

# Einleitung

Unsere Kommunikationswelt verändert sich. Nicht zuletzt die Bombenanschläge von London im Juli 2005 haben das deutlich gemacht: Eine der aktuellsten und umfangreichsten Quellen zu den Anschlägen war der kollaborativ erstellte Wikinews-Eintrag,<sup>1</sup> viele der veröffentlichten Fotos waren von Bürgern mit Kamera-Handys aufgenommen, und in den Zeitungen der nächsten Tage fanden sich zahlreiche Abdrucke von Weblog-Einträgen – besonders Berichte von Augenzeugen. Auch in der medialen Dokumentation der Tsunami-Katastrophe kurz nach Weihnachten 2004 ließ sich dieser Wandel erahnen: Da die Welle die südostasiatischen Küsten so unvermittelt traf, existierten kaum professionelle Bilder vom Aufschlag der Welle. Bewohner und Touristen wurden so zu exklusiven Berichterstattern des Ereignisses. Dass TV-Sender und Nachrichtenagenturen Bilder von Augenzeugen für das eigene Programm kaufen, ist nicht neu, wohl aber, dass die mediale Dokumentation zu großen Teilen außerhalb der klassischen Medien stattfand – auf den Weblogs der Touristen, auf Foto- und Video-Portalen, in Foren und kollaborativen Websites wie Wikipedia. Nachrichten werden nicht mehr nur von großen TV-Stationen und Zeitungen produziert und veröffentlicht. PC und Internet ermöglichen es jedem Bürger, zum Berichterstatter seiner Wirklichkeit zu werden.

Die Erkenntnis, dass das Internet Kosten und Aufwand zur Publikation von Inhalten senkt, ist nicht neu. Schon in den 1990er Jahren war dies Anlass für Medienwissenschaftler und Zukunftsforscher, eine „digitale Revolution“ und einen großformatigen Wandel der gesellschaftlichen Kommunikationsverhältnisse auszurufen. Etwa parallel zur Entwicklung der Finanzbörsen wich diese Euphorie dann einer Phase der Ernüchterung, in

---

1. Abrufbar unter der URL: [http://en.wikinews.org/wiki/Four\\_bombs\\_rock\\_London](http://en.wikinews.org/wiki/Four_bombs_rock_London) (geprüft am 07.07.2008).

der „Online-Journalismus“ nichts weiter als ein „Ableger der traditionellen Medien im Netz“ (Altmeppen 2000: 132) zu sein schien.

Nun wird unter dem Schlagwort „Web 2.0“ über eine Wiederbelebung der partizipativen Möglichkeiten des Netzes diskutiert. Es scheint eine „zweite Gründerzeit“ angebrochen (van Eimeren/Frees 2006). Und tatsächlich wirken die Fundamente diesmal stabiler: Das Internet und die darauf aufbauenden Dienste sind inzwischen zu einem Alltagsmedium geworden, das von einem Großteil der Bevölkerung in Deutschland regelmäßig genutzt wird.<sup>2</sup> Auch Digitalkameras und andere digitale Geräte wie Videokameras und MP3-Player sind fester Bestandteil des Alltags. Auf dieser Basis haben sich in den vergangenen Jahren neue Internet-Formate etabliert, die das Veröffentlichen eigener Inhalte noch einfacher und schneller machen, als dies etwa bei persönlichen Homepages der Fall war. In Weblogs berichten Menschen öffentlich über ihren Alltag, kommentieren Ereignisse von gesellschaftlicher oder persönlicher Relevanz und diskutieren mit ihren Lesern. Auf Foto-Portalen wie Flickr<sup>3</sup> laden Nutzer ihre Urlaubsbilder hoch oder dokumentieren politische Veranstaltungen, gründen Gruppen rund um ihre gemeinsamen Interessen und klassifizieren ihre Bilder mit Schlagwörtern. Video-Portale wie YouTube<sup>4</sup> werden genutzt, um private Videos hochzuladen – gleichermaßen finden sich hier auch professionelle Produktionen, über die sich die Nutzer austauschen. Das wohl prominenteste Beispiel der neuen Formate ist Wikipedia,<sup>5</sup> eine Enzyklopädie, die von ihren Nutzern in gemeinschaftlicher Arbeit erstellt wird.

Das Aufkommen von Weblogs, Foto- und Video-Portalen sowie kollaborativen Websites ist für die Kommunikationswissenschaft von besonderem Interesse, da diese Formate neue und inzwischen ungemein populäre Formen der medialen Auseinandersetzung mit Welt und Alltag darstellen. Während die Medienwirklichkeit der traditionellen Massenmedien Fernsehen, Radio und Zeitungen allein durch die spezifischen Zugriffs- und Darstellungsweisen des professionell-redaktionellen Journalismus geprägt ist, treffen wir im Internet auch auf die unzähligen Wirklichkeitsentwürfe der Nutzer, die außerhalb professionell-journalistischer Routinen

---

2. Nach der ARD-/ZDF-Online Studie nutzten im April 2006 59,5% der Erwachsenen in Deutschland gelegentlich das Netz, 1998 waren es dagegen etwa erst 10% (van Eimeren/Frees 2006: 404).

3. <http://www.flickr.com>

4. <http://www.youtube.com>

5. <http://de.wikipedia.org>

und Strukturen ihre eigenen Weltdeutungen kundtun. Wenn Medien und ihre Öffentlichkeiten die Orte der gesellschaftlichen Selbstverständigung sind, an denen gemeinsame „Wirklichkeitskonstruktionen verhandelt, gefestigt, ent- und verworfen, [sowie] die Regeln und Normen des gesellschaftlichen Zusammenlebens [...] bestätigt oder modifiziert [werden]“ (Klaus 2001), und sich nun aufgrund der neuen Formate der Kreis der Akteure mit Zugang zu medialen Arenen drastisch erweitert, so ist die Frage nach der medialen Aushandlung von Relevanz in Gesellschaften neu zu stellen.

Die Entwicklung, dass es nicht mehr allein professionell organisierte Medienbetriebe sind, die gesellschaftliche Relevanz in der Produktion von Medientexten festschreiben, lässt sich als Herausbildung eines „partizipativen Journalismus“ (Lasica 2003; Bowman/ Willis 2003) oder „Bürger-Journalismus“ (Gillmor 2004) verstehen, indem Bürger eine demokratietheoretisch zentrale Funktion des Journalismus, die Versorgung der Gesellschaft mit relevanten Informationen, selbst mitübernehmen:

„*Participatory journalism* [is] [t]he act of a citizen, or group of citizens, playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing and disseminating news and information. The intent of this participation is to provide independent, reliable, accurate, wide-ranging and relevant information that a democracy requires.“ (Bowman/ Willis 2003: 8)

Eine solche Fassung des Phänomens verweist auf eine *Makro-Perspektive*, in der die Bedeutung von Weblogs und anderen partizipativen Formaten darin gesehen wird, zum Journalismus funktional äquivalente Leistungen bezüglich der politischen Kommunikation zu erbringen. Vor dem Hintergrund eines systemtheoretischen Verständnisses von Öffentlichkeit als Vermittler zwischen Leistungs- und Publikumsrollen fragt etwa Neuberger (2004: 22) nach der „Leistungsfähigkeit“ der partizipativen Formate bezüglich der Aufnahme, Validierung und Weitergabe von relevanten Informationen „gemessen an herkömmlichen journalistischen Standards“ und interessiert sich für die „Systeme der kollektiven Qualitätssicherung“ und deren Optimierung.

Eine andere Perspektive, verortbar auf der *Mikro-Ebene* der einzelnen Mediennutzer, lenkt den Blick auf die alltägliche Nutzung. Weblogs und andere partizipative Formate stellen in dieser Sichtweise Formen der persönlichen und gemeinschaftlichen Auseinandersetzung mit Alltag und Welt dar. Was sich medial manifestiert und was uns medial begegnet, sind nicht mehr nur professionell produzierte Inhalte mit gesellschaftlicher Relevanz

oder Attraktivität für ein breites Publikum, sondern auch private Geschichten und persönliche Einschätzungen.

„Entertainment content isn't the only thing that flows across multiple platforms. Our lives, relationships, memories, fantasies, desires also flow across media channels. Being a lover or a mommy or a teacher occurs on multiple platforms.“ (Jenkins 2006a: 17)

Durch Weblogs und Video-Plattformen verschiebt sich so ein Teil der alltäglichen Handlungen und Äußerungen in mediale Praktiken, die für andere nachvollziehbare Spuren hinterlassen (vgl. dazu auch Jenkins 2006b). Dadurch stehen vormals dem privaten Raum vorbehaltene Themen und Deutungen zur Anschlusskommunikation bereit.

Mit diesem Eindringen des Privaten in den medialen Raum verstärken partizipative Internet-Formate damit eine Entwicklung, die sich auch in neueren Fernsehformaten wie Talkshows und Formen des Reality-TV zeigt (vgl. dazu Herrmann/Lünenborg 2001).

Die mediale Verhandlung des Privaten und Alltäglichen nehmen professionelle Kommunikatoren und Kommentatoren hier wie dort gerne zum Anlass, die neuen Formate zu banalisieren und ihnen jegliche gesellschaftliche Relevanz abzuspochen. So äußert Mathias Müller von Blumencron, Chefredakteur von Spiegel Online, dass „99% der Weblogs einfach nur Müll“<sup>6</sup> seien und Jean Remy von Matt, einer der profiliertesten PR-Praktiker in Deutschland, bezeichnet Weblogs als die „Klowände des Internet“.<sup>7</sup> Diesen Wertungen scheint ein doppeltes Missverständnis zu Grund zu liegen. Erstens werden dabei an Weblogs Relevanzkriterien angelegt, die bislang an die öffentliche Kommunikation in Massenmedien gerichtet waren. Demnach wird angenommen, dass alles Öffentliche immer auch gesellschaftlich relevant ist. Weblogs unterlaufen aber die eindeutige Zuordnung von Öffentlichkeit und Relevanz. Die publizierten Geschichten und Meinungen von Bloggern sind selten interessant für größere Öffentlichkeiten, für die Autoren und ihre (meist sehr wenigen) Leser können sie aber hochrelevant sein.

---

6. Interview im Online-Magazin »onlinejournalismus.de« (URL: <http://goa2003.onlinejournalismus.de/webwatch/interviewblumencron.php>, geprüft am 27.07.2007).

7. Vgl. dazu den Eintrag „Jean-Remy von Matt ist beleidigt“ auf dem Weblog von Jens Scholz (URL: [http://www.jensscholz.com/2006\\_01\\_01\\_archiv.htm#113762765814900254](http://www.jensscholz.com/2006_01_01_archiv.htm#113762765814900254), geprüft am 27.07.2007).

Neben diesem veränderten Zusammenhang von Öffentlichkeit und Relevanz übersieht eine Banalisierung dieser Entwicklung die auch gesellschaftliche Bedeutung von kleinen Öffentlichkeiten, in denen Privates und Individuelles verhandelt wird. Denn „diese ‚einfachen‘ Öffentlichkeiten sind [...] wesentlich für die Integration unserer Gesellschaft, weil hier Gesellschaftsvorstellungen entstehen und Identitäten entworfen werden.“ (Klaus 2001: 19) Verlagern sich diese Gespräche nun in einen medialen Raum, sei es über Weblogs, Video-Portale oder eben auch Reality-TV oder Talkshows, dann können individuelle Lebenserfahrungen und Sichtweisen als Gruppenerfahrungen erfahrbar werden. Finden diese Positionen hinreichend Resonanz und bilden sich Formen der organisierten Artikulation heraus, dann können diese auch in größere Öffentlichkeiten hineinwirken.<sup>8</sup>

Interessant für die Kommunikationswissenschaft scheint hier besonders der Zusammenhang zwischen der Mikro-Ebene der individuellen Äußerungen über Welt und Alltag und der Makro-Ebene der Herausbildung von Öffentlichkeiten. In Weblogs wird dieser Zusammenhang offenkundig und beobachtbar. Nutzer artikulieren in diesem Format vornehmlich persönliche Erfahrungen und Sichtweisen und treten dabei mit anderen in Austausch. Durch die gegenseitigen Verweise (Links) können sich Kommunikationsstrukturen herausbilden, die nicht mehr so flüchtig und unstrukturiert sind wie die gewöhnlichen einfachen Öffentlichkeiten in Cafés und Büros.

Bisherige Arbeiten zu Weblogs werden diesem Zusammenhang nicht gerecht. Sie befassen sich entweder mit der Makro-Ebene der „großen“ politischen Öffentlichkeiten oder sind als ethnologische oder soziologische Mikro-Studien verfasst. Die vorliegende Arbeit möchte gerade an diesem Zwischenraum ansetzen. Wenn es gilt, die Herausbildung von Weblog-Öffentlichkeiten und die daraus resultierenden Strukturen aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive zu analysieren, müssen die kleinen Öffentlichkeiten, die sich um Weblogs herum in Gesprächen über Welt und Alltag bilden, ernst genommen werden. Gleichzeitig sind die gegenseitigen Bezugnahmen von Weblogs aufeinander in den Blick zu nehmen, durch die sich komplexere Öffentlichkeiten bilden. Es entstehen so Strukturen über eine Vielzahl oder gar die Gesamtheit von Weblogs hinweg, die die Aufmerksamkeit der Nutzer lenken und damit anderen Angeboten und deren Sichtweisen Relevanz zuweisen.

---

8. Klaus (2001: 26f) hat diesen Gedanken für Reality-Formate und Talkshows formuliert.

Instruktiv für dieses Vorhaben, die Mikro-Ebene der individuellen Handlungen und die Makro-Ebene der entstehenden Strukturen zusammenzuführen, sind öffentlichkeitstheoretische Ansätze und Arbeiten aus dem Bereich der Cultural Studies. Öffentlichkeitstheoretische Ansätze wie das Arenen-Modell von Gerhards und Neidhardt (Gerhards/Neidhardt 1990) verorten Öffentlichkeiten auf mehreren Ebenen und ermöglichen damit, den Zusammenhang von einfachen und komplexen Formen von Öffentlichkeit zu analysieren. Eine an den Cultural Studies orientierte Perspektive erweitert den Blick auf gesellschaftliche Kommunikationsprozesse, indem sie die alltäglichen Kommunikationen der Mediennutzer mit in die Analyse einbezieht. Der Blick für die Deutungs- und Interpretationsleistungen der Mediennutzer sowie die lebensweltliche Einbettung der Rezeptionshandlungen wird so wesentlich geschärft. Journalismus ist in diesem Sinne eine Form der „kulturellen „Selbstverständigung einer Gesellschaft“ (Lünenborg 2005: 101), an der nicht nur professionelle Kommunikatoren, sondern auch die Medientexte und die Nutzer konstitutiv beteiligt sind. Die Kommunikationen des Publikums werden in dieser Perspektive als eigenständige Prozesse der Interpretation und Bedeutungszuschreibung sichtbar. Für die Analyse von Weblogs ist dies in besonderem Maße relevant, da hier diese Alltagsgespräche in einem medialen Raum stattfinden. Durch die damit einhergehende Verschiebung der Rollen von professionellen Journalisten und Mediennutzern, sowie von Kommunikator, Text und Rezipienten in Weblog-Öffentlichkeiten entstehen neue Formen der Aus handlung von Relevanz. Diese Mechanismen sollen in dieser Arbeit systematisch analysiert werden. Das Anliegen dieser Arbeit ist demnach ein theoretisch-konzeptionelles: die analytische Erfassung und systematische Verortung von Öffentlichkeitsformen, die durch Weblog-Nutzungen entstehen. Aufgrund dieser Fokussierung muss in dieser Arbeit auf eigene systematische Fallstudien verzichtet werden. Stattdessen werden die theoretischen Überlegungen mit dem inzwischen reichlich vorhandenen Material zu Weblog-Nutzungen in Beziehung gesetzt.

Dazu werden im *ersten Kapitel* Weblogs als Phänomen beschrieben und in den Kontext der aktuellen Diskussion um das „Web 2.0“ sowie der Debatten um die Auswirkungen des Internet in der Frühphase seiner Popularisierung gestellt. In der Übersicht über den aktuellen Forschungsstand zu Weblogs wird den Arbeiten besondere Aufmerksamkeit gewidmet, die sich mit den Nutzungsmotiven von Weblogs sowie ihrer Rolle in der öffentlichen Kommunikation beschäftigen.

Das *zweite Kapitel* stellt verschiedene Ansätze der kommunikationswissenschaftlichen Analyse gesellschaftlicher Kommunikation vor. Dabei soll zunächst Journalismus als spezifische soziale Praxis der Zeichenerstellung und -deutung charakterisiert werden, die die öffentliche Kommunikation in modernen Gesellschaften dominiert. Dann werden öffentlichkeitstheoretische Ansätze vorgestellt, die die Analyse von Kommunikationsräumen auf verschiedenen Ebenen ermöglichen. Dies wird helfen, den in der Betrachtung von Weblogs wichtigen Zusammenhang der Mikro-Ebene von persönlichen Gesprächen und der Makro-Ebene gesellschaftlicher Aushandlungsprozesse in den Blick zu nehmen. Schließlich wird in eine Cultural-Studies-Perspektive eingeführt, die es erlaubt, die Rolle der Mediennutzer und ihre Inklusion in mediale Prozesse der Bedeutungskonstruktion zu untersuchen.

Im *dritten Kapitel* werden Merkmale von Weblogs als Form der öffentlichen Kommunikation herausgearbeitet. Dabei gilt es zum einen, Eigenschaften von Weblogs als technische Infrastruktur zu klären. Diese legen bestimmte Nutzungsweisen nahe, determinieren sie aber nicht. Deshalb muss zum anderen ein Blick auf die sich herausbildenden Normen der Nutzung von Weblogs geworfen werden. Welche Verwendungsweisen von Weblogs gelten als adäquat? Wie ist hier die Rolle des Autors?

Das *vierte Kapitel* befasst sich schließlich mit den Formen von Öffentlichkeit, die sich auf der Basis von Weblog-Nutzungen herausbilden.