftlicher Ebene diskutiert wurde. Im Jahr 2001 griffen allmählich amerikanische Printmedien den Boom auf. Durch neue Tools mit immer umfangreicheren Features explodierte die Zahl der Weblogs in den USA. Im Jahr 2002 sprechen Bausch, Haughey & Hourihan (2002:12) bereits von „hunderttausenden“ Weblogs weltweit.

Folgende Tabelle aus einer Studie des amerikanischen Softwareunternehmens Perseus (Henning 2003) zeigt die Entwicklung neu installierter Blogs². Die mit Abstand höchste Wachstumsrate gab es demnach im Jahr 2001:

Jahr	Anzahl neu installierter Weblogs	Wachstumsrate
2000	136.000	-
2001	958.000	606%
2002	2.160.000	126%
2003	5.010.000	131%
2004 ³	10.300.000	105%

Tabelle 2: Anzahl neu installierter Weblogs im Jahresvergleich (2000-2004)

Quelle: Eigene Erstellung nach Henning (2003)

¹ vgl. Kap. 2.3

² Errechnet aus Angaben der amerikanischen Weblog-Anbieter: Blog-City, BlogSpot, Diaryland, LiveJournal, Pitas, TypePad, Weblogger and Xanga

³ Prognose für 31.12.2004

Die Angaben zur Anzahl der gegenwärtig betriebenen Weblogs variieren sehr stark. Das „National Institute for Technology and Liberal Education“ (NITLE) in South Burlington, Vermont¹ etwa gibt als Gesamtzahl aller weltweit betriebenen Weblogs 1.881.688 an, 1.163.633 (61,9%) davon in englischer Sprache.² Perseus beziffert die Anzahl an Weblogs im mit 4,12 Millionen³, bis zum Jahresende 2004 rechnet das Unternehmen sogar mit über 10 Millionen Weblogs weltweit.⁴

2.2.1 Weblogs als Antwort auf technische und publizistische Entwicklungen

Einen Versuch, dem Phänomen Weblog mittels der Geschichte seiner einzelnen Charaktermerkmale näher zu kommen, unternimmt der deutsche Blogger Jörg Kantel alias „Der Schockwellenreiter“⁵. In seinem Artikel „Archäologie des Bloggens“ sieht Kantel (2002) die Entstehung von Weblogs als eine Verschmelzung mehrerer Entwicklungen zu einem neuen Genre. Die wesentlichste Grundlage für die Entwicklung von Weblogs sieht er in der Schaffung von Verlinkungen. Und diese entdeckt Kantel schon in den Computerspielen der 1970er und 80er Jahre:

„Das Geheimnisvolle daran war: Je nachdem, was man während des Spieles eintippte, nahm das Spiel einen anderen Verlauf. [...] Jede Verzweigung war ein Link und nie wusste man, was sich dahinter verbarg: ein Schatz, eine Falltür oder ein tödliches Monster.“

Als weiteren Grundstein in der Entstehungsgeschichte bezeichnet Kantel die Entwicklung des World Wide Web. Doch in den ersten Jahren des Internets wurden Links meist noch als Fußnote oder Linkliste am Ende eines Textes zusammengefasst. Zwei weitere Entwicklungsstränge fehlten noch, um das Phänomen Weblog weiter voranzubringen: Das Entstehen alternativer Medien und die Bildung von Rhizomen

¹ <http://www.blogcensus.net>

² Stand: 17.05.2004. Für eine detaillierte Beschreibung der angewendeten Erhebungsmethode siehe: <http://www.blogcensus.net/?page=Methodology>

³ Stand: 4.10.2003

⁴ Aufgrund der Tatsache, dass die Gesamtzahl der bestehenden Weblogs nicht real erfasst, sondern aus den Benutzerzahlen acht „beliebter“ Weblog-Anbieter hochgerechnet wurde, muss die Validität dieser Daten in Frage gestellt werden.

⁵ <http://blog.schockwellenreiter.de>

und Netzwerken als Alternative zu den herrschaftsfördernden und starr empfundenen hierarchischen Organisationsformen herkömmlicher politischer Gruppen und Parteien. Die Schaffung von einfachen Zugangsmöglichkeiten ohne notwendiges technisches Fachwissen schließlich bezeichnet Kattel als jenen ausschlaggebenden Faktor, der – natürlich nur in Verbindung mit den oben genannten Entwicklungen – das Entstehen von Weblogs möglich machten.

Ein ähnliches Zusammenspiel verschiedener Entwicklungen in der „E-Communication“ sieht auch Jose Luis Orihuela, Professor an der Universität von Navarra, Spanien als Grundlage für den Erfolg der Weblogs. Orihuela (2003:257ff.) fasst diese Entwicklung in zehn Paradigmen zusammen. Er erkennt eine Verlagerung

1. vom passiven Publikum zum aktiven User,
2. von Medien zum Inhalt,
3. von Monomedien zu Multimedia,
4. von periodischem Erscheinen zu Echtzeit,
5. von Knappheit zu Überfluss,
6. von „Redaktions-vermittelt“ zu direkt,
7. von Distribution zu Zugang (der User sucht, surft, navigiert und entscheidet selbst),
8. von Einweg-Kommunikation zu Interaktivität
9. von linear zu Hypertext und schließlich
10. von Daten zu Wissen.

Bei genauerer Betrachtung wird klar, dass Weblogs jeder einzelnen dieser genannten Entwicklungen entgegenkommen.

2.2.2 „Warblogs“ - durch Kriege zum Erfolg

Trotz aller genannten Faktoren bedurfte es vermutlich erst eines gewissen Auslösers, um eine breite Öffentlichkeit für die Möglichkeiten einer neuen Publizierform zu sensibilisieren. Jene Rolle, die Luther bei der Verbreitung des Buchdrucks übernommen hatte, haben die Kriege des 21. Jahrhunderts für das Aufmerksamwerden auf Weblogs gespielt. Vor allem die Anschläge auf das World Trade Center am 11. Sep-

tember 2001 und die darauf folgenden Kriege in Afghanistan und im Irak haben die Weblogger auf den Plan gerufen: „Warblogs“ entstanden.

Michele Catalano, die Gründerin des Warblogs „Command Post“ – ein Zusammenschluss mehrerer Blogger zu einem Mehrautorenblog¹ -, führt den großen Erfolg der Warblogs vor allem auf den Zeitvorsprung gegenüber traditionellen Medien zurück:

„Weblogs werden ... schneller aktualisiert als die Newsdienste – wenn CNN das neueste aus dem Irak endlich auf seine Seite stellte, hatten wir dieselbe Geschichte häufig 20 Minuten vorher oder noch früher. [...] Wir leben in einer Zeit, in der die Leute ihre Nachrichten schnell wollen. Sie wollen nicht mehr warten. Besonders bei diesem Krieg [Anm.: Irakkrieg im Frühjahr 2003], der in Echtzeit im Fernsehen übertragen wird. Die meisten haben kein Kabelfernsehen im Büro, dafür aber Internet. Und wenn die Mainstream-Newssites dann langsam sind und die Server unter der Last von Millionen Zugriffen zusammenbrechen, bringt ein War-Blog wie Command Post die Nachrichten schneller.“ (Catalano 2003, zit. in: Schwan 2003)

Einen zweiten entscheidenden Erfolgsfaktor führt die Webloggerin auf das Fehlen redaktioneller Einschränkungen und eine damit verbundene direkte Sichtweise zurück:

„Weblogs müssen nicht den Eindruck erwecken, sie seien unabhängig. (...) Weblogs insgesamt bieten eine ehrlichere, rauere Sichtweise auf aktuelle Ereignisse.“

Sehr hohe Zugriffszahlen und damit einen hohen Bekanntheitsgrad erreichte auch der Warblog des CNN Journalisten Kevin Sites². Auf Druck seines Arbeitgebers musste er jedoch sein privat geführtes Weblog stilllegen und konnte die Berichterstattung in Form des Weblogs erst nach der beruflichen Trennung vom Fernsehen der CNN wieder aufnehmen³.

Nicht nur in Kriegszeiten, sondern auch bei Naturkatastrophen waren Weblogs in der Vergangenheit eine verstärkt wahrgenommene Form der Berichterstattung. So berichtete etwa der Niederösterreicher Stephan Schmatz in seinem Weblog „Ste-

¹ vgl. Kap. 2.4.2

² <http://www.kevinsites.net>

³ Eine ausführliche Diskussion zum Thema Weblogs und ihre Auswirkungen auf den traditionellen Journalismus siehe Kap. 3.2

phans Notizblog“¹ täglich über Neue Erscheinungen der großen Hochwasserkatastrophe im Sommer 2002:

„Durch das einfache Hochladen der Bilder konnte ich viel schneller Informationen weitergeben als im März², war zum Teil schneller mit lokalen Informationen als die großen Medien, was auch dazu führte, dass zahlreiche Websites, darunter auch Österreichs meistbesuchte, nämlich ORF ON zu meinem Weblog verlinkte.“ (Schmatz 2003)

2.3 Technische Voraussetzungen

Wie in Kapitel 2.1.2 erwähnt, war für den Erfolg der Weblog-Idee vor allem die Entwicklung von Software-Tools verantwortlich, die es auch dem technisch unversierten Benutzer erlauben, ohne großen Aufwand ein eigenes Weblog zu betreiben.

Bevor sich ein Weblog-Betreiber für ein bestimmtes Tool entscheidet, sollte er sich jedoch über dessen technische Grundstruktur informieren. Bausch, Haughey & Hourihan (2002:105ff.) unterscheiden drei Arten von Weblog-Tools:

2.3.1 Centrally hosted services

In diesem Fall läuft die Software auf einem zentralen Server, der auch den Inhalt der einzelnen Weblogs selbst hostet (beherbergt). Der Benutzer hat auf seinem eigenen Rechner (client) keine spezielle Software gespeichert, sondern tippt in ein Web-basiertes Formular, das mit jedem herkömmlichen Internetbrowser zu öffnen ist. Die Software selbst läuft auf dem Server und ist für den Benutzer „unsichtbar“. Auch der Inhalt selbst wird auf dem zentralen Server des Softwareanbieters gespeichert. Bei dieser Variante handelt es sich um die am meisten verbreitete Form von Weblog-Software. Beispiele für Software dieser Art ist etwa Blogger, Manila oder das österreichische Produkt Antville.

Die Vorteile dieser Technologie bestehen vor allem darin, dass das Publizieren keines besonderen technischen Equipments bedarf und von jedem Computer mit Internetzugang aus erfolgen kann. Da auch der Content selbst am Server des Softwareanbieters gespeichert wird, braucht sich der Benutzer auch nicht um zusätzlichen Webspa-

¹ Heute findet sich Stephans Notizblog unter dem Namen „journal23“ an folgender Adresse: <http://brab.antville.org>.

² Über das „kleine“ Hochwasser im März 2002 hatte er in Form statischer html-Seiten berichtet.

ce für die Ablage (hosting) der einzelnen Seiten des Weblogs zu kümmern. Außerdem müssen neue Softwareupdates nicht vom Benutzer ausgeführt werden, er arbeitet stets mit der aktuellsten und fehlerfreiesten Version der Software.

Nachteile bestehen insofern, dass der Benutzer von der Verfügbarkeit des Servers abhängig ist. Ist der Server überlastet oder „offline“, kann der Benutzer weder auf vorhandenen Inhalt zugreifen, noch neuen Inhalt generieren. Im schlimmsten Fall kann dies – etwa wenn die Softwarefirma in Konkurs geht – sogar zum Verlust des gesamten eigenen Weblog-Archivs führen.

2.3.2 Remotely installed applications

Bei dieser Variante ist die Software gleich wie bei den „centrally hosted services“ auf einem zentralen Server installiert. Auch hier bedient der Benutzer die Software über ein Web-basiertes Formular. Anhand des eingegebenen Contents produziert die Software statische html-Seiten, die jedoch nicht auf dem Server des Softwareanbieters, sondern auf jedem beliebigen Server gespeichert werden können. Zu dieser Art von Weblog-Software zählen unter anderem etwa die Produkte Movable Type, pMachine, Sunlog oder Bloxom.

Der Mehraufwand im Vergleich zu den „centrally hosted services“ besteht für den Benutzer darin, dass er sich um einen eigenen Web-Space-Anbieter für die Ablage seines Weblogs kümmern, bzw. einen eigenen Webserver betreiben muss. Umgekehrt kann dies jedoch auch ein Vorteil sein: bei einem Serverausfall des Softwareanbieters bleiben die bereits vorhandenen Einträge des eigenen Weblogs zugänglich.

2.3.3 Locally installed desktop applications

In diesem Fall ist die Software auf dem eigenen Computer des Benutzers gespeichert. Die Software produziert statische Seiten, die per FTP an einen Server geschickt und dort publiziert werden. Ein Beispiel für diese lokal zu installierende Software wäre das Produkt Radio UserLand.

Die größte Barriere zur Benützung dieser Tools stellt vermutlich der technische Aufwand bei der Installation dar. Jeder Benutzer muss die Software auf dem eigenen Rechner installieren. In manchen Fällen setzt die Software sogar voraus, dass der Benutzer sein fertiges Weblog selbst hostet und daher seinen Rechner als Webserver konfiguriert hat. Ist dies nicht der Fall, müssen die fertigen Weblog-Seiten per FTP

an einen externen Webserver übermittelt werden. Die Verwendung dieser Tools stellt somit nicht nur hohe Anforderungen an das technische Knowhow des Benutzers, sondern auch an seine informationstechnische Infrastruktur.

Umgekehrt bietet diese Technologie den großen Vorteil der weitgehenden Unabhängigkeit von der Erreichbarkeit von Fremdservern. Solange die eigene Hardware funktioniert, kann der User davon ausgehen, den Betrieb seines Weblogs ungestört aufrechterhalten zu können.

2.4 Vom „Me-Zine“ zum „K-log“ – Versuch einer Kategorisierung anhand ausgewählter Beispiele

Wie aus Kapitel 2.1 bzw. 2.3 ersichtlich, lassen sich Weblogs einigermaßen exakt über ihre formale Erscheinungsweise oder über ihre technische Struktur definieren. Schwieriger gestaltet sich der Versuch, Weblogs über ihren Inhalt zu definieren. Bausch, Haughey & Hourihan (2002:27ff.) unterscheiden deshalb in erster Linie nicht nach Inhalt, sondern nach der Anzahl der Autoren.

Auf dieser grundlegenden Unterscheidung fußend soll nun anhand ausgewählter Beispiele eine tiefer gehende Kategorisierung versucht werden.

2.4.1 Single-Author-Weblogs

Online-Tagebücher:

Beim überwiegenden Teil persönlicher Weblogs handelt es sich um persönliche Tagebücher im klassischen Sinne – mit dem Unterschied, dass der Tagebuchschreiber seine täglichen Erfahrungen nicht auf Papier bannt, sondern sie in elektronischer Form für jeden sichtbar im Internet zugänglich macht: Schüler berichten über ihren Schulalltag, Berufstätige beschreiben besondere Herausforderungen oder Probleme ihrer Arbeitswelt, Singles nutzen ihr weltweit zugängliches Tagebuch, um auf ihre Persönlichkeit aufmerksam zu machen... Als erstes Weblog dieser Kategorie nennt der deutsche Weblog-Forscher Lorenz Lorenz-Meyer (2001:27) Justin Halls „Links from the Underground“¹. Bereits im Jahr 1994 startete der damals 19jährige Ameri-

¹ <http://www.links.net>

kaner, seinen kompletten Alltag im Internet zu protokollieren – „mit einer Offenheit und Detailversessenheit, die aus manchen seiner Freundinnen Ex-Freundinnen machte“. Während Hall seine Seite jedoch noch manuell programmieren musste, gab es bald einfach zu bedienende Software¹, die dieser Art von Weblogs zum Durchbruch verhalf. Auch heute noch besteht der weitaus überwiegende Teil der Blogosphäre aus dieser Art persönlicher Weblogs, wie etwa die beim österreichischen Weblog-Provider gehosteten Blogs Legomyego² oder Miss.understood³.

Politiker-Blog:

Bei herkömmlichen Online-Tagebüchern handelt es sich meist um rein private „just-for-fun“ – Initiativen. Während diese Blogger mit ihren Produkten kein bestimmtes Ziel verfolgen, haben mittlerweile auch immer mehr Politiker das neue Genre entdeckt und nützen ihren Weblog etwa zu Wahlkampfzwecken. Prominentestes Beispiel dafür ist etwa der amerikanische demokratische Präsidentschaftskandidat Howard Dean⁴. Das Weblog ist seine „Kommunikationsdrehscheibe und direkter Berührungspunkt mit den Wählern“ (Pollack 2004:83). Doch nicht nur in den USA, auch in Österreich haben mittlerweile Politiker die Chancen des neuen Genres erkannt und ihr eigenes Weblog eröffnet. So nützte etwa Präsidentschaftskandidatin Benita Ferrero-Waldner ihr Weblog⁵, um die potentiellen Wähler an ihrem Wahlkampfprogramm teilhaben zu lassen:

„Ich möchte Eindrücke weitergeben, Begegnungen mit Menschen erzählen und jede Österreicherin und jeden Österreicher an meinem Leben teilhaben lassen.“ (Ferrero-Waldner 2004)

J-Blogs:

Bei dieser Form persönlicher Weblogs handelt es sich um private „Ein-Mann-Web-Magazine“ von Reportern, Kolumnisten oder Buchautoren in Form eines Weblogs. Jochen Siegle (2001) verwendet in diesem Zusammenhang den Begriff „Me-Zine“

¹ vgl. Kap. 2.3

² <http://legomyego.twoday.net>

³ <http://missunderstood.twoday.net>

⁴ <http://www.blogforamerica.com>

⁵ <http://www.benita-ferrero-waldner.at>

und ortet in diesem Trend eine „neue Subkultur des ‚One Man‘-Internet-Journalismus“. Inwieweit traditioneller Journalismus durch diese neue Form des Publizierens beeinflusst wird, soll an späterer Stelle ausführlicher behandelt werden¹.

2.4.2 Multi-Author-Weblogs

Während Weblogs in ihrer ursprünglichen Form ausschließlich von einem einzelnen Autor betrieben wurden, entwickelten sich im Laufe der Zeit allmählich Formen, in denen mehrere Autoren gleichzeitig an einem gemeinsamen Weblog arbeiten.

Freie Enzyklopädien:

Erwähnenswert sind in diesem Zusammenhang vor allem die Gemeinschaftsprojekte „Wikipedia“² oder das deutsche „Net-Lexikon“³, in denen jeder User selbst an der Schaffung einer „freien Enzyklopädie“ teilnehmen kann⁴.

Nach einem ähnlichen Prinzip funktioniert auch der Wissenschaftsbereich im Online-Angebot des Österreichischen Rundfunks⁵. Anders als beim oben genannten „Wikipedia“-Projekt wird die Plattform jedoch redaktionell betreut und die Zahl der Benutzer mit Schreibberechtigung ist auf einige wenige Experten begrenzt.

Business-Blogs, K-Logs:

Abgesehen von ihrer ursprünglichen Funktion als Web-Logbuch finden Weblogs mittlerweile auch in der Wirtschaft ihren Einsatz. Der österreichische Weblog-Pionier Thomas Burg hat sich in seiner Arbeit an der Donau-Universität Krems intensiv mit dem betrieblichen Einsatz von Weblog-Systemen auseinandergesetzt. Burg (2002) unterscheidet hierbei zwischen einer internen Verwendung in einem Intra- bzw. Extranet und dem Einsatz von Weblogs als Teil der allgemeinzugänglichen Firmenhomepage. In Zusammenhang mit dem internen Einsatz der Weblog-Technologie nennt Burg vor allem die Installation von Knowledge-Logs, kurz K-

¹ vgl. Kap. 3.2

² <http://de.wikipedia.org>

³ <http://www.netlexikon.de>

⁴ vgl. Kap. 1.2.3

⁵ <http://science.orf.at>

Logs. Burg bezeichnet damit ein simples Wissensmanagement-Tool, welches personen- und/oder arbeitsgruppenbezogenes Wissen und Erfahrungen erfasst und im Intranet publiziert. Experten könnten auf diese Weise den Fortschritt ihres Forschungsprozesses kommunizieren und sich damit eine firmeninterne Reputation verschaffen. Zudem bliebe das Wissen erhalten:

„Die Tatsache, dass Informationen nicht mehr in Email-Programmen, Netzlaufwerken oder persönlichen Bookmarklisten verschwinden, sondern personen- und datumsbezogen erschließbar sind, erhöht auf einfache Weise die Präsenz von Wissen und reduziert gleichzeitig die Anforderungen an die EDV-Ressourcen.“ (Burg 2002)

Darüber hinaus könnte ein Weblog als Publikationsfläche im Berichtswesen oder im Projektmanagement dienen, von der aus die einzelnen Berichte und Dokumente verlinkt sind. Sogar die Geschäftsführung könnte Weblogs benutzen, etwa um die Mitarbeiter über aktuelle Neuigkeiten zu informieren.

Externe Einsatzmöglichkeiten sieht Burg für Firmen vor allem im Bereich der PR. So könnten etwa Updates zu Funktionalitäten oder Neuentwicklungen eines Produktes in Form von Weblogs publiziert werden. Als Beispiel nennt Burg etwa das Weblog „mesh on MX“¹ der Firma Macromedia.

¹ <http://radio.weblogs.com/0106797>

3 Weblogs und Journalismus

3.1 Vom Insel- zum Oszillationsmedium

Ein seit Beginn des Weblog-Phänomens viel diskutiertes Thema ist die Auswirkung des neuen „Genres“ auf die traditionelle Medienlandschaft. Vor allem der Aspekt, dass mit der Entwicklung einfach zu bedienender Publizier-Software erstmals Peer-to-Peer-Journalismus auf breiter Basis stattfinden könnte – der in weiterer Folge auch den traditionellen Journalismus beeinflusst – sorgt in der Blogosphäre für ausgedehnte Diskussionen. Während einige Weblogger ihre Produkte gar als Alternative zum herkömmlichen, traditionellen Journalismus bezeichnen, sieht etwa Jörg Kantel (2002) die Blogs als „Zweitverwerter“, die auf Nachrichten verlinken, jedoch selbst keine Nachrichten produzieren. Durch mannigfache Verlinkung würden Inhalte nur immer wieder reproduziert und kommentiert.

Der österreichische Online-Journalist Christian Eigner (2002:117ff.) sieht in der Verlinkung durch Weblogs jedoch entscheidende Unterschiede zur „herkömmlichen“ Art von Verlinkungen auf Internetseiten. Weblogs stellen für ihn eine Rückkehr zum Urprinzip des Hypertextes dar, während sich die Online-Angebote etablierter Medien immer mehr vom Prinzip der Verlinkung „nach außen“ abkehren:

„ ... die Web-Sites [Anm.: etablierter Medienhäuser] wurden mehr und mehr zu Zeitungen und Magazinen auf elektronischer Basis, zu verkappten Printprodukten im Netz, die einen ganz bestimmten Aufbau und eine ganz bestimmte inhaltliche Ausrichtung hatten. Das Hypertext-Prinzip diente bald nur noch dazu, die einzelnen Seiten, die zum Magazin gehörten, zu verbinden; es führten aber kaum mehr Links nach außen. Auf diese Weise sind Sites zu Inseln geworden, zu klassischen Medienprodukten, die sich – wie alle Produkte dieser Welt – dadurch auszeichnen, dass sie in sich geschlossen sind, eine kompakte Einheit darstellen und so ein handliches Gut bilden, das sich gegebenenfalls rasch handeln lässt. [...] Schließlich unterbricht, ja, zerstört die Logik des Produkts, die heute fast alle Content-Seiten kennzeichnet, die Grundbewegung des Internets; dieses Spiel der Spur, dieses Verfolgen von Fährten, das einen von einer Seite zur anderen weiter trägt und doch nie an ein Ziel kommt. Das ureigenste Moment des Webs geht dadurch verloren – und damit wohl auch das, was das Internet für Millionen Menschen binnen kürzester Zeit so aufregend und schön machte.“

Weblogs hingegen nützten das „Netz als Netz“, seien zwar auf eine Weise abgerundet, aber doch offen, meint Eigner. Während bisher Links im Sinne von weiterfüh-

render Literatur gesetzt wurden, schaffe es die Form des Weblogs erstmals, den Link zu einem integralen Bestandteil des Textes werden zu lassen:

„Einen Link zu setzen, bedeutet etwas 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, was auf den ersten Blick zu etwas führt, das wie ein Kommentar oder eine Erzählung aussieht, aber doch viel mehr ist. Weblog-Einträge ... sind wohl die erste Textform, die tatsächlich keinen Rand mehr hat. Nicht nur ihr Sinn weist weit über sie hinaus ... auch formal ist schwer festzulegen, wo ein Weblog-Eintrag beginnt und wieder aufhört: Der Eintrag schreibt ja den Link fort, führt ihn inhaltlich wie auch formal weiter – und damit auch das, was hinter dem Hyperlink steckt. „Texte“ entstehen so, die unbegrenzt sind, die folglich kein „Außen“ und „Innen“ mehr kennen, die sich dauernd öffnen („folge dem Link, sonst kannst du mich nicht verstehen“) und wieder verschließen („folge ihm noch nicht, lies einmal hier zu Ende“), die mit einer Heftigkeit zwischen diesen beiden Polen ... oszillieren, dass man als Leser eine Sammlung von Weblog-Einträgen permanent den Eindruck hat, noch auf einer (runden, produktartigen) Medien-Site zu sein, aber schon auch durch das Netz katapultiert zu werden.“

Eigners angedeutetes Phänomen der Oszillation ergibt sich in der Weblog-Praxis dadurch, dass Blogger über einen „Trackback“ eine Verknüpfung ihres Weblogs mit einem anderen vornehmen können. So können Diskussionen, die auf einem Weblog begonnen haben, auf einem anderen weitergeführt werden.

„Ein Oszillationsmedium entsteht auf diese Weise, mit dem auch das Hypertext-Prinzip neu bestimmt wird: Nämlich nicht mehr als (wissenschaftlicher) Modus, der nette Querverweise (und eine zahme Hypertextualität) hervorbringt, sondern als medienproduzierende Kraft, deren hyper-textuelle Erzeugnisse erste zufrieden stellende Antworten auf die Frage geben, was Medienproduktion im Internet eigentlich heißen soll.“ (Eigner 2002:122)

Eigner bezeichnet damit Weblogs durchaus als produzierendes und nicht nur reproduzierendes Medium. In dieser „produktiven Anwendung des Hypertext-Prinzips“ sieht er den Grund für den großen Erfolg der Weblogs. Während es in den 1990er Jahren noch um das reine Vernetzen von Texten ging, sei das Schreiben der Blogger heute eine „Fortsetzung ihrer Lesebewegung“ und umgekehrt:

„LesenSchreibenLesenSchreibenLesen ... , Ich sehe im Netz etwas, erzähle davon, ich kommentiere es, lese weiter, notiere, bin in einem permanenten aktiven wie passiven Fluss der Zeichenproduktion: Die semiotische Bewegung der BloggerInnen ist genauso neu wie das, was sie als Medium hervorbringt. Nicht vernetztes Schreiben oder Vergleichbares ist es, was zum Internet gehört, sondern eben diese sich dauernd drehende Rezeptions-Produktionsbewegung, die zu keinem Ende kommt.“ (Eigner 2002:123)

In dieser Rezeptions-Produktionsbewegung sieht Eigner gar die Entwicklung einer neuen Kulturtechnik, einer neuen „zeichentheoretischen Praxis“.

3.2 Weblogs und ihre Auswirkungen auf den traditionellen Journalismus

Trotz seiner enthusiastischen Sicht in Bezug auf Weblogs bezweifelt Eigner nicht, dass Weblogs nur eine Ergänzung zum redaktionellen Journalismus sind. Er sieht eine Wechselwirkung zwischen beiden Formen. Während die „Inselmedien“ als Informationsbasis für die Weblogger dienen, wirken Weblogs als Multiplikatoren:

„Auf einem Blog zu landen, garantiert einem Inselmedium massig Zugriffe; nicht nur, weil jeder Weblog seine tausendköpfige StammleserInnenschaft hat, sondern weil sich Einträge, die sich darauf befinden, im Sinne des SchreibenLesenSchreibenLesenSchreiben ... rasch fortpflanzen und deshalb am Ende eines Tages meist ein ganzes Paket an Blogs auf einen bestimmten Text, den man angeboten hat, verweist.“ (Eigner 2002:124)

Eine symbiotische Beziehung zwischen Blogs und klassischen Medien im Netz erkennt auch der deutsche Journalist und Weblogger Mario Sixtus:

„Erstere lenken Traffic auf zweitere und erstere müssten sich ansonsten mit der Nabelschau begnügen, wenn es zweitere nicht gäbe.“ (Sixtus 2004)

Die Angst vieler Journalisten, Blogger könnten ihnen als neue „Information-Gatekeeper“ den Rang ablaufen, hält Sixtus für irrational. Dass Blogger und Journalisten keineswegs in Konkurrenz zueinander stehen, bringt er in folgendem Vergleich auf den Punkt:

„Der Autor Elbert Hubbard sagte einmal: "Redakteure trennen die Spreu vom Weizen - und veröffentlichen die Spreu". Blogger verlinken und kommentieren den Weizen.“ (Sixtus 2003)

Peter Praschl, österreichischer Blogger der ersten Stunde, sieht in den J-Blogs vor allem Lernfelder für Journalisten (Praschl 2003:20). Einerseits könnten Journalisten in Weblogs experimentieren; Formen, Tonalitäten, Erzählweisen ausloten, die im professionalisierten Journalismus wenig Platz haben: „In Zeiten, in denen auch die journalistische Produktion oft standardisierte Ware ist, eine Erlösung – nicht nur für Autoren, sondern auch für Leser.“ Den Umgang mit den Lesern empfindet Praschl im Weblog intimer: „Über Leser-Blatt-Bindung wissen Weblogger nach kurzer Zeit

mehr als jeder Marketing-Mensch.“ Als Vorteil sieht Praschl weiters, dass Journalisten in ihren Weblogs ohne ökonomische Zwänge, Hierarchien und Konkurrenzkämpfe schreiben können:

„In der demokratischen Gemeinschaft der Weblogger, wo jeder sein eigenes Weblog gründen kann, finden sich Journalisten zwischen Leuten wieder, von denen die meisten keine Journalisten sind, aber dennoch aufmerksam lesen und oft bewundernswert gut schreiben können. Das wiederum könnte Journalisten nicht nur dankbar, sondern auch demütig machen – zwei Eigenschaften, die ihnen oft fehlen.“

Weblogs könnten darüber hinaus eine Möglichkeit für Journalisten sein, Einzelheiten über die Welt zu erfahren, die normalerweise unterhalb der journalistischen Wahrnehmungsschwelle liegen:

„Weblogs vermitteln ... genauer, ungefilterter, anrührender und meistens auch unterhaltsamer als die Produkte derer, die sich viel häufiger Reporter nennen, als sie es tatsächlich sind.“

3.3 Weblogs im Online-Angebot etablierter Medienhäuser – Eine Bestandsaufnahme

Wenngleich die überwiegende Mehrzahl etablierter Medienunternehmen dem Weblog-Phänomen eher passiv als Beobachter gegenübersteht, gibt es bereits erste Versuche, die neue Idee der Berichterstattung in das eigene Online-Angebot zu integrieren.

3.3.1 Zeitlich unbegrenzte Weblogs

Eines der ersten Medienhäuser, das die Weblog-Idee in den eigenen Internetauftritt zu integrieren versuchte, war die englische Zeitung „The Guardian“. Seit dem Jahr 2002 veröffentlichen Guardian-Redakteure täglich unter dem Titel „TheWeblog“¹ einen „pick of the best journalism from around the web“. Verlinkt wird in diesem Multi-Author-Weblog auf Headlines internationaler Pressehäuser ebenso wie auf Hintergrundberichte kleinerer regionaler Online-Zeitungen. In einigen Fällen, werden Einträge zu einem gewissen Thema zu einem „Special“ zusammengefasst. Ein

¹ <http://www.guardian.co.uk/weblog/>

„Guide to weblogs“¹ führt zu privaten Weblogs der Leser. Darüber hinaus betreut ein Guardian-Redakteur aus dem Ressort „Technik“ einen weiteren Weblog unter dem Namen „Onlineblog“², der sich mit News aus dem IKT-Bereich beschäftigt. Im Weblog „kickAAS - Kick all agricultural subsidies“³ schließlich setzen sich Guardian-Redakteure mit Neuigkeiten aus dem Bereich der Entwicklungszusammenarbeit auseinander.

Der britische Medienkonzern BBC lädt User ein, aus ihrer Region zu berichten. Nach eingehender Überprüfung können private Blogs Teil einer Plattform werden, die Blogs mit regionalem Bezug zusammenfasst. Nach dem Motto „What’s news in...“ werden auf diese Weise Berichte aus dem Bereich der Schottischen Inseln auf dem Blog-Portal „Island Blogging“⁴ zusammengefasst, vom Schottischen Festland berichten Weblogger auf dem Portal „Scotblog“⁵, Blogbeiträge aus der Krisenregion Nordirland werden auf dem Portal „Talk Northern Ireland“⁶. Es handelt sich bei diesen Weblogs jedoch nicht um Multi-Author-Weblogs, sondern um eine Zusammenfassung mehrerer Single-Author-Weblogs.

Über diese „Regionalnachrichten-Portale“ hinaus bietet BBC unter dem Namen „ouch!“⁷ ein spezielles Weblog mit Neuigkeiten aus dem Bereich der Behinderungen. Anders als die Weblogs auf den regionalen Portalen wird dieses Blog von einem BBC-internen Redakteur betreut.

Als erstes deutschsprachiges Medium hat im Jahr 2003 „Die Zeit“ die Form des Weblogs zur Berichterstattung aufgegriffen. Unter den Rubriken „Megawatt“,

¹ <http://www.guardian.co.uk/weblog/special/0.10627.744914.00.html>

² <http://www.onlineblog.com>

³ <http://kickaas.typepad.com>

⁴ <http://www.bbc.co.uk/scotland/wherelive/westernhighlandsandislands/islandblogging/>

⁵ <http://www.bbc.co.uk/scotland/webguide/scotblog/>

⁶ <http://www.bbc.co.uk/northernireland/talkni/blog.shtml>

⁷ <http://www.bbc.co.uk/ouch/weblog/>

„Fundsachen“, „Ideen und Irrtümer“, „Beruf Terrorist“ und „Achterbahn“ greifen Zeit-Redakteure Themen aus dem Internet auf¹.

In Österreichischen Medien finden sich zeitlich unbegrenzte Weblogs im Onlineangebot der Tageszeitungen „Kurier“ und „Der Standard“. Der „Kurier“ bietet ein redaktionell betreutes Weblog² zum Thema Kultur. Mit dem „Etat-Log“³ bietet „Der Standard“ in seiner Onlineausgabe kurz gehaltene Hinweise auf Berichte in anderen Medien. Anders als in einem klassischen Weblog ist der Link zur Originalquelle jedoch nicht Teil des Fließtextes, sondern ein „weiterführender“ Link am Textende.

Neben diesen beiden traditionellen Printmedien hat auch der Österreichische Rundfunk die Idee der Weblogs mittlerweile in seinem Internetangebot aufgegriffen, wenn auch mit gewissen Abweichungen von der klassischen Weblog-Form. So läuft etwa das Wissenschaftsportal „science.orf.at“⁴ auf Basis einer Weblogsoftware. Ausgewählte Experten veröffentlichen in diesem Multi-Author-Weblog Berichte, die in chronologischer Reihenfolge sortiert werden. Links „nach außen“⁵ werden jedoch nicht im Fließtext, sondern grafisch gesondert hervorgehoben dargestellt. Ebenfalls auf einer Weblog-Software basierend ist die Plattform des ORF-Radiosenders „fm4.orf.at“⁶. Die einzelnen Redakteure führen hier jedoch ein eigenes Single-Author-Weblog. Die aktuellsten Beiträge aus allen Weblogs werden auf einer gemeinsamen Startseite, bzw. in einzelnen Kategorieseiten zusammengefasst.

Obwohl diese Angebote auf den Seiten etablierter Medienanbieter erste Versuche sind, Weblogs als eigenen Bestandteil in den Online-Auftritt zu integrieren, zeigen folgende Übersichtstabellen, dass nur wenige der Angebote per definitionem der klassischen Form des Weblogs entsprechen, also sowohl die Möglichkeit zum Ver-

¹ <http://www.zeit.de/blogs/index/>

² <http://weblog.kult.kurier.at/>

³ <http://derstandard.at/?ressort=etatlog>

⁴ <http://science.orf.at>

⁵ vgl. Kap. 3.1

⁶ <http://fm4.orf.at/>

fassen von Kommentaren, als auch eine Archivfunktion enthalten und maschinell indizierbar sind.¹

Titel	Anbieter	Form	Indizierbar	Archivfunktion	Kommentarmöglichkeit
TheWeblog	The Guardian	Multi-Author	✓	✓	-
Onlineblog	The Guardian	Single-Author	✓	✓	✓
kickAAS - Kick all agricultural subsidies	The Guardian	Multi-Author	✓	✓	✓
Island Blogging, Scotblog, Talk Northern Ireland	BBC	Mehrere Single-Author-Weblogs auf einem Portal	Teilweise	Teilweise	✓
ouch!	BBC	Single-Author	-	✓	-
Blogs	Die Zeit	Multi-Author	✓	✓	✓
Kult Weblog	Kurier	Multi-Author	✓	✓	✓
Etat-Log	Der Standard	Multi-Author	-	✓	✓
science.orf.at	ORF	Multi-Author	-	✓	✓
fm4.orf.at	ORF	Mehrere Single-Author-Weblogs auf einem Portal	-	✓	✓

Tabelle 3: Vergleich zeitlich unbegrenzter Weblogs im Online-Angebot etablierter Medienhäuser

Quelle: Eigene Erstellung

3.3.2 Zeitlich begrenzte Weblogs

Häufiger als die oben genannten zeitlich unbegrenzten Weblogs finden sich im Online-Angebot etablierter Medien zeitlich begrenzte Weblogs. Ein bestimmtes Ereignis – meist an einem bestimmten, informationstechnisch unterversorgten abgelegenen Ort – wird von meist einem einzelnen Reporter in Form eines Weblogs dokumentiert. Warum Medienunternehmen in diesen Fällen zur Form des Weblogs greifen, liegt vermutlich in der einfachen Publiziermöglichkeit (Publizieren ist von jedem Computer mit Internetanschluss aus machbar). Mittels eines Satelliten-Mobiltelefonen wird es somit möglich, auch vom abgelegensten Ort der Erde beinahe in Echtzeit zu berichten. Erstmals intensiv genutzt wurde diese Form der Berichterstattung im Zu-

¹ vgl. Kap. 2.1

ge des zweiten Golfkrieges im Frühjahr 2003. Allerdings gab es auch hierbei unterschiedlichste Formen, die nur zum Teil einem klassischen Weblog entsprechen:

Am ehesten einem klassischen Weblog – mit Links „nach außen“¹ – entsprach der „Iraq War Weblog“² von Angela Gunn. Ab dem 20. März 2003 bis zum Ende des Irakkrieges erstellte die amerikanische Journalistin auf der Internetseite der „USA Today“ täglich eine Zusammenschau neuer Medienberichte innerhalb und außerhalb der USA. Sie verwies dabei aber auch auf andere Weblogs.

Die Form eines Multi-Author-Weblogs wählte der Britische Fernsehsender BBC. Anders als Angela Gunn, die eine Zusammenschau aus mehreren Medien lieferte, berichteten hier mehrere BBC-Reporter in ihrem gemeinsamen „BBC News Online's Reporters Log: War In Iraq“³ selbst über die Ereignisse im Nahen Osten, mit dem Ziel eine möglichst direkte, persönliche Berichterstattung in Tagebuchform zu bieten: „On this page BBC News Online logs their impressions and personal experiences as they watch events unfold“ (BBC News 2003).

Der deutsch-französische Fernsehsender „Arte“ berichtete im Zuge des Irak-Krieges ebenfalls in Form eines Weblogs. Im Mittelpunkt des Weblogs „Der Krieg im Irak. Die Achse Berlin-Paris“⁴ standen jedoch nicht Berichte aus dem Nahen Osten selbst, sondern ein Stimmungsbericht aus den beiden europäischen Städten:

„In den ersten Tagen nach Beginn des Krieges im Irak waren ein Pariser und ein Berliner Reporter in ihrer Stadt unterwegs. Sie haben Eindrücke von Orten gesammelt, die sich durch den Krieg verändert haben.“ (Arte)

Auch der Österreichische Rundfunk startete bereits erste Versuche, die Form des Weblogs als Form der Berichterstattung zu nützen. Der Journalist Bernd Pflughaupt begleitete die Ärztin und Nonne Ruth Pfau drei Wochen lang bei ihrer Arbeit mit

¹ vgl. Kap. 3.1

² <http://www.usatoday.com/news/world/iraq/2003-03-19-weblog.htm>

³ <http://www.bbc.co.uk/reporters>

⁴ <http://weblog.arte-tv.com/berlinparis/dtext/>

Leprakranken in Pakistan und berichtete auf dem Weblog „Ruth Pfau“¹ auf der Religionsplattform des ORF.

Der österreichische Privatradiosender „Kronehit“ lässt seine Moderatoren und Mitarbeiter abwechselnd im „Kronehit Community Weblog“² die Zuseher hinter die Kulissen des Senders blicken. Jeder Redakteur berichtet eine Woche lang. Die User können die einzelnen Einträge kommentieren. Von der klassischen Form eines Weblogs unterscheidet sich dieses Angebot jedoch dadurch, dass die einzelnen Einträge nicht archiviert werden.

Im Vergleich zu den zeitlich unbegrenzten Weblogs erfüllen die zeitlich begrenzten Weblogs im Online-Angebot von traditionellen Medienhäusern noch weniger alle Kriterien der klassischen Form eines Weblogs. So erfüllt etwa keines der Angebote das Kriterium der maschinellen Indizierbarkeit, die Möglichkeit zu kommentieren ist nur in zwei Fällen gegeben. Am ehesten wird das Kriterium der Archivierbarkeit erfüllt:

Titel	Anbieter	Form	Indizierbar	Archivfunktion	Kommentarmöglichkeit
Iraq War Weblog	USA Today	Single-Author	-	✓	-
BBC News Online's Reporters Log: War In Iraq	BBC	Multi-Author	-	✓	-
Der Krieg im Irak. Die Achse Berlin-Paris	Arte	Multi-Author	-	✓	-
Ruth Pfau	ORF	Single-Author	-	✓	Indirekt über Forum
Kronehit Community Weblog	Kronehit	Single-Author	-	-	✓

Tabelle 4: Vergleich zeitlich begrenzter Weblogs im Online-Angebot etablierter Medienhäuser

Quelle: Eigene Erstellung

¹ http://religion.orf.at/projekt02/weblog/ruth_pfau.htm

² <http://www.kronehit.at/community/weblog/weblog/>

3.4 J-Blogs: „Private“ Weblogs professioneller Journalisten – Experten berichten aus der „Blogosphere“

Wie das vorangegangene Kapitel zeigt, haben Journalisten in ihrer täglichen Arbeit nur sehr selten die Aufgabe, ein Weblog als Teil ihrer beruflichen Publiziertätigkeit zu führen. Wenn Journalisten bloggen, dann eher auf privater Ebene. Vor allem im anglo-amerikanischen Raum gibt es zahlreiche „bloggende“ Journalisten, im deutschen Sprachraum nur vereinzelt.

Im Rahmen dieser Arbeit wurden vier bloggende Journalisten bzw. Experten aus dem wissenschaftlichen Bereich nach ihren Motiven befragt, auf privater Ebene einen Weblog zu betreiben, sowie nach ihrer Meinung über die Auswirkung des Weblog-Phänomens auf den Journalismus bzw. die zukünftige inhaltliche Entwicklung von Weblogs.

3.4.1 Auswahl der Interviewpartner

Da sich in der Ausprägung des Weblog-Phänomens starke regionale Unterschiede ergeben, wurden hinsichtlich der Auswahl der Interviewpartner auf möglichst breite regionale Verteilung Wert gelegt. Da das Weblog-Phänomen vor allem in den USA sehr weit verbreitet ist, wurde ein Interviewpartner aus den USA ausgewählt (Dan Gillmor). Um auch einschätzen zu können, wie stark sich die Auffassung in Bezug auf Weblogs in den USA im Vergleich zum deutschen Sprachraum unterscheidet, wurde ein deutscher Wissenschaftler aus dem Bereich der Informationstechnologie ausgewählt (Jörg Kantel). Um auch für die österreichische Medienwelt relevante Aussagen zu erlangen, wurden schließlich auch zwei österreichische Experten in die Reihe der Befragten aufgenommen (Peter Praschl, Thomas N. Burg). Als gemeinsames Kriterium für die Auswahl galt deren häufige Erwähnung in der Fachliteratur. Alle befragten Experten gelten in der jeweils regionalen Weblogger-Szene als Pioniere und können einschlägige Publikationen in Fachzeitschriften vorweisen.¹

¹ Detaillierte Informationen über die einzelnen Interviewpartner siehe **Anhang I**

3.4.2 Methode

Als Grundlage für die qualitativen, teilstandardisierten Experteninterviews diente ein Leitfaden mit 11 Fragen, der sich in die Bereiche „Persönlicher Zugang“, „Die weitere Entwicklung von Weblogs“ und „Einfluss der Weblogs auf den Journalismus“ gliederte.¹ Den ausländischen Interviewpartnern wurde der Leitfaden per email übermittelt und um schriftliche Beantwortung der Fragen gebeten. Inländische Interviewpartner wurden persönlich interviewt. Die Interviews wurden aufgezeichnet und in Folge vollständig transkribiert.

Auf Grundlage dieser Rohdaten erfolgte eine materialorientierte Bildung von Auswertungskategorien im Sinne der methodischen Aufarbeitung leitfadensorientierter Interviews nach Schmidt (2003:447ff.). Im weiteren Prozess wurden die Aussagen aus den Interviews diesen Auswertungskategorien zugeordnet und miteinander in Beziehung gesetzt.

3.4.3 Ergebnisse

Folgende Zusammenstellung bietet eine Auswahl der markantesten und für die Auseinandersetzung im Rahmen dieser Arbeit bedeutendsten Einzelaussagen. Die Zwischenüberschriften entsprechen den oben genannten Auswertungskategorien.

Persönlicher Zugang:

Auf Weblogs aufmerksam wurden mit Ausnahme von Gillmor alle Befragten eher durch Zufall beim Surfen im Internet im Zeitraum zwischen April 2000 und April 2002. Die Gründe für die Errichtung eines eigenen Weblogs liegen meist im Interesse an der Publizierform selbst. Kantel betont in diesem Zusammenhang sehr deutlich die Motivation zur außerredaktionellen Publikation:

„Es erinnerte mich spontan an etwas, was ich eigentlich schon immer wollte: Schreiben ohne Chefredakteur, ohne den Druck, publizieren zu müssen, spontan und direkt.“

Vorteile der neuen Publizierform:

Burg sieht in diesem Zusammenhang vor allem die Syndizierbarkeit der Inhalte, und damit die Austauschmöglichkeit als entscheidenden Vorteil:

¹ Vollständiger Fragebogen siehe **Anhang II** (deutsch) und **Anhang III** (englisch)

„Ich verknüpfe sozusagen auf diesem Weg für mich relevante Informationsnetzwerke ... und habe durch das [Anm.: einheitliche] Publikationsformat und Syndizierungsformat eine Beschleunigung der Informations- und Wissensverbreitung in einer für mich bis dahin nicht bekannten Form.“

Der im ersten Kapitel dieser Arbeit besprochenen und in der Blogosphere häufig diskutierten Überlegung, Weblogs könnten zu einer Demokratisierung der Öffentlichkeit beitragen, stehen alle Befragten sehr skeptisch gegenüber. Die technisch einfache Möglichkeit zur Publikation allein könne keine Demokratisierung auslösen, meint Burg. Er sieht darin auch nicht das eigentliche Anliegen von Weblogs:

„Ich glaube nicht, dass es die besondere Charakteristik von Weblogs ist, oder der besondere Auftrag, die „hidden agenda“, zu einer Demokratisierung der Gesellschaft zu führen. (...) Weblogs sind ein Tool, ein Format, aber nicht gleichzeitig eine Bewusstseinsänderung oder Organisationsänderung von Gesellschaft.“

Weblogs würden im Hinblick auf die Möglichkeit zu publizieren zwar zum Fall von Barrieren beitragen, die Frage sei nur, ob das Publizierte auch von einer breiten Öffentlichkeit wahrgenommen werde.

„Der Punkt ist, dass hier ... das mentale Modell des Massenmedialen abgelöst wird zugunsten eines Modells, das kleine – im weitesten Sinne – Arbeitsgruppen, Inhaltegruppen, kleine Communities möglich macht, auf einem hohen Niveau. Also: meine Forschungsinteressen teile ich mit denen, die online präsent sind. (...) Das heißt: ich habe nicht eine regional eingegrenzte potentielle Interessensgemeinschaft, sondern eine, die global agiert und die aufgrund der Blogtechnologien sehr, sehr schnell vernetzt ist. (...) Ich will jetzt aber nicht sagen, dass das unbedingt Demokratisierung bedeutet.“

Auch Praschl sieht in den Weblogs eher einen Gegensatz zu den Massenmedien:

„Sie [Anm.: Weblogs] sprechen nicht zur breiten Öffentlichkeit (und wenn sie es versuchen, wirken sie meistens reichlich albern). Weblogs sprechen zu – oder sogar: mit – einzelnen, herumstreunenden Lesern. Diese allerdings können durch Weblogs gewaltig verändert werden, andere Perspektiven kennen lernen, durchgeschüttelt werden, das Bedürfnis und den Mut finden, selbst zu sprechen/schreiben; was ich durchaus für gewaltige Effekte halte. Ob diese Effekte in der Summe „demokratisierend“ wirken? Keine Ahnung, so anmaßend will ich nicht sein. Jedenfalls sind sie ein rarer Ort für eher unreglementierte Kommunikationen, für das Palaver, das sonst kaum stattfindet.“

Zukünftige Entwicklung:

Den größten Vorteil von Weblogs sieht Burg in deren inhaltlicher Unabhängigkeit. Weblogs sind für ihn ein Publikationsformat, das in jedem Zusammenhang verwendet werden kann:

„Weblogs sind eine Technologie und ein Format und sind nicht gebunden an einen bestimmten Kanal. Mit Kanal meine ich: sie sind nicht gebunden an einen bestimmten journalistischen Einsatz oder an eine bestimmte Altersgruppe, oder an eine bestimmte regionale Gruppe. [...] Also der Terminus Weblog legt noch nicht den Verwendungszusammenhang fest, so wenig wie etwa ein Telefon auf eine bestimmte Verwendungsart festgelegt ist.“

Diese Vielfalt wird von allen Befragten sehr geschätzt, lasse jedoch in dieser Phase der Entwicklung noch keine Prognosen zu. Praschl lässt sich dennoch auf eine Analyse der zukünftigen Entwicklung ein und sieht vor allem ein weiteres Anwachsen der persönlichen Tagebücher, die sich jedoch vom Single-Author-Weblog hin zu einem „Mikro-Community-Weblog“ für Freundeskreise, Schulklassen etc. weiterentwickeln könnten. Auf jeden Fall erwartet Praschl einen Anstieg der „Non-public-Weblogs“, also der geschlossenen Diskussionszirkel, vor allem im wissenschaftlichen Bereich. Eine verstärkte Nutzung sieht er zukünftig auch im Bereich der „amateurhaften politischen Meinungsbildung“:

„All die Leute, die früher Leserbriefe geschrieben haben und denen im Netz nun niemand mehr in den Arm fällt...“

Eine Kommerzialisierung des neuen Formats ist für alle Befragten denkbar. Allerdings stecken auch in diesem Bereich Weblogs noch in ihren „Flegeljahren“ (Kantel). Keiner der Befragten sieht kommerzielle Nützung per se als schlecht bzw. sogar als Tod des neuen Genres. Gillmor sieht Kommerzialisierung als natürliche Entwicklung einer neuen Technologie:

„This is a sign of maturity and growth, not a bad thing at all.“

Die User selbst würden letztendlich bestimmen, ob eine Kommerzialisierung möglich ist. Praschl äußert in diesem Zusammenhang Skepsis:

„In der Verschenk-Ökonomie des Netzes ist man als Leser nur selten darauf angewiesen, auch für exzellente Informationen, Texte, kulturelle Experimente usw. bezahlen zu müssen. Warum sollte jemand Geld für etwas ausgeben, das er anderswo ebenso gut ohne Bezahlung bekommen kann?“

Eine Ausnahme sieht Praschl im Bereich hochspezialisierter Informationsdienste wie Börseanalysen oder Wissenschafts-Nachrichten.

Kantel vermutet am ehesten ein Nebeneinander von kommerzieller und nicht kommerzieller Nutzung:

„Ich denke, in Zukunft wird es ebenso ein Nebeneinander geben von „Profi“-Weblogs und Weblogs von „Amateuren“, wie es ein Nebeneinander von Zeitschriften und Fanzines gibt.“

Einfluss der Weblogs auf den traditionellen Journalismus:

Generell sehen alle Befragten in den Weblogs eher eine Ergänzung zum traditionellen Journalismus, keinen Ersatz dafür. Gillmor:

„They [Anm.: Weblogs] will complement in most cases, and may replace in a few cases.“

Während traditionelle Medien in den USA die Weblogs als neue Publikationsform bereits vor Jahren wahrgenommen hätten, sei diese Wahrnehmung allmählich über Großbritannien, Holland und Deutschland kommend nun erst jetzt auch in Österreich spürbar, meint Burg. Praschl betont in seinen Aussagen vor allem den vielfachen Benefit für Medienunternehmen, wenn sie sich mit dem Weblog-Phänomen ernsthaft auseinandersetzen:

„Weblogs haben ein paar Qualitäten, die man in professionellen Medien (manchmal jedenfalls) gut gebrauchen könnte: Schnelligkeit, Wendigkeit, eine intime Beziehung zum Publikum, Spontaneität, „Nervosität“, Authentizität, Autorenprinzip. Das alles können (und werden) sich Medien zunutze machen – aber eher als Ergänzung, Expansion denn als ihre eigenen Qualitäten über Bord zu werden.“

Die möglichste Variante, wie traditionelle Medien die Idee der Weblogs in ihr eigenes Angebot aufnehmen können, sieht er in der Form eines Korrespondenten, der in Form eines Weblogs über ein bestimmtes Ereignis berichtet. Eine weitere Möglichkeit sieht Praschl für Wissenschaftsredakteure, die in Weblogs ihre Beiträge weiterverfolgen, vertiefen und mit Lesern debattieren:

„Überflüssig zu sagen, dass ich das großartig fände. Und dass das einem Medium zugute käme: es würde Publikum binden, es würde bei einem medien- und internetaffinen Publikum credibility gewinnen, es würde seine Mitarbeiter glücklicher machen (jeder Journalist kommuniziert gerne mit Lesern direkt – statt über den Apparat).“

Neben dem eigenen Betrieb eines Weblogs, erkennen alle Befragten auch einen Nutzen für Journalisten, selbst wenn sie nur passiv in der Blogosphäre agieren. Weblogs könnten ein guter Startpunkt für die Recherche sein, die Ansatzmöglichkeit ein Thema zu finden, meint Burg:

„Ich denke mir, Blogs sind schon insofern ein guter Einstiegspunkt, weil Weblogger ... eine Art „informationsverarbeitende Elite“ sind; Leute, die nicht nur im Web hängen, sondern die auch andere Medien sehr stark konsumieren, die generell sehr starke Informationsverarbeiter sind.“

Praschl sieht den direkten Benefit, der durch die passive Nutzung erzielt werden kann, sehr ähnlich:

„Weblogs sind ... subjektivitischer/ungefilteter/wilder als viele Quellen, die man als Journalist sonst zur Verfügung hat. [...] Durch Weblogs bekomme ich als Journalist erstens eine Ahnung davon, wie Stimmungen so sind (Beispiel: wie laufen öffentliche Debatten in den USA über den Verlauf des Irak-Krieges...) und erfahre zweitens Neuigkeiten aus bestimmten Bereichen schneller als über die bisherigen Kanäle.“

Kantel sieht noch mehr Möglichkeiten, Weblogs passiv journalistisch zu nutzen:

„Man kann sie [Anm.: Weblogs] ... als Materialsammlung, z.B. als erweiterte Linkliste nutzen, man kann dort während der Recherche mit anderen diskutieren, man kann verschiedene Versionen eines Textes ausprobieren ...“

Einigkeit herrscht unter den Experten auch in der Frage, ob Blogs den journalistischen Grundregeln der Nachvollziehbarkeit der Quelle, doppelter Recherche usw. entsprechen müssten. Journalistische Standards werden zwar begrüßt, wirklich zwingend könnten sie für Weblogger jedoch nicht sein, meint Praschl:

„Journalistische Standards haben für Journalisten zu gelten, und es ist eine Schande, dass sie es zunehmend nicht tun. Für Weblogger sind sie nicht obligatorisch und sollten es auch nicht sein. Wenn Weblogger sie ernst nehmen, ist man dankbar.“

Kantel sieht die Nachvollziehbarkeit der Quelle in Weblogs ohnehin naturgegeben:

„Die Quellen werden angegeben, die Ergebnisse sind daher nachvollziehbar und wenn es eine Fehlinformation gibt, ist sie in kürzester Zeit entweder in den eigenen Kommentaren oder in einem anderen Weblog korrigiert worden.“

Burg erkennt hinsichtlich der Glaubwürdigkeit der Inhalte keinen Unterschied zwischen Weblogs und herkömmlichen Quellen:

„Ich glaube, es ist die Aufgabe eines jeden Journalisten, seine Quellen zu prüfen. (...) Wie er das überprüft, ist seine Sache. Die Regeln, auch nicht online publizierte Quellen auf ihre Echtheit hin zu überprüfen, haben sie ja im Laufe der Jahre entwickelt und im Onlinebereich läuft es gleichermaßen. Ich würde Blogs daher per se weder als glaubwürdiger, noch als weniger glaubwürdig als andere Quellen sehen.“

Auch Gillmor unterscheidet hinsichtlich seiner Arbeitsweise nicht, ob er für seinen Arbeitgeber oder für sein Weblog schreibt:

„In general, I follow the same journalistic avenues as before: reporting to find as many facts as possible; listening to opposing viewpoints, being fair, etc.“

Objektivität müsse in einem Weblog nur dann herrschen, wenn es sich um den Blog eines journalistischen Berichterstatters handle, meint Gillmor:

„A news reporter with a blog should probably not interject his opinions, at least not on what he covers on his beat, into a blog.“

Prinzipiell aber gehöre Subjektivität zur Natur eines Weblogs. Kantel:

„Blogs sind keine Nachrichten, Blogs sind Kommentare und daher hochgradig subjektiv. Objektivität wäre der Tod eines Weblogs.“

4 Problemfelder

4.1 Müssen „journalistische Tugenden“ auch für Blogger gelten?

Wie im vorigen Kapitel erwähnt, herrscht unter Bloggern die weit verbreitete Auffassung, sich nicht obligatorisch an journalistische Standards halten zu müssen. Dennoch gibt es auch innerhalb der Blogosphäre Bestrebungen, höhere Qualitätsstandards zu erreichen. Zuvor gilt es jedoch die Frage nach den Qualitätsmerkmalen professioneller Berichterstattung zu klären. Da es auch auf dieser Ebene keine international allgemeingültigen Regelungen gibt, beschränkt sich folgendes Kapitel auf die bestehenden Kodizes in Österreich.

4.1.1 Qualitätsmerkmale professioneller Berichterstattung

Ein probates Mittel, die Qualität der eigenen journalistischen Arbeit dauerhaft zu sichern, ist in erster Linie die freiwillige Selbstkontrolle. Obwohl in vielen Redaktionen eigene Ehrenkodizes bestehen, in denen diese Qualitätsmerkmale festgeschrieben sind, gibt es auch überredaktionelle Kodizes, zu deren Einhaltung sich die einzelnen Redaktionen freiwillig verpflichten können.

Unter dem Titel „Grundsätze für die publizistische Arbeit“ hat der Österreichische Presserat einen allgemeingültigen Ehrenkodex für die österreichische Presse festgelegt, der im Bedarfsfall laufend ergänzt oder in Form von Richtlinien interpretiert werden kann. In konkreten Anlassfällen kann es seitens des Presserates zu einer Prüfung kommen, ob es Verstöße gegen einzelne Aspekte des Ehrenkodex gegeben hat. Zeitungen und Zeitschriften, die sich zur Einhaltung des Ehrenkodex bereit erklären, verpflichten sich, etwaige Erkenntnisse des Österreichischen Presserates, die sich gegen das eigene Medium richten und deren Veröffentlichung beschlossen wurde, zu publizieren.

Die folgende Übersicht bietet eine begrenzte Auswahl an jenen Grundsätzen, die auch für Weblogger von Bedeutung sein könnten:

„ 2.1 Gewissenhaftigkeit und Korrektheit in Recherche und Wiedergabe von Nachrichten und Kommentaren sind oberste Verpflichtung von Journalisten. [...]

2.3 Beschuldigungen dürfen nicht erhoben werden, ohne dass nachweislich wenigstens versucht worden ist, eine Stellungnahme der beschuldigten Person(en) oder Institution(en) einzuholen. Handelt es sich um die Wiedergabe einer öffentlich erhobenen Beschuldigung, ist dies deutlich kenntlich zu machen. [...]

2.5 Wenn zu einem Bericht von Leserseite eine begründete Richtigstellung einlangt, soll diese so weitgehend und so rasch wie möglich veröffentlicht werden. [...]

3.1 Für die Leserinnen und Leser muss klar sein, ob es sich bei einer journalistischen Darstellung um einen Tatsachenbericht oder die Wiedergabe von Fremdmeinung(en) oder um einen Kommentar handelt.

3.2 Vor der Wiedergabe von Fremdmeinungen sollte deren Stichhaltigkeit überprüft werden, wenn gravierende Zweifel an der Richtigkeit eines Zitates bestehen. [...]

4.4 Persönliche materielle Interessen dürfen die journalistische Arbeit nicht beeinflussen.

4.5 Wirtschaftliche Interessen des Verlages dürfen redaktionelle Inhalte nicht in einer Weise beeinflussen, die Fehlinformationen oder Unterdrückung wesentlicher Informationen zur Folge haben könnte. [...]

5.2 Persönliche Diffamierungen, Verunglimpfungen und Verspottungen verstoßen gegen das journalistische Ethos. [...]

5.4 Pauschalverdächtigungen und Pauschalverunglimpfungen von Personen und Personengruppen sind unter allen Umständen zu vermeiden. [...]

6.1 Die Intimsphäre jedes Menschen ist grundsätzlich geschützt. [...]

6.5 Bei der Befragung und beim Fotografieren von Kindern und in der Berichterstattung über Fälle, die deren Existenz nachteilig beeinflussen kann, ist besondere Zurückhaltung geboten. [...]

7.3 Bei der Verwendung von Privatfotos ist die Zustimmung der Betroffenen bzw. im Fall von Minderjährigen der Erziehungsberechtigten einzuholen, es sei denn, an der Wiedergabe des Bildes besteht ein berechtigtes öffentliches Interesse. [...]

9.1. In konkreten Fällen, insbesondere bei Personen des öffentlichen Lebens, wird es notwendig sein, das schutzwürdige Interesse der Einzelperson an der Nichtveröffentlichung eines Berichts bzw. Bildes gegen ein Interesse der Öffentlichkeit an einer Veröffentlichung sorgfältig abzuwägen.

9.2. Öffentliches Interesse im Sinn des Ehrenkodex für die österreichische Presse ist besonders dann gegeben, wenn es um die Aufklärung schwerer Verbrechen, den Schutz der öffentlichen Sicherheit oder Gesundheit oder um die Verhinderung einer Irreführung der Öffentlichkeit geht.

9.3. Fotos, die unter Missachtung der Intimsphäre der (des) Abgebildeten entstanden sind (etwa durch Auflauern), dürfen nur dann veröffentlicht werden, wenn ein über das Voyeurhafte hinausgehendes öffentliches Interesse klar ersichtlich ist.“ (Österreichischer Presserat 1999:2ff.)

Zusammenfassend betreffen die für Weblogs relevanten journalistischen Standards also vor allem die Bereiche „Genauigkeit“ (2.1, 2.3, 2.5), „Unterscheidbarkeit“ (3.1, 3.2), „Einflussnahmen“ (4.4., 4.5), „Persönlichkeitsschutz“ (5.2, 5.4), „Intimsphäre“ (6.1, 6.5), „Materialbeschaffung“ (7.3) und Öffentliches Interesse (9.1, 9.2, 9.3).

4.1.2 Ethik für Blogger

John Hiler (2002), Herausgeber des wissenschaftlichen Weblogs „Microcontent News“ führt die ethischen Standards für Journalisten letztendlich auf einen Begriff zurück: Vertrauen. Den Grund, warum Medien und ihre Journalisten die journalistischen Standards einzuhalten trachten, liegt für ihn darin, eine Vertrauensbasis zum Leser/Hörer/Seher herzustellen. Genauso wie für professionelle Journalisten, könne auch für amateurhafte Journalisten nur eine Vertrauensbasis dauerhaft sichern, von den Lesern ernst genommen zu werden:

„As a rule, we place a tremendous amount of trust in our news organizations. When I pick up the New York Times, I trust it to give me the news straight: unbiased, objective, and entirely edited. (...) Without that trust the New York Times wouldn't have any reputation as a news organization and would quickly go out of business. [...] Journalism is built on a foundation of trust. This assumption underlies any Journalism Code of Ehtics, for Amateur or Professional Journalists alike.”

Auf dieser Erkenntnis basierend versucht Hiler, einen Ehrenkodex für Weblogger zu erstellen, der vor allem die Aspekte Unvoreingenommenheit, Genauigkeit und Persönlichkeitsschutz in Betracht zieht. Im Vergleich zu journalistischen Ehrenkodizes wirken die Regeln in Hilers “Blogging Code of Ethics” eher aufgeweicht:

„ **1. Amateur Journalists are inherently biased.** What's crucial is not pure objectivity, but full disclosure. It is the responsibility of Amateur Journalists to fully disclose their agenda and background somewhere on their site. If a particular aspect of their background is especially relevant to a particular subject, that bias should be highlighted in any article on that subject.

2. Caveats are critical online. Accuracy is still important, but sometimes it's OK to print information that you haven't confirmed with multiple sources. Just make sure that you label it as such. Never ever publish information that you know not to be true. And if there's any doubt as to the accuracy of the information, caveat it clearly so that it's clear.

3. Blogging doesn't magically make you immune from Libel and Slander. If your article isn't clearly marked as opinion, you should give the subject of your piece a chance to respond in print. This means dropping them an email or picking up the phone.”

Wie John Hiler sieht auch Rebecca Blood (2002) Vertrauen zum Leser als Grundlage ihres Verhaltenskodex für Weblogger. Sie setzt jedoch wesentlich härtere Maßstäbe an und empfiehlt als erste aller Regeln Genauigkeit:

„1. Publish as fact only that which you believe to be true.“

Blood empfiehlt, nur jene Informationen zu veröffentlichen, die der Weblogger auch für gesichert annimmt. Bestehen Zweifel über die Richtigkeit, so sollte der Weblogger dies in seinem Eintrag auch vermerken.

Um dem Leser die Möglichkeit zu geben, auch die ursprüngliche Quelle „gebloggter“ Information zu rezipieren, sollte auf diese verlinkt werden:

„2. If material exists online, link to it when you reference it.“

Obwohl dies der Charakteristik eines Weblogs entsprechend ohnehin gegeben zu sein scheint, empfiehlt Blood – mit entsprechenden Hinweisen – auch auf jene Seiten zu verlinken, die der Meinung des Bloggers widersprechen:

„Referencing material but selectively linking only that with which you agree is manipulative. Online readers deserve, as much as possible, access to all of the facts – the web, used this way, empowers readers to become active, not passive, consumers of information.“

Ähnlich einem “Erratum” müsse auch der Weblogger Einträge richtig stellen, wenn er nachträglich Fehler in seinen Online-Publikationen entdeckt:

“3. Publicly correct any misinformation.“

Um “tote links” in der Blogosphäre zu vermeiden, empfiehlt Blood, Einträge nicht nachträglich zu löschen oder kommentarlos zu verändern:

„4. Write each entry as if it could not be changed; add to, but do not rewrite or delete, any entry.“

Dies erhöhe die Integrität der eigenen elektronischen Publikationen, ist Blood überzeugt:

„The network of shared knowledge we are building will never be more than a novelty unless we protect its integrity by creating permanent records of our publications. (...) History can be rewritten, but it cannot be undone. Changing or deleting words is possible on the Web, but possibility does not always make good policy. Think before you publish and stand behind what you write.“

Als wesentlichen Vertrauensgrundsatz sieht Blood auch, die Leser des Weblogs über die Unvoreingenommenheit einem besprochenen Thema gegenüber zu informieren:

“5. Disclose any conflict of interest.“

Ähnliches gilt, wenn der Weblogger Informationen aus einer vermutlich voreingenommenen Website rezitiert:

„6. Note questionable and biased sources.“

Anhand folgenden Beispiels versucht sie die Problematik, auf welcher diese Verhaltensregel gründet, zu erklären:

„A thoughtful summation of the Israeli-Palestinian conflict may be worth reading whether it is written by a member of the PLO or a Zionist – but readers have the right to be alerted to the source.“

Bloods Verhaltenskodex für Weblogger unterscheidet sich also bei genauerer Betrachtung nur unwesentlich von jenem für professionelle Journalisten.

4.2 Kurze Lebensdauer

Neben dem Fehlen eines allgemeingültigen Verhaltenskodex konstatieren Kritiker des Weblog-Phänomens immer wieder den hohen Anteil an „verwaisten“ Weblogs, bzw. die schlechte Aktualisierungsfrequenz aktiver Weblogs.

4.2.1 Verwaiste Weblogs

Der amerikanische Softwarekonzern Perseus legt in seiner im Oktober 2003 veröffentlichten Untersuchung (Henning 2003) den Anteil an zumindest zwei Monate lang nicht aktualisierten Blogs mit 66% fest. Anhand von 3634 Weblogs acht verschiedener amerikanischer Anbieter wurde die Anzahl aller bestehenden Blogs auf 4,12 Millionen weltweit hochgerechnet.¹ Der Studie zur Folge wurden 60% der verwaisten Weblogs zwar eingerichtet, erhielten aber nie einen Eintrag; die durchschnittliche Lebensdauer der übrigen 40% an verwaisten Weblogs betrug 126 Tage, also etwas mehr als 4 Monate. Da die durchschnittliche Länge der Einträge aus verwaisten Blogs nur 58% der Länge der Einträge aus aktiven Blogs entsprach, kommen die Forscher zum Schluss, dass der Hauptfaktor für die Verwaisung der Blogs in einem Mangel an Schreibfreude der jeweiligen Betreiber liegt.

¹ vgl. Kap. 2.2

Das „National Institute for Technology and Liberal Education“ (NITLE) in South Burlington, Vermont¹ kommt in seiner Studie auf ein weniger dramatisches Verhältnis. Aus einer Zufallsauswahl von 529 Weblogs betrug die Anzahl verwaister Blogs insgesamt nur 36%.² Als „aktiv“ galten Weblogs, die über mindestens einen Eintrag innerhalb der letzten acht Wochen verfügten; mit „nicht identifiziert“ bezeichneten die Untersucher jene Seiten, die zwar Weblog-Software nützten, aber nicht als Weblog geführt wurden; „404 Error“ bedeutet, dass das Weblog zum Zeitpunkt der Untersuchung nicht abrufbar war; als „geschlossen“ wurden jene Weblogs bezeichnet, in denen der Betreiber expliziert darauf hinweist, das Weblog zukünftig nicht mehr weiter zu aktualisieren³; mit „Testseite“ wurden jene Blogs betitelt, die ausschließlich Testeintragungen enthielten; „nicht aktualisiert“ schließlich bedeutet im Rahmen der Untersuchung, dass ohne Angabe besonderer Gründe seit mindestens acht Wochen kein Eintrag erfolgt ist. Folgende Grafik zeigt anteilmäßig, unter welchen Umständen in Untersuchung Weblogs als verwaist galten.

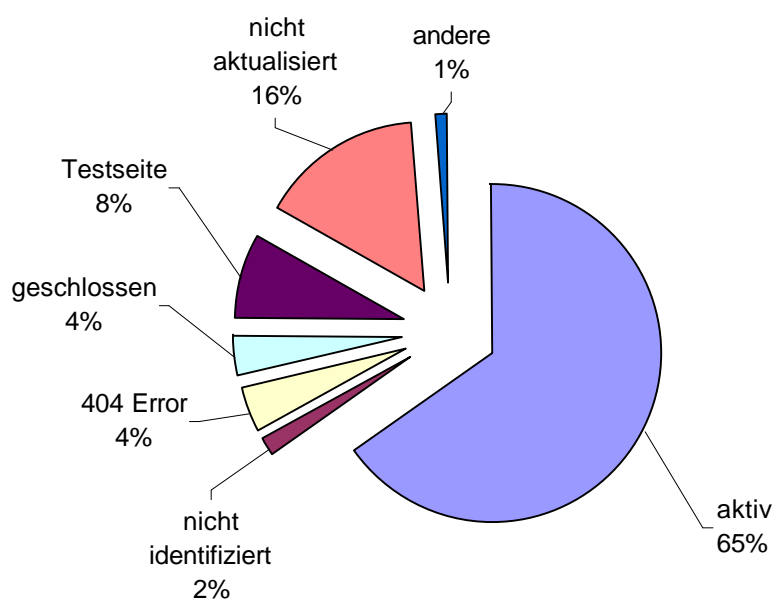


Abbildung 1: Anteil verwaister Weblogs

Quelle: Eigene Erstellung nach NITLE (2003)

¹ <http://www.blogcensus.net>

² Stand: 28.07.2003

³ Dieser Hinweis muss mindestens acht Wochen vor dem Untersuchungszeitpunkt erfolgt sein.

4.2.2 Aktualisierungsfrequenz aktiver Weblogs

Dem „National Institute for Technology and Liberal Education“ zufolge gelten Weblogs als „aktiv“, wenn innerhalb der letzten acht Wochen mindestens ein Eintrag erfolgt ist. Dieses Zeitlimit stößt in der Blogosphere immer wieder auf Kritik (Marlow 2003). Zur Untersuchung gelangte deshalb auch die Aktualisierungsfrequenz aktiver Weblogs. Die folgende Grafik zeigt die summierte Aktualisierungsfrequenz der beiden Kategorien „aktiv“ und „nicht aktualisiert“¹:

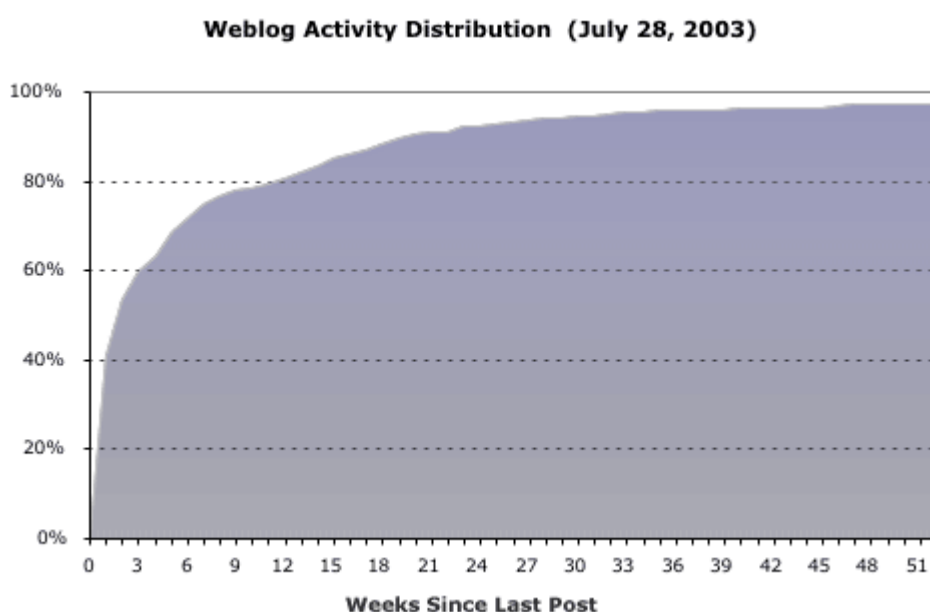


Abbildung 2: Weblog Activity Distribution

Quelle: NITTE (2003)

77% aller Weblogs der beiden Kategorien „aktiv“ und „nicht aktualisiert“ enthalten demnach innerhalb der letzten acht Wochen mindestens einen Eintrag; 95% der Weblogs wurden immerhin mindestens einmal jährlich aktualisiert.

¹ Gemeint sind die Kategorien aus Abbildung 1.

5 Zusammenfassung

5.1 Die virtuelle Gesellschaft – Veränderungen im Journalismus

Während Kritiker in der globalen Vernetzung eine Zersplitterung der Gesellschaft sehen, in der nationalstaatliche Gesetze und Regelungen unwirksam werden und leicht umgangen werden können, erkennen Befürworter darin heute mehr denn je die Chance für eine Demokratisierung einer breiten Öffentlichkeit:

Durch die Möglichkeiten des Internet können Medienrezipienten erstmals ohne großen technischen Aufwand zu Medienproduzenten werden. Marktmechanismen, die bislang den Einzelnen allenfalls zum amateurhaften Produzenten werden ließen, verlieren zunehmend an Bedeutung. Repressiver Mediengebrauch verwandelt sich zunehmend in emanzipatorischen. Das „Peer-to-peer“-Prinzip, also der Informationsaustausch in einem Netzwerk gleichrangiger Teilnehmer fasst immer stärker Fuß. Über den (illegalen) Austausch von Multimedia-Dateien hinaus, schwappt dieses Prinzip allmählich auch in den Bereich des Journalismus über. Die Grenzen des Journalismus verschwimmen zusehends, undefinierbare Grauzonen entstehen. An die Stelle professioneller Redaktionen tritt mehr und mehr Eigeninitiative und Selbstkontrolle der Teilnehmer.

5.2 Die neue Form des Publizierens: Weblogs

Dieser Trend hin zum Peer-to-peer-Journalismus hat schließlich zum Entstehen einer neuen Form des Publizierens geführt: Weblogs. Vom ersten Betreiber im Jahr 1994 als reines Online-Tagebuch konzipiert, entwickelte sich daraus bald ein neues Genre: Immer mehr Internetuser hielten die Höhepunkte ihrer täglichen „Surftour“ durch das Internet in ihrem „Web-Logbuch“ fest, setzten Links zu den Ursprungsquellen und versetzten diese mit persönlichen Kommentaren. Die Entwicklung leicht zu bedienender, kostengünstiger Software führte schließlich zu einer weltweiten Verbreitung dieser Darstellungsform. Schätzungen sprechen heute bereits von über 4 Millionen Weblogs weltweit.

Nicht zuletzt haben die Terroranschläge vom 11. September 2001, sowie die darauf folgenden Kriege in Afghanistan und im Irak zu einer sprunghaften Verbreitung des neuen Phänomens geführt – als ein Gegenpol zu den „embedded Journalists“ traditioneller Medien.

Obwohl formal relativ leicht definierbar, können Weblogs auf mannigfache Weise in Erscheinung treten. Neben einem Überblick über den „State of the art“ des Forschungsprozesses versucht diese Arbeit daher auch eine Kategorisierung der verschiedenen Arten von Weblogs. Unterschieden werden dabei in erster Linie zwischen jenen Weblogs, die nur von einem einzigen Schreiber verfasst werden (Single-Author-Weblogs), und jenen, die als Gemeinschaftsprojekt aufgebaut und betrieben werden (Multi-Author-Weblogs). Zu den klassischen Vertretern der Single-Author-Weblogs zählen sehr persönlich gefärbte Online-Tagebücher mit Berichten aus dem eigenen Privatleben einerseits, sehr journalistisch gefärbte „Ein-Mann-Magazine“ politisch interessierter Menschen andererseits. Multi-Author-Weblogs finden eher in der Wirtschaft Verbreitung, meist als Wissensmanagement-Tool zur Sammlung und Publikation aktuellen Expertenwissens.

5.3 Auswirkungen auf traditionellen Journalismus

Während im Vorfeld dieser Arbeit von der Annahme ausgegangen wurde, das Phänomen Weblog sei weltweit noch sehr unerforscht, hat sich im Verlauf der ersten Recherchen bereits gezeigt, dass sich vor allem in USA mittlerweile doch einige Informationswissenschaftler, Informationstechniker, Politikwissenschaftler und Journalisten auch auf wissenschaftlicher Basis mit Weblogs auseinandersetzen. Dennoch ist die Anzahl der in den Forschungsprozess involvierten Personen relativ überschaubar. Ein Indiz für die begrenzte Beteiligung, aber gleichzeitig die enge Kommunikation der Wissenschaftler in diesem Themenbereich ist auch eine große Redundanz der Quellen in der Fachliteratur.

Einigkeit herrscht unter den im Rahmen der Arbeit befragten Experten, dass Weblogs die klassischen Medien auch in Zukunft nicht vollkommen ablösen werden. Weblogs werden eher als – meist willkommene – Ergänzung zum traditionellen Medienangebot betrachtet. Frontaljournalismus und Peer-to-Peer-Journalismus stehen

einander nicht als Antagonisten gegenüber, sie bedingen einander sogar: Ohne „Content“ aus dem professionellen Onlineangebot gäbe es keine „Comments“ der Weblogger.

Um diese Wechselwirkung optimal ausnützen zu können, bestünde für etablierte Medienproduzenten die Möglichkeit, Weblogs in ihr Angebot zu integrieren. Ein Überblick in Kapitel 3 zeigt jedoch, dass bislang nur sehr wenige Medienmacher diese Möglichkeit nützen – wenn doch, dann meist nur in eingeschränkter Form.

Eher als „webloggende“ Medienkonzerne gibt es einzelne bloggende Journalisten. Experteninterviews mit Journalisten, die neben ihrer professionellen redaktionellen Tätigkeit auch ein Weblog betreiben, unterstützen die in der Fachliteratur geäußerte Vermutung, dass Weblogs – auch auf längere Sicht – die klassische Berichterstattung durch professionelle Medien nicht verdrängen, sondern ergänzen werden. Betont wird in den Interviews vor allem auch der Nutzen von Weblogs für Journalisten – selbst wenn sie diese nur passiv konsumieren – in Bezug auf Themenfindung oder Leser/Hörer/Seher-Kontakt.

5.4 Probleme: fehlende Standards und „Verwaisung“

Einigkeit herrscht unter den interviewten Experten auch in der Frage, ob Weblogs den journalistischen Grundregeln wie Nachvollziehbarkeit der Quelle, doppelter Recherche etc. entsprechen müssten. Journalistische Standards werden zwar begrüßt, wirklich zwingend könnten sie für Weblogger jedoch nicht sein. Dennoch beschäftigt sich ein weiteres Kapitel der Arbeit mit dieser Problemstellung. Zitiert werden in diesem Zusammenhang vor allem die bereits bestehenden Weblogger-Ehrenkodizes von Rebecca Blood und John Hiler, die sich hinsichtlich Genauigkeit, Nachvollziehbarkeit der Quelle, Unvoreingenommenheit etc. sehr stark an traditionellen Ehrenkodizes aus dem Journalismus orientieren.

Neben dem Problem mangelnder allgemeingültiger Qualitätsstandards sind Weblogs vor allem vom Problem der „Verwaisung“ betroffen. Langzeituntersuchungen haben ergeben, dass nur etwa zwei Drittel aller Weblogs auch aktiv über einen längeren Zeitraum geführt werden.

5.5 Ausblick

Offen bleibt also die Frage, ob Weblogs letztendlich ein vorübergehender Trend sind, oder schließlich doch zu einer anerkannten und auch von einer breiten Öffentlichkeit wahrgenommenen und aktiv genutzten Form des Publizierens werden. Obwohl die Untersuchungsergebnisse hinsichtlich der Lebensdauer von Weblogs auf den ersten Blick eher ersteres vermuten lassen würden, kann ein relativ hoher Anteil verwaister Weblogs nicht als Indiz für den Misserfolg dieser Publizierform gedeutet werden; ebenso wenig wie etwa die immens hohe Zahl an unbenutzten Emailadressen als Indiz für den Misserfolg der Kommunikationsform „Email“ gedeutet werden kann. Eine fundierte Prognose im Hinblick auf die weitere Entwicklung des Weblog-Phänomens kann also zu diesem Zeitpunkt noch nicht erfolgen.

Ob Weblogs tatsächlich demokratisierend wirken, wird sich vermutlich erst nach einer weiteren Verbreitung des Phänomens feststellen lassen. Kann sein, dass es dazu auch bestimmter Anlässe, wie es etwa die jüngsten Kriege in Afghanistan oder im Irak in bereits in Ansätzen waren, bedarf. Wird die Form der „embedded Journalists“ weiterhin seitens der Massenmedien zunehmend akzeptiert und auf diese Weise legitimiert, so könnte dies einen neuen Entwicklungssprung für Weblogs auslösen. Andererseits stellt sich die Frage, ob Weblogs in ihrer journalistisch motivierten Ausprägung nicht weiterhin eine Publizierform für eine bestimmte politisch sensibilisierte, informationstechnisch affine Minderheit bleiben.

6 Literaturverzeichnis:

- BAUSCH, Paul/HAUGHEY, Matthew/HOURIHAN, Meg (2002): *We Blog: Publishing Online with Weblogs*. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.
- BLOOD, Rebecca (2000): *Weblogs: A History and Perspective*, in: RODZVILLA, John (Hrsg.)(2002): *We've got blog. How Weblogs are changing our culture*. Cambridge, MA, S. 7-16.
- BÜHL, Achim (2000): *Die virtuelle Gesellschaft des 21. Jahrhunderts. Sozialer Wandel im digitalen Zeitalter*. 2. Auflage. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- EIGNER, Christian (2002): *Wenn Medien zu oszillieren beginnen: (Dann macht es) BLOG!*, in: EIGNER, Christian u. a. (2003): *Online-Communities, Weblogs und die soziale Rückeroberung des Netzes*, FastBook, Bd. 2. Graz, S. 115-125.
- ENZENSBERGER, Hans Magnus (1970): *Baukasten zu einer Theorie der Medien*, in: PIAS, Claus (Hrsg.)(1999): *Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard*. Stuttgart, S. 264-278.
- SCHMIDT, Christiane (2000): *Analyse von Leitfadentinterviews*, in: FLICK, Uwe/von KARDORF, Ernst/STEINKE Ines (Hrsg.) (2003): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*, Rowohlt's Enzyklopädie, 2. Auflage. Reinbeck bei Hamburg, S. 447-456.
- HABERMAS, Jürgen (1990): *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Mit einem Vorwort zur Neuauflage 1990. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- HABERMAS, Jürgen (1995): *Aufgeklärte Ratlosigkeit. Warum die Politik ohne Perspektiven ist. Thesen zu einer Diskussion*, in: *Frankfurter Rundschau*, 30.12.1995, Frankfurt am Main, S. 4.
- LORENZ-MEYER, Lorenz (2001): *Intime Notizen für alle. Die „Blogger führen öffentlich ein Protokoll ihres Internet-Lebens*, in: *Die Zeit*, Nr. 31/2001, Hamburg, S. 27.
- NEUBERGER, Christoph (2002): *Alles Content, oder was? Vom Unsichtbarwerden des Journalismus im Internet*, in: HOHLFELD, Ralf/MEIER, Klaus/NEUBERGER, Christoph (Hrsg.)(2002): *Innovationen im Journalismus. Forschung für die Praxis*, Journalismus: Theorie und Praxis, Bd. 2. Münster, S. 25-69.
- ORIHUELA, José Luis (2003): *Blogging and the eCommunication Paradigms: 10 principles of the new media scenario*, in: BURG, Thomas N. (Hrsg.)(2003): *BlogTalks*. Wien, S. 255-265.
- POLLACK, Karin (2004): *Lock-Bücher*, in: *Profil*, Nr. 2/2004, 5.1.2004, Wien, S. 80-84.
- PRASCHL, Peter (2003): *Felder für Experimente. Alle reden von Weblogs. Was ist das eigentlich? Und was haben Journalisten davon?*, in: *Journalisten-Doku* (Beilage der Zeitschrift: *Der Österreichische Journalist*), 12/03 + 1/04, Salzburg-Eugendorf, S. 20.

RÖTZER, Florian (1999): Megamaschine Wissen. Vision: Überleben im Netz, Visionen für das 21. Jahrhundert, Bd. 6. Frankfurt am Main: Campus Verlag.

Online-Quellen:

- AKADEMIE.DE ASP GMBH (o.J.): Net-Lexikon. <http://www.net-lexikon.de/Weblog.html> (2004-01-12)
- ARTE (o.J.): Der Krieg im Irak. Die Achse Berlin-Paris. Ein Weblog in Zeiten des Krieges. Strasbourg: Arte G.E.I.E. <http://weblog.arte-tv.com/berlinparis/dtext/> (2004-05-13)
- BBC (2003): Reporter's Log: Waiting for war, 20.3.2003. London: BBC. http://news.bbc.co.uk/2/hi/in_depth/2864627.stm (2004-05-13)
- BLOOD, Rebecca (2002): Weblog Ethics, in: Rebecca's pocket. The Weblog handbook, San Francisco. 07.2002. http://www.rebeccablood.net/handbook/excerpts/weblog_ethics.html (2004-05-17)
- KANTEL, Jörg (2002): Archäologie des Bloggens, in: Texte zur Wirtschaft und Wissenschaft, Graz. http://www.tzw.biz/www/home/article.php?p_id=2028 (2004-04-09)
- ÖSTERREICHISCHER PRESSERAT (1999): Grundsätze für die publizistische Arbeit. Ehrenkodex für die österreichische Presse, 21.1.1999. Wien: Verband Österreichischer Zeitungen. http://www.voez.at/download/PR_Ehrenkodex.pdf (2004-05-04)
- HENNING, Jeffrey (2003): The Blogging Iceberg - Of 4.12 Million Hosted Weblogs, Most Little Seen, Quickly Abandoned, 4.10.2003. Braintree, MA: Perseus Development Corp. <http://www.perseus.com/blogsurvey/thebloggingiceberg.html> (2004-05-17)
- SCHLINGENSIEF, Christoph (o.J.): Marcuse – Neu. Herbert Macuse: Wider die Obszönität des Überflusses. „Unser Bewusstsein muss ich ändern!“, <http://www.u3000.de/Marcuse-Texte/Marcuse-neu/marcuse-neu.html> (2004-05-16)
- SCHWAN, Ben (2003): „Weblogs bieten ehrlichere Berichterstattung über den Krieg“, 27.3.2003, in: Netzeitung.de, Berlin. <http://www.netzeitung.de/internet/232590.html> (2004-05-04)
- SIEGLE, Jochen A. (2001): Me-Zines. Subkultur der digitalen Ego-Magazine, 30.7.2001, in: Spiegel Online, Hamburg. <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzkultur/0,1518,147709,00.html> (2004-04-27)
- SIXTUS, Mario (2003): Medienrevolution oder Tagebücher, 15.12.2003, in: Telepolis. Magazin der Netzkultur, München. <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/med/16308/1.html> (2004-05-04)

Zitate aus Weblogs:

BURG, Thomas N. (2002): Microcontent Management Systeme – Weblogs als Business Anwendung. Weblog-Eintrag vom 17.10.2002.

<http://randgaenge.net/stories/2002/10/17/microcontentManagementSystemeWeblogsAlsBusinessAnwendung.html> (2003-10-29)

FERRERO-WALDNER, Benita (2004): Willkommen in meinem Weblog! Weblog-Eintrag vom 15.1.2004. <http://www.benita-ferrero-waldner.at/146.0.html> (2004-04-27)

NITILE (2003): Measuring Weblog Churn Rate. Weblog-Eintrag vom 29.7.2003. <http://www.blogcensus.net/weblog/> (2004-05-17)

SCHMATZ, Stephan (2003): Hochwasser: Live-Berichterstattung durch Blogger. Weblog-Eintrag vom 6.2.2003. <http://wp.twoday.net/stories/1630/> (2004-05-29)

SIXTUS, Mario (2004): Weblogs und Journalismus. Weblog-Eintrag (Kommentar) vom 10.4.2004. <http://www.blogsfear.org/k10436> (2004-05-04)

Anhang I - Interviewpartner

Dan Gillmor (USA)

Dan Gillmor ist Kolumnist für „San Jose Mercury News Technology“ und Betreiber des Weblogs „eJournal“ (<http://weblog.siliconvalley.com/column/dangillmor>)

Zur Zeit arbeitet der Journalist an einem Buch, in dem er den Weg vom Frontaljournalismus zum Peer-to-peer-Journalismus skizziert. Über seine Internetseite lädt er User ein, mitzuschreiben. Der Titel dieses Buches wird lauten: „Making the News. What Happens to Journalism and Society. When Every Reader Can Be a Writer (Editor, Producer, Etc.)“

Befragungsart: per email (dgillmor@sjmercury.com)

Jörg Kantel (Deutschland)

In seinem Hauptberuf arbeitet Jörg Kantel als EDV-Leiter am deutschen Max-Planck-Institut für Wissenschaftsgeschichte in Berlin. Sein Weblog „Der Schockwellenreiter“ (<http://www.schockwellenreiter.de>) gilt als eines der ersten und beliebtesten Weblogs im deutschen Sprachraum.

Jörg Kantel hat sich als einer der ersten im deutschen Sprachraum mit dem Thema auseinandergesetzt und in diesem Zusammenhang versucht, eine komplette Liste aller deutschsprachiger Blogs aufzustellen. Wissenschaftlich beschäftigt er sich hauptsächlich mit der Verwendung von Blogs als „Informationsfilter“ und war zu diesem Thema unter anderem Redner am „Blogtalk 1.0“ in Wien.

Befragungsart: per email (joerg@kantel.de)

Peter Praschl (Österreich, Deutschland)

Peter Praschl ist ein österreichischer Weblogger der ersten Stunde. Er lebt in Deutschland und arbeitet dort hauptberuflich als Leiter des Textressorts bei der Frauenzeitschrift „Amica“ arbeitet. Ein Hinweis auf sein Weblog „Le Sofa Blogger“

(<http://arrog.antville.org>) findet sich in beinahe jeder deutschsprachigen Publikation zum Thema.

Befragungsart: per email (pp@digitalien.org)

Thomas N. Burg (Österreich)

Thomas N. Burg ist Leiter des Zentrums für Neue Medien (ZNM) der Donau-Universität Krems und Organisator der ersten europäischen Weblog-Konferenz „Blogtalk“ in Wien. Sein Weblog „randgänge“ (<http://www.randgaenge.net>) weist sehr hohe Zugriffszahlen auf. Seit zwei Jahren setzt sich Thomas Burg auch wissenschaftlich mit dem Thema auseinander, vor allem in Hinblick auf deren Einsatz im Wissensmanagement.

Befragungsart: persönliches Interview

Anhang II - Interviewleitfaden (deutsch)

I. Persönlicher Zugang:

- Wie/wo sind Sie erstmals auf ein Weblog gestoßen?
- Seit wann betreiben Sie Ihr Weblog und was hat Sie dazu bewogen, ein eigenes Weblog zu installieren?

II. Die weitere Entwicklung von Weblogs:

- Was glauben Sie, in welche Richtung sich die Weblogs entwickeln werden (inhaltlich)?
- Sind Weblogs auf längere Sicht auch kommerziell nutzbar? Wenn ja, unter welcher Voraussetzung? Würden Sie die kommerzielle Nutzung begrüßen oder sehen Sie diese als „Tod“ für die klassische Form des Weblogs?
- Können Weblogs einen Beitrag zur Demokratisierung der breiten Öffentlichkeit leisten?

III. Einfluss der Weblogs auf den Journalismus:

- Werden Weblogs auf längere Sicht professionelle Medien ergänzen oder gar ersetzen? Oder werden professionelle Medien überhaupt nicht vom Phänomen Weblog beeinflusst?
- Inwieweit können Weblogs auch für die Arbeit professioneller Journalisten dienlich sein?
- Blogger und Journalisten nennen in diesem Zusammenhang auch die Funktion der Weblogs als Filter in der Informationsflut. Nehmen die Blogger hier den Redakteuren ihre Arbeit als „Information-Gatekeeper“ weg?
- Müssen journalistische Grundregeln, wie etwa Nachvollziehbarkeit der Quelle, Recherche + Re-check, Verständlichkeit für die breite Masse, ... auch für die

Produkte der Weblogger gelten? Wie sehen Sie in diesem Zusammenhang das Problem der Objektivität?

- Würden Sie als Redakteur eines professionellen Mediums auch aus einem Weblog zitieren?
- Im Internetangebot professioneller Medien gibt es bislang (noch) sehr wenige Weblogs. Warum?

Anhang III - Interviewleitfaden (englisch)

I. Personal appreciation:

- Where/how did you get to know about weblogs first?
- When did you start your own weblog and why?

II. Future development in the "Blogosphere":

- How will weblogs develop further on (content, owners, users,...)?
- Do you think weblogs can be used for commercial purposes? Would you support commercial usage or do you think that would be "the death" of the weblog-genre?
- Can Weblogs lead to a broader democratization of the public?

III. Weblogs and their influence on journalism:

- Will weblogs complement or replace professional media - or will professional media never be influenced by weblogs?
- How can professional journalists use weblogs in their working process?
- In traditional journalism the journalists had the role of "information gatekeepers". Do you think bloggers compete with journalists as information gatekeepers?
- Do bloggers have to keep to basic journalistic rules? How about impartiality and objectivity?
- As editor of a newspaper or magazine would you cite from a weblog in your newspaper article?
- Why are there only a few media-companies who use a weblog as a special feature on their site?

Curriculum vitae

Name Walter Fikisz
Geboren 29/03/1979
Anschrift 7471 Rechnitz, Grabengasse 7
Telefon 0650/4721023
Email f.walter@etelnet.at



Schulbildung

09/85–06/89 Volksschule in Rechnitz
09/89–06/93 Hauptschule in Rechnitz
09/93–06/98 BBBA für Kindergartenpädagogik in Oberwart
10/98–06/99 Religionspädagogische Akademie der Diözese Graz-Seckau
09/00–07/04 Fachhochschulstudiengang für Informationsberufe in Eisenstadt
05/02–12/03 Journalistenausbildung an der Katholischen Medienakademie Wien

Berufspraxis

10/98–09/99 Zivildienst im Österreichischen Studienzentrum für Frieden und Konfliktlösung auf Burg Schlaining
09/99–08/00 Kindergartenpädagoge im Stadtpfarrkindergarten Oberpullendorf
10/00–05/01 Mitarbeiter des Kuratoriums für Schutz und Sicherheit
01/01 Berufsorientierungspraktikum im Büro für Information und Kommunikation der Diözese Eisenstadt
02/01–dato Freier Mitarbeiter der „Eisenstädter Kirchenzeitung“
07/01–11/02 Tutor am FHS Informationsberufe im Bereich PR&Marketing
12/01–07/02 Freier Mitarbeiter der NÖN (Ausgabe Mattersburg und OZ)

- 02/02–06/02** Projektleitung „Teilnahme des FHS Informationsberufe an der Science Week @ Austria 2002“
- 09/02–06/03** Projektmitarbeit „so@net - Vernetzung sozialer Institutionen im Burgenland“
- 01/03–08/03** Freie Mitarbeit in der Abteilung „Religion“ des ORF-Hörfunk
- 07/03** Volontariat bei der „Katholischen Presseagentur“
- 09/03–12/03** Berufspraktikum in der Abteilung „Religion“ des ORF-Hörfunk
- 02/04–dato** Seminarassistent an der Katholischen Medienakademie Wien

Ehrenamtliche Tätigkeiten

- 10/93–06/98** Jungschargruppenleiter der Pfarre Rechnitz
- 03/97–dato** Jugendvertreter im Pfarrgemeinderat Rechnitz
- 10/98–06/99** Aufbau der Plattform Zivildienstler Burgenland
- 02/99–dato** Mitglied der Theatergruppe Rechnitz
- 05/00–07/00** Mitglied im Ensemble der Burgspiele Güssing
- 05/00–dato** Mitglied im Vokalensemble „Cantus Felix“
- 03/01–dato** Redaktion und Layout der Pfarrzeitschrift „Kontakte“

- Webdesigns** <http://welcome.to/theatergruppe-rechnitz>
- <http://www.pannoniafilm.com>
- <http://listen.to/cantus-felix>
- <http://www.koch-weine.at>
- <http://www.schaeferzucht-lockenhaus.com>
- <http://www.mdmedia.at>