

Jan Schmidt

## Praktiken des Bloggens

Strukturierungsprinzipien der Online-Kommunikation am  
Beispiel von Weblogs

The screenshot shows the twoday.net website interface. At the top, there is a navigation bar with links for WWW, HILFE, FORUM, INFO, and SHOP. The date and time are displayed as "Mittwoch, 15. Juni 2005, 11:42". A main banner asks if the user is looking for a simple way to publish their thoughts, ideas, and images online, and states "Du hast sie gefunden!". Below this, a large graphic says "MIT 1...2...3... KLICKS ZUM EIGENEN WEBLOG!". The main content area is divided into two columns. The left column, titled "THE LATEST TWODAY", lists recent blog posts with their titles, authors, and timestamps. The right column contains a "USER STATUS" section, a Google search bar, and a "TWODAY.NET" section explaining the service. At the bottom right, there is a "WURUM GEHT ES HIER?" section.

twoday.net  
DENN ODERER THE HIT ZWEI SEITEN

WWW HILFE FORUM INFO SHOP Mittwoch, 15. Juni 2005, 11:42

Du suchst eine einfache Möglichkeit zur Veröffentlichung deiner Gedanken, Ideen, Meinungen und Bilder im Internet? Du hast sie gefunden!

MIT 1...2...3... KLICKS ZUM EIGENEN WEBLOG!

**THE LATEST TWODAY**

**8. Farbige Wienfibel** [Wienblog.twoday.net](#)  
Merkel darf nicht Kanzlerin werden - vor 8 Sekunden  
Neues Blog - vor 15 Tagen  
gtretret - vor 27 Tagen

**Die Dschungel. Anderswelt.** [albannikolaiherbst.twoday.net](#)  
Matrix. Nur umgeben. - vor einer Stunde - 1 Kommentar  
DTs. 15. Juni 2005. Mittwoch. - vor einer Stunde  
Verhältnisse. - vor 14 Stunden - 2 Kommentare

**Kratzbürste** [kratzbuerste.twoday.net](#)  
Wenn Mütter mit den Töchtern... - vor einer Stunde - 5 Kommentare  
Was kostet das Leben? - vor 20 Stunden - 9 Kommentare  
Neue Biersorten - vor 7 Tagen - 23 Kommentare

**USER STATUS**  
Jannibub: Du kannst dein Profil bearbeiten, dieses Weblog abonnieren, zu deinen Abonnements wechseln oder dich abmelden.

Google  
   
 WWW  twoday.net

**TWODAY.NET**  
twoday.net ist ein Weblog Hosting Service, welches von der Knallgrau New Media Solutions GmbH seit Februar 2003 betrieben wird. [\[more\]](#)

**WURUM GEHT ES HIER?**  
Du bist komplett neu hier, und noch nicht mit Weblogs vertraut? Hier bekommst du eine kurze Einführung.

Abschlußbericht zum Forschungsaufenthalt

am „Zentrum für Neue Medien“ der Donau-Universität Krems (Österreich)

01.01.2005 bis 30.04.2005



## Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	3
Vorbemerkung und Dank.....	4
1 Grundlagen der Weblog-Forschung.....	5
2 Praktiken des Bloggens.....	13
2.1 Bausteine einer praxisorientierten Theorie computervermittelter Kommunikation.....	13
2.2 Analyse von Weblog-Praktiken – ein Modell .....	22
2.3 Zusammenfassung.....	44
3 Die Weblog-Community „twoday.net“ – eine Fallstudie.....	47
3.1 Methodische Vorbemerkungen.....	47
3.2 Zur Institutionalisierung von Weblog-Praktiken bei „twoday.net“.....	49
3.2.1 Ursprünge und Entwicklung der Weblog-Plattform.....	49
3.2.2 Stabilisierung und Dynamik von Verwendungsregeln und Netzwerken .....	52
3.2.3 Weitere Entwicklung von Weblog-Praktiken und –Netzwerken auf twoday.net.....	61
3.3 Fazit.....	64
4 Ausblick: Weitere Forschungsfelder.....	65
5 Literatur .....	67
Anhang 1: Dokumentation Gesprächsleitfaden Autoren.....	77
Anhang 2: Dokumentation Gesprächsleitfaden Knallgrau .....	78

## Vorbemerkung und Dank

Dieser Bericht entstand im Rahmen eines viermonatigen Forschungsaufenthalts am „Zentrum für neue Medien“ (ZNM) der Donau-Universität Krems, der drei Ziele hatte:

1. Kontinuierliches Beobachten des Forschungsfeldes und Aufarbeitung der aktuellen Forschungsliteratur zum Thema Weblogs.
2. Formulieren eines kommunikationssoziologischen Modells, um Strukturierungsprinzipien der Online-Kommunikation am Beispiel von Weblogs heuristisch beschreiben sowie ihre Dynamik theoretisch erklären zu können.
3. Durchführen einer qualitativen Fallstudie der Weblog-Community „twoday.net“, in Zusammenarbeit mit der Wiener Multimedia-Agentur „Knallgrau New Media Solutions“.

Dies Ziele entsprechen in etwa den folgenden drei Kapiteln. Als ganzes verfolgt dieser Text nicht nur das Ziel, die Dokumentation der Forschungsarbeiten leisten und meine Ergebnisse der wissenschaftlichen Community sowie allen Interessierten zur Verfügung zu stellen, sondern er soll möglichst auch als Ausgangsbasis für weitere Forschungsprojekte dienen, von denen ich einige im letzten Kapitel skizziere. Ich freue mich über konstruktive Kritik, Weiterentwicklungen und Rückmeldungen von Personen, die sich mit meinen Gedanken auseinandersetzen:

jan.schmidt@split.uni-bamberg.de  
www.bamberg-gewinnt.de/wordpress/



Es gibt zahlreiche Personen und Einrichtungen, denen ich zu Dank verpflichtet bin. Dazu gehört zunächst der Deutsche Akademische Austauschdienst (DAAD), der meinen Forschungsaufenthalt mit einem Stipendium förderte. Thomas N. Burg ermöglichte mir die Anbindung an das „Zentrum für neue Medien“ der Donau-Universität Krems. Zusammen mit ihm, Doris Klepp, Markus Toyfl, Stefan Rinner und Christian Langreiter konnte ich das Forschungsthema auch im Zusammenhang des Projekts „TechnologyLog“ verfolgen, wodurch ich wertvolle Anregungen erhielt. Das Team der Agentur „Knallgrau“, insbesondere Michael Schuster, Dieter Rappold, Michael Platzer und Matthias Platzer, unterstützte mich bereitwillig und umfangreich mit Informationen und dem Zugang zur twoday.net-Community. Verschiedene Personen lieferten Informationen, Anregungen und Kommentare, die in diesen Bericht einfließen: ein herzlicher Dank dafür an Martin Borho, Torben Früchtenicht und Andrea Kandl. Dr. Heinz Stingeder stellte mir eine Wohnung und eine Flatrate zur Verfügung – perfekt! Ein besonderer Dank an Peter Zimmermann, der als Wiener Gastgeber brillierte und mir sogar den Highscore beim „phil“-Flipper überließ.

Und last but not least danke ich allen Bloggern, die bereitwillig ihr Wissen mit mir teilten.

## 1 Grundlagen der Weblog-Forschung

Weblogs sind regelmäßig aktualisierte Webseiten, die bestimmte Inhalte (zumeist Texte beliebiger Länge, aber auch Bilder oder andere multimediale Inhalte) in umgekehrt chronologischer Reihenfolge darstellen. Die Beiträge sind einzeln über URLs adressierbar und bieten in der Regel die Möglichkeit, Kommentare zu hinterlassen. Dadurch sowie durch Verweise auf andere Weblogs, denen interessante Informationen entnommen wurden oder zu deren Autoren<sup>1</sup> ein persönlicher Kontakt besteht, bilden sich Netzwerke von untereinander verbundenen Texten und Webseiten heraus; die Gesamtheit aller Weblogs wird zuweilen als „Blogosphäre“ bezeichnet.

Die Ursprünge von Weblogs als Online-Genre reichen bis in die Anfänge des World Wide Web zurück.<sup>2</sup> Die Bezeichnung, eine Kombination von „Web“ und „Logbuch“, prägte Jørn Barger im Jahr 1997; nach ihm ist ein Weblog eine „Web page where a Web logger ‚logs‘ all the other Web pages she finds interesting“ (zitiert nach Blood 2004, S. 54). Demnach existierten schon in der ersten Hälfte der 90er Jahre Weblogs, die allerdings noch nicht so genannt wurden: Einzelpersonen wie Tim Berners-Lee (der „Vater des World Wide Web“) oder Organisationen wie das „National Center for Supercomputing Applications“ (NCSA) unterhielten regelmäßig aktualisierte Webseiten mit Verweisen auf andere interessante Online-Quellen. Neben dieser Variante, die als Informationsfilter fungiert, entstanden bald auch journal- oder tagebuchartige Webseiten, deren Schwerpunkt stärker auf der Darstellung und Reflexion persönlicher Themen als auf der Selektion von extern bereitgestellten Inhalten lag.

Auf dem Höhepunkt des Internet-Booms traten Mitte 1999 die ersten Dienstleister an, um die technischen Aspekte der Gestaltung und Veröffentlichung von Weblogs zu automatisieren: Pitas, LiveJournal und Blogger halfen, dass sich das Genre über den ursprünglichen Kreis einer kleinen Gemeinschaft verbreitete – noch zu Beginn des Jahres hatte man erst 23 Weblogs gezählt. In der Folgezeit etablierten sich einige Standards, die heute noch die Form von Weblogs prägen (vgl. Blood 2000, 2004), darunter insbesondere der „permalink“: Einzelne abgeschlossene Einträge erhalten eine eindeutige Web-Adresse und sind dadurch leicht auffind- und referenzierbar. Andere technische Features, wie zum Beispiel Trackbacks oder die Integration von RSS-Feeds, folgten und trugen dazu bei, dass eine hochgradig intern und mit anderen Online-Inhalten vernetzte Blogosphäre entstand.

Während die frühen Weblogs noch mit herkömmlichen HTML- oder Web-Editoren erstellt wurden, existieren inzwischen zahlreiche spezialisierte Software-Systeme. Zwei technische Alternativen lassen sich unterscheiden (vgl. Westner 2004):

- Weblogs können mit der Hilfe von vorgefertigten *Skripten* erstellt werden, die in Softwarepaketen zusammengestellt sind. In der Regel müssen diese Skripten auf einem eigenen Server (beziehungsweise auf eigenem Speicherplatz bei einem Provider) installiert sein. Die bekanntesten Anwendungen dieser Art sind MovableType und Wordpress, doch es existieren zahlreiche weitere Systeme, die sich in Funktionsumfang und Verbreitung unterscheiden.<sup>3</sup>
- Da die Installation und Wartung von Weblog-Skripten gewisse technische Kompetenzen voraussetzt, bieten in den letzten Jahren verschiedene Dienstleister das *Weblog Hosting* an. Bei dieser Lösung registriert sich der Nutzer bei einem Dienst wie Livejournal.com, blogg.de oder 20six.de und kann in der Regel innerhalb von kurzer Zeit mit einem eigenen Weblog starten. In der einfachsten Version sind diese gehosteten Weblogs meist gratis (wobei sich viele Anbieter vorbehalten, Werbung auf diesen kostenfreien Weblogs einzublenden), während für erweiterte Funktionen und Speicherplatz monatliche Gebühren fällig werden.

In den vergangenen Jahren haben mehrere „Big Player“ des Internets ihr Portfolio um Weblog-Dienste erweitert. Nachdem Google 2003 Pyra Labs, das Unternehmen hinter Blogger.com, gekauft hatte, reagierten auch die Konkurrenten mit eigenen Blog-Diensten, die in bereits etablierte Angebote integriert werden: Microsoft etablierte Ende 2004 „MSN Spaces“ und Yahoo zog im März 2005 mit „Yahoo 360“ nach, das Funktionalitäten von Weblogs und „social networking tools“ vereint.

Unstrittig ist, dass in den vergangenen Jahren die Anzahl der Weblogs rasant gewachsen ist. Exakte Zahlen sind jedoch schwer zu ermitteln, da verschiedene Abgrenzungs- und Messprobleme bestehen: Wie häufig muss eine Webseite aktualisiert werden, um als Weblog zu gelten? Ab wann kann ein Weblog als „inaktiv“ bezeichnet werden? Sind Kommentare ein notwendiger Bestandteil von Weblogs oder nicht? Die Anzahl der Weblogs auf Hosting-Plattformen ist relativ leicht zu ermitteln, sofern die Betreiber die Zahlen veröffentlichen oder freigeben, während die Anzahl von installierten Weblog-Skripten faktisch nicht zu bestimmen ist, weil kein zentrales Verzeichnis existiert. Man ist daher immer auf Schätzungen oder Behelfsvariablen angewiesen und auch die folgenden Zahlen sind eher als informierte Schätzung über Größenordnungen in der Blogosphäre zu verstehen denn als Versuch, exakte Zahlen zu benennen.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Ich benutze in diesem Bericht die männliche Form als geschlechtsübergreifende Bezeichnung für Autorinnen und Autoren, Leserinnen und Leser, Bloggerinnen und Blogger, etc.

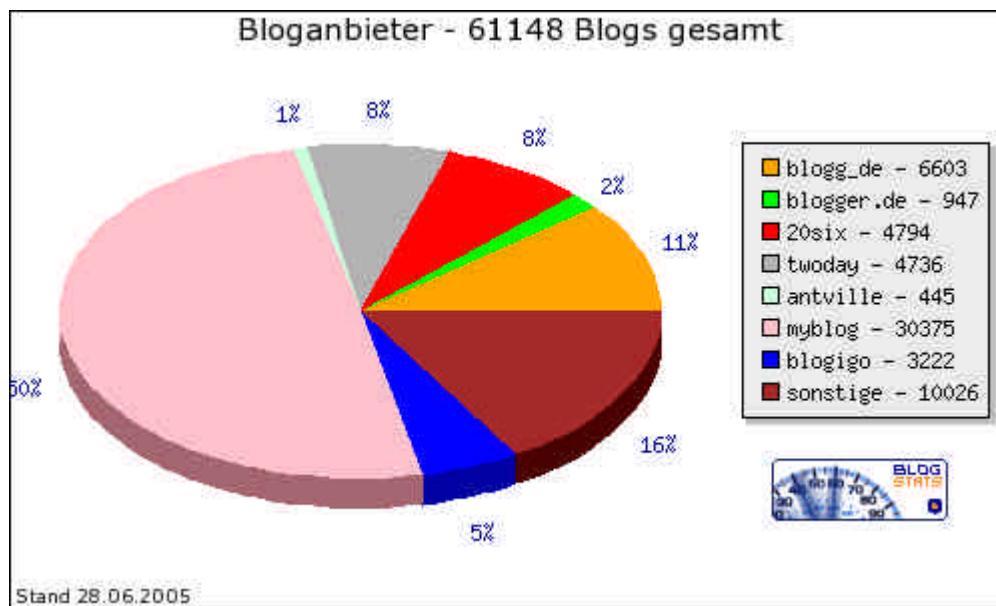
<sup>2</sup> Weblogs haben Vorläufer in anderen Medien, die teilweise einige Jahrhunderte zurückreichen. Miller/Sheperd (2004) nennen neben den ursprünglichen Logbüchern von Schiffskapitänen oder Leuchtturmwärtern, die zum Aufzeichnen von Navigationsbewegungen dienten, vor allem Pamphlete und Flugblätter mit politischen Kommentaren als Vorläufer der Zeitungen, persönliche Tagebücher und „commonplace books“ oder (in neuerer Zeit) Ausschnitt- und „Media Monitoring“-Dienste.

<sup>3</sup> Vgl. die Übersicht der Features von insgesamt 21 Skripten-Systemen unter [unblogbar.com/software](http://unblogbar.com/software).

<sup>4</sup> Ein Versuch, die verfügbaren Daten und Schätzungen zur europäischen Blogosphäre in einem Wiki zusammen zu tragen, findet sich unter [www.socialtext.net/loicwiki/index.cgi?the\\_european\\_blogosphere](http://www.socialtext.net/loicwiki/index.cgi?the_european_blogosphere).

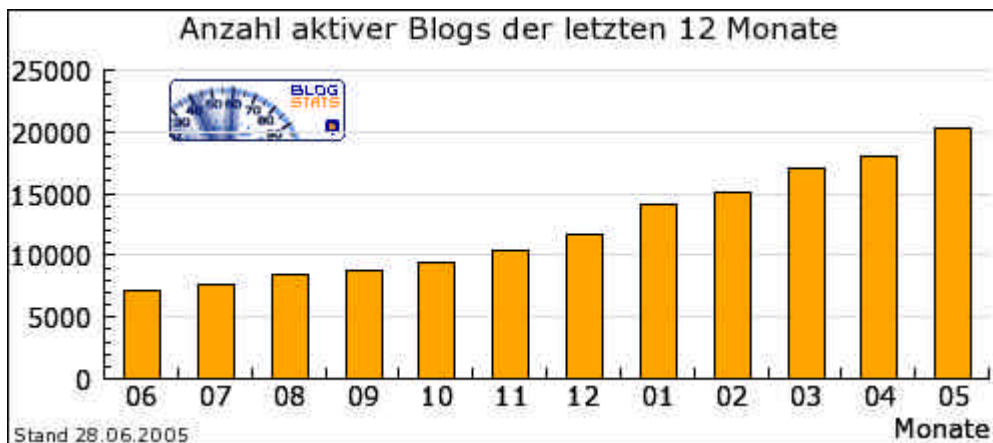
Eine weit verbreitete Methode zur Aggregation von Weblogdaten bedient sich des ping-Verfahrens: Bei entsprechender Konfiguration sendet ein Weblog bei neuen Inhalten ein kurzes Signal (den „Ping“) mit einigen Daten zur Aktualisierung an einen zentralen Server.<sup>5</sup> Weblogs.com startete als erster derartiger Dienst, legt die Zahlen über die getrackten Weblogs allerdings nicht offen. Andere Dienste kommen zu recht unterschiedlichen Zahlen – Blo.gs verzeichnete am 27.6.2005 etwa 9,6 Millionen, Technorati etwa 11,9 Millionen Weblogs und blogpulse.com etwa 12,9 Millionen Weblogs. Im deutschsprachigen Raum ist blogstats.de die beste Quelle für anbieterübergreifende Zahlen.<sup>6</sup> Mit Stand 27.6.2005 waren dort etwa 61.000 Weblogs gelistet, die sich auf verschiedene Plattformen verteilen (vgl. Abbildung 1). Die Hälfte dieser Weblogs werden von myblog.de gehostet; es folgen blogg.de, 20six und twoday.net. Unter die 16 Prozent „sonstige Bloganbieter“ fallen vor allem diejenigen Weblogs, die auf Stand-Alone-Skripten basieren. Allerdings sagen diese Werte noch nichts über die Aktivität der einzelnen Weblogs aus – blogstats.de gibt die Anzahl der Weblogs, die innerhalb eines Monats mindestens einen Eintrag veröffentlicht haben, mit etwa 20.000 an. Somit wird nur etwa ein Drittel der verzeichneten Weblogs zumindest gelegentlich aktualisiert.

**Abbildung 1: Anteile verschiedener Weblog-Plattformen an der deutschsprachigen Blogosphäre**



<sup>5</sup> Weitere Informationen finden sich unter [overstated.net/05/02/22-weblog-ping-services](http://overstated.net/05/02/22-weblog-ping-services).

<sup>6</sup> Blogstats.de baut auf dem Verzeichnis blogg.de auf; „Wir listen alle Weblogs aus dem deutschsprachigen Raum, die uns oder die Dienste weblogs.com oder blo.gs anpingen. Wir versuchen dann, die Weblogs herauszuziehen, die entweder auf deutsch sind oder die Länderkürzel .de, .at oder .ch haben. Wir ignorieren Weblogs ohne RSS- oder Atom-Feed.“ ([blogg.de/faq.php](http://blogg.de/faq.php)) „Wir zählen konservativ und führen nur Blogs auf, die mindestens 2 Artikel haben, bei denen der Zeitraum zwischen dem ersten und letzten Artikel mindestens 4 Stunden beträgt, die einen zentralen Dienst pinggen, die eine valide RSS- oder Atom-Datei haben und die nicht Passwort-geschützt sind. Ansonsten sind diese Blogs für Dienste wie Blogstats.de auch nicht relevant.“ ([lumma.de/eintrag.php?id=1534](http://lumma.de/eintrag.php?id=1534))

**Abbildung 2: Anzahl aktiver deutschsprachiger Weblogs**

Quelle: [www.blogstats.de](http://www.blogstats.de)

Meta-Verzeichnisse wie [technorati.com](http://technorati.com) oder [blogstats.de](http://blogstats.de) basieren darauf, dass Weblogs mit technischen Mitteln „überwacht“ werden. Wenn ein Angebot kein Ping-Signal sendet, wird es in den Verzeichnissen auch nicht geführt, weswegen die Zahlen die tatsächliche Verbreitung von Weblogs tendenziell eher unterschätzen. Eine andere Methode ist, Anteile und absolute Zahlen aus einer Stichprobe hoch zu rechnen. Die amerikanische Beratungsfirma „Perseus“ schätzte im April 2005 aufgrund einer Stichprobe von 10.000 Weblogs der 20 führenden Weblog-Hoster die Gesamtzahl auf etwa 31,6 Millionen und sagt ein Wachstum auf über 53 Millionen bis Jahresende voraus (vgl. Perseus 2005). Die führenden Anbieter sind demnach BlogSpot mit etwa 8 Millionen und LiveJournal mit etwa 6,6 Millionen Weblogs. Eine frühere Studie des Unternehmens (im Jahr 2003, bei den acht damals führenden Anbietern) ergab aber auch, dass etwa zwei Drittel der Weblogs seit mindestens zwei Monaten nicht mehr aktualisiert worden waren und damit als „eingestellt“ gelten mussten (vgl. Perseus 2003). Für den Weblog-Hoster LiveJournal ermittelte Venolia (o.J.) mit Hilfe eines statistischen Schätzverfahrens einen höheren Anteil von aktiven Weblogs, der je nach Schätzparametern zwischen 49 und 52 Prozent liegt. Die „Halbwertszeit“ beträgt bei LiveJournal dieser Analyse zufolge etwa ein Jahr, d.h. nach diesem Zeitraum ist noch die Hälfte einer Ursprungspopulation von Weblogs aktiv.

Daten zur Soziodemographie von Weblog-Autoren sind aus methodischen Gründen ähnlich problematisch zu erheben wie die zur Verbreitung von Weblogs. Aus den Diffusionsverläufen anderer innovativer Informations- und Kommunikationstechnologien ist bekannt, dass die ersten Nutzer oder „early adoptors“ tendenziell jung, männlich und gut gebildet sind.<sup>7</sup> Verschiedenen Studien zufolge

<sup>7</sup> Vgl. zum Beispiel die Daten zur Entwicklung der deutschen Online-Nutzerschaft, die in den jährlichen ARD/ZDF-Onlinestudien zusammengetragen werden (van Eimeren/Gerhard/Frees 2004).



machen Weblogs dabei keine große Ausnahme, wenn auch der Anteil von Männern und Frauen ausgeglichener zu sein scheint. Herring et.al. (2004) fanden in einer Stichprobe von 203 Weblogs etwa 54 Prozent männliche Autoren und etwa 40 Prozent Autoren unter 20 Jahren. Beim Anbieter LiveJournal waren im Februar 2004 etwa drei Viertel der Nutzer zwischen 16 und 24 Jahren alt (vgl. Kumar et.al. 2004). Eine etwas ältere Nutzerschaft fand sich dagegen zum gleichen Zeitpunkt bei twoday.net: Nur knapp zwei Fünftel der dort registrierten Autoren (38,6%) waren jünger als 25 Jahre; das Geschlechterverhältnis betrug 53 Prozent Männer zu 47 Prozent Frauen (siehe die eingehendere Diskussion in Abschnitt 3.2).

Parallel zur steigenden Anzahl von Weblogs wächst auch die Aufmerksamkeit für ihre Einsatzmöglichkeiten und Folgen. Traditionell findet eine lebhafte Diskussion darüber in der Blogosphäre selber statt, doch mittlerweile beschäftigen sich auch akademische Disziplinen mit dem Phänomen. Erste Institutionalierungszeichen einer Weblog-Forschung lassen sich ausmachen: Thematisch einschlägige Sammelbände (Gurak et.al. 2004; Burg 2004, 2005) und Journal-Schwerpunkte (Schmidt/Schönberger/Stegbauer 2005) existieren inzwischen genauso wie eigene Konferenzen (BlogTalk) und innovative Veranstaltungsformen (BlogWalk).<sup>8</sup>

Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht stellen Weblogs ein „Genre“ (vgl. Herring et.al. 2004; Miller/Sheperd 2004) oder „Medienschema“ (vgl. Neuberger 2005) dar, das seinen Platz zwischen „normalen“ Webseiten und asynchronen Formen der computervermittelten Kommunikation (wie E-Mail oder Diskussionsforen) einnimmt (vgl. Tabelle 1). Im Gegensatz zu Standard-Webseiten zeichnen sie sich durch eine häufigere Aktualisierung aus und bieten mehr Möglichkeiten des kommunikativen Austauschs zwischen Autor und Leser (vor allem über die Kommentarfunktion), wobei die mit diesen Rollen einhergehenden Kontrollmöglichkeiten über den Inhalt, der auf einer Seite dargestellt wird, weiterhin asymmetrisch verteilt sind. Anders als die asynchrone interpersonale Kommunikation, die in der Regel textbasiert ist, können Weblogs auch multimediale Elemente einbinden. Zur Zeit sind Inhalte überwiegend textzentriert, mit einer wachsenden Zahl von Angeboten, die Bilder einbindet. In rascher Folge entstehen neue Varianten der Übertragung oder Präsentationsform, darunter *Moblogs*, bei denen Beiträge und Fotos direkt vom Mobiltelefon aus veröffentlicht werden (vgl. Döring 2005), *Video-Blogs* (bewegte Bilder) oder *Podcasting* (Audio-Dateien).

---

<sup>8</sup> Die ersten beiden BlogTalk-Konferenzen organisierte Thomas N. Burg vom ZNM in Wien. Im Mai 2005 fand die „BlogTalk Downunder“ in Sydney statt. „BlogWalks“ sind eintägige Zusammenkünfte von etwa 20-30 Personen mit unterschiedlichem fachlichem und professionellen Hintergrund, die sich in einem „open space“ über Themen und Trends aus dem Umfeld von Weblogs austauschen. Bis Juli 2005 haben die Initiatoren Lilia Efimova, Sebastian Fiedler und Ton Zylstra neun dieser BlogWalks veranstaltet (vgl. [blogwalk.mediapedagogy.com/](http://blogwalk.mediapedagogy.com/)).

**Tabelle 1: Merkmale von Weblogs im Vergleich zu anderen Online-Formaten**

<i>Standard-Webseiten</i>	<i>Weblogs</i>	<i>Asynchrone interpersonale computerverm. Kommunikation</i>
Seltene Aktualisierung	Regelmäßige Aktualisierung	Kontinuierliche Aktualisierung
Asymmetrisches Senden	Asymmetrischer Austausch	Symmetrischer Austausch
Multimedial	Eingeschränkt multimedial	Textbasiert

Quelle: modifiziert nach Herring et.al. 2004, S. 10.

Diese Verortung von Weblogs zwischen anderen Genres der computervermittelten Kommunikation erlaubt es, Anschlussmöglichkeiten zu anderen Forschungsfeldern zu identifizieren. Die in den letzten zehn Jahren beträchtlich angewachsene Forschungsliteratur zur onlinebasierten interpersonalen Kommunikation stellt eine gute Ausgangsbasis dar, um die Spezifika von E-Mail oder Diskussionsforen und Newsgroups mit den Merkmalen weblogbasierter Kommunikation zu vergleichen (vgl. u.a. Stafford/Kline/Dimmick 1999; Stegbauer 2001; Baym 2002; Döring 2003; Mayer-Uellner 2003). Besonders ergiebig scheint ein Vergleich von Weblogs mit persönlichen Homepages, die bislang vor allem aus einer sozialpsychologischen Perspektive untersucht wurden (vgl. Döring 2002 für eine Synopse sowie Machilek/Schütz/Marcus 2004). Aus diesen Studien wissen wir beispielsweise, dass persönliche Homepages eine wichtige Rolle für die Selbstdarstellung und Identitätskonstruktion ihrer Autoren spielen. Analoge Untersuchungen zeigen, dass auch Weblogs zur Identitätsfindung und –explorierung von Teenagern beitragen (vgl. Huffaker/Calvert 2005). Insoweit Weblogs die Form von Online-Tagbüchern einnehmen, stellen sie ähnlich wie private Homepages eine besondere Verknüpfung von Öffentlichkeit und Privatsphäre dar, die von den Autoren auch reflektiert bzw. bewusst gestaltet wird (vgl. Wolf 2002).

Dünne (2004) verortet aus kulturwissenschaftlicher Sicht Weblogs in der philologischen Tradition des Kommentars zu anderen Schriftstücken, während Mortensen/Walker (2002) sie als Fortsetzung von ethnographischen Feldforschungs-Tagebüchern analysieren. In eine ähnliche Richtung gehen medienpädagogische Diskussionen der Rolle von Weblogs als persönliche Lernjournale oder allgemeiner als Werkzeuge des „Personal Knowledge Management“ (vgl. Paquet 2002; Fiedler 2003; Böttger/Röll 2004). Kommunikationswissenschaftliche Arbeiten untersuchen, welche Verschiebungen sich für gesellschaftliche Öffentlichkeit im Allgemeinen (vgl. Matheson 2004) und die politische Öffentlichkeit im Speziellen (vgl. Drezner/Farell 2004; Gill 2004) ergeben. Daneben gerät der Beitrag von Weblogs für die Unternehmenskommunikation immer mehr in den Mittelpunkt (vgl. Charman 2005; Picot/Fischer 2005; Zerfaß 2005). Andere Untersuchungen nehmen eine Akteursperspektive ein und betrachten die Rolle von Weblogs im Journalismus (Neuberger 2005; Welker 2005) oder als Kommunikations- und Koordinationsinstrument in der politischen Arbeit (vgl. Hienzsch/Prommer 2004).

Unter den kommunikationssoziologischen Arbeiten sind zwei unterschiedliche Ansätze auszumachen: *Netzwerkzentrierte Untersuchungen* konzentrieren sich auf die Gestalt und Dynamik der sozialen Netzwerke, die in der Blogosphäre entstehen. Verschiedene Studien haben gezeigt, dass die Verteilung der Verweise zwischen Weblogs einem für Netzwerkstrukturen universellen „power law“ folgt: Einige wenige Weblogs vereinen eine Vielzahl von „inbound links“ auf sich, während die überwiegende Mehrheit nur wenige einkommende Verweise besitzt (vgl. Shirky 2003; Tricas/Ruiz/Merele 2003; Adar et. al. 2004; Schuster 2004). Ein anderer netzwerkzentrierter Forschungsansatz basiert darauf, computervermittelte Kommunikationsprozesse mit einer Vielzahl von Teilnehmern formal zu modellieren. Hier zeigt sich, dass die Blogosphäre andere Merkmale aufweist als zum Beispiel die Kommunikation in Newsgroups oder auch die Interaktionen zwischen Käufern und Verkäufern auf Ebay (vgl. Malsch/Schlieder 2002; Lübcke/Perschke 2004b). *Praxiszentrierte Untersuchungen* wählen dagegen das soziale Handeln als Ausgangspunkt, um seine Merkmale und darauf aufbauende soziale Strukturen zu untersuchen. Neben einer Studie zur Formierung von Normen in Weblogs (vgl. Wei 2004) finden sich hier insbesondere Ansätze, die Motive und kommunikativen Routinen von Weblog-Autoren zu erheben. Dabei zeigt sich, dass im privaten wie im beruflich-professionellen Einsatz das Weblog als wertvolles Werkzeug dient, um Ideen zu entwickeln und Beziehungen zu anderen Personen zu pflegen (vgl. Efimova 2004; Gumbrecht 2004; Nardi et.al. 2004).

Trotz der wachsenden Anzahl wissenschaftlicher Arbeiten zum Thema „Weblogs“ steht ein umfassendes Analysemodell noch aus. Aus kommunikationssoziologischer Sicht sollte es in der Lage sein, die praxis- und netzwerkzentrierten Perspektiven zu integrieren und möglichst anschlussfähig an andere Disziplinen zu sein. Im folgenden Abschnitt werde ich ein solches Modell skizzieren, das ich in Abschnitt drei in einer Fallstudie anwende.



## 2 Praktiken des Bloggens

Ich verstehe die folgenden Überlegungen als einen Beitrag zu den „New Media Studies“, einem interdisziplinären Forschungsfeld, das bei der Analyse neuer Informations- und Kommunikationstechnologien über eine rein technikzentrierte Sichtweise hinausgeht und die Wechselwirkung von technischen und sozialen Phänomen untersucht. Lievrouw/Livingstone (2002) definieren den Gegenstandsbereich wie folgt: „By new media we mean information and communication technologies and their associated social contexts, incorporating:

- the artifacts or devices that enable and extend our abilities to communicate;
- the communication activities or practices we engage in to develop and use these devices; and
- the social arrangements or organizations that form around the devices and practices“ (Lievrouw/Livingstone 2002, S. 7)

Diese Studie teilt die zentrale Annahme, dass neue Medien ein soziotechnisches Ensemble von Artefakten, Handlungen und Formen der sozialen Organisation darstellen. Ich entwickle in Abschnitt 2.2 ein begriffliches Modell für die Analyse von Praktiken des Bloggens, das Form, Inhalt und Konsequenzen von weblogbasierter Kommunikation verstehend erklären soll. Zunächst diskutiere ich jedoch im folgenden Abschnitt Elemente aus drei anderen Theorietraditionen, die Bausteine meines eigenen Modells liefern:

- Überlegungen zur Institutionalisierung interpersonaler computervermittelter Kommunikation,
- Allgemeine sozialtheoretische Überlegungen zu einer Theorie der Praxis, die Handlungs- und Strukturperspektive integriert sowie
- Techniksoziologische Argumente, die die soziale Konstruktion von Gebrauchsweisen zum Gegenstand haben.

### 2.1 Bausteine einer praxisorientierten Theorie computervermittelter Kommunikation

Eine wichtige kommunikationssoziologische Erkenntnis besagt, dass die Diffusion von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) zu einer Institutionalisierung führt, die sich als Wechselspiel der Öffnung und Schließung von Handlungsoptionen darstellt. Besonders deutlich wird dieser Gedanke bei Joachim Höflich (1996, 2003), der in Anlehnung an Erving Goffman den Institutionalisierungsprozess als Rahmung darstellt und auf Situationen der computervermittelten Kommunikation überträgt.<sup>9</sup> Bei onlinebasierten Interaktionen existieren demnach genauso wie bei face-to-face-Begegnungen kulturell vorgeformte Situationsdefinitionen („Computerrahmen“), die den Interaktionsablauf beeinflussen, weil sie den Teilnehmern vorgeben, welches Verhalten adäquat und

---

<sup>9</sup> Einige der folgenden Gedanken habe ich bereits in Schmidt 2004 skizziert.

erwartbar ist. Je nach Verwendungszweck leiten dabei andere Erwartungen und Regeln die Nutzungsepisoden an, sind also unterschiedliche Computerrahmen aktiviert:

- Als *Abrufmedium* ähnelt das Internet stark der massenmedialen Kommunikation, die öffentlich und an ein disperses Publikum gerichtet ist. Vor allem im World Wide Web findet sich diese Form der Nutzung, die durch eine dominierende Einseitigkeit und nur marginales Feedback von Seiten der Rezipienten gekennzeichnet ist.
- Als *Kontakt- und Diskussionsmedium* gebraucht, stellt das Internet ebenfalls Öffentlichkeit her, doch herrscht hier die Erwartung vor, dass aktive Benutzer in einer abgegrenzten Gemeinschaft (zum Beispiel einer Newsgroup oder einem Web-Forum) gegenseitig aufeinander Bezug nehmen, auch wenn „Lurker“ passiv partizipieren können.
- Als *Medium interpersonaler Kommunikation* schließlich ermöglicht das Internet den persönlichen Austausch in privatem Rahmen. Auch hier findet eine wechselseitige Bezugsnahme statt, bei der die individuellen Erwartungen jeweils abgeglichen werden, doch anders als im Gebrauch als Kontakt- und Diskussionsmedium wäre bei der interpersonalen Kommunikation das Lurking eine Form des abweichendes Verhaltens.

Der computervermittelten Kommunikation fehlen bestimmte Kontextinformationen (wie nonverbale Signale oder räumliche Merkmale der Kommunikationssituation), die in der Präsenzsituation praktisch „nebenbei“ anfallen. Dennoch ist sie nicht per se „defizitär“, weil Interaktionen auf verschiedene Arten rekontextualisiert werden: Emoticons oder Mail-Signaturen sind neue Formen der Paraphrase, die den Kommunikationspartnern genauso Orientierung bieten wie es bestimmte Metaphern für Online-Interaktionsumgebungen tun – man denke an die Konnotationen der Bezeichnungen „digitales Rathaus“ oder „virtueller Marktplatz“. Schließlich trägt onlinebasierte interpersonale Kommunikation zur Stabilisierung individueller Medienidentitäten bei, die Personen auf der Grundlage von teils gewollt, teils unbeabsichtigt präsentierter persönlicher Merkmale und des bisherigen kommunikativen Verhaltens identifizierbar machen. Diese Medienidentität muss nicht unbedingt mit den „tatsächlichen Eigenschaften“ der kommunizierenden Person übereinstimmen und kann bewusst spielerisch oder auch in täuschender Absicht konstruiert werden.<sup>10</sup> In jedem Fall macht sie das kommunikative Verhalten des Gegenübers zu einem gewissen Grad erwartbar und trägt dazu bei, dass Kommunikation auch in sehr reduzierten virtuellen Umgebungen erfolgreich ablaufen kann.

Computerrahmen beinhalten Regeln und Erwartungen, die spezifische Situationen der computervermittelten Kommunikation rahmen. Höflich unterscheidet zwei Regelvarianten: *Adäquanzregeln* legen fest, welches Medium zu welchem Zweck zu nutzen oder abzulehnen ist, geben also

---

<sup>10</sup> Folgt man Sherry Turkle (1998), birgt das Internet das emanzipatorische Potenzial, die Konstruktion multipler Identitäten zu unterstützen. Aus dieser Perspektive ist das Spiel mit Identitäten im Internet kein abweichendes, sondern vielmehr ein befreiendes Verhalten, das auch therapeutische Wirkung haben kann.

Aufschluss über die Eignung spezifischer Internet-Dienste für bestimmte kommunikative Zwecke. E-Mail hat sich zum Beispiel für viele Formen des privaten Austauschs etabliert, gilt aber weiterhin als inadäquat für Kondolenzschreiben. *Prozedurale Regeln* beeinflussen demgegenüber den Ablauf der Kommunikation, sobald ein bestimmtes Medium bzw. ein bestimmter Dienst für einen bestimmten Zweck gewählt ist – sie bestimmen also zum Beispiel den Einsatz von Emoticons oder Aktionswörtern beim Chatten oder die Form einer geschäftlichen Anfrage per E-Mail. Als Regelkomplexe rahmen sie das Medienhandeln als aktive und bewusste Selektion von Medienangeboten seitens der Rezipienten, um bestimmte kommunikative Gratifikationen zu erfüllen. Vor dem Hintergrund dieser regelorientierten Perspektive lassen sich onlinebasierte Vergemeinschaftungsprozesse kommunikationswissenschaftlich fassen: Gemeinsam geteilte Adäquanz- und prozedurale Regeln sind das entscheidende Merkmal von „virtual communities“.<sup>11</sup> Ihre Angehörigen, seien es Teilnehmer einer Mailingliste, regelmäßige Besucher eines Chatraums oder registrierte Mitglieder eines thematisch spezialisierten WWW-Angebots, verpflichten sich auf gemeinsame Gebrauchsweisen, um ihre Interaktionen erwartbar und Gratifikationen erfüllbar zu machen. Die prozeduralen Regeln fungieren gleichzeitig als Partizipationsregeln, weil sie bestimmen, wie das Medium zu nutzen ist, um zur Kommunikationsgemeinschaft dazuzugehören. Nicht regelkonformes Verhalten wird sanktioniert, wobei die Bandbreite von Ignorieren der „Newbies“ über konstruktive Kritik bis hin zum aggressiven „Flaming“ reichen kann. Virtuelle Gemeinschaften sind nach diesem Verständnis Interpretations- und Verwendungsgemeinschaften, in denen durch beständige Interaktionen ein symbolischer Bezugsrahmen entsteht, der den einzelnen Nutzungsepisoden einen Sinn gibt. Der praktische Gebrauch des Internets ist für Höflich also technisch, vor allem aber soziokulturell und motivational gerahmt. Individuelle Nutzer leisten ihren Beitrag zur Definition der Mediensituation und zur Konstitution von Nutzungsgemeinschaften, weil sie im Mediengebrauch mit geteilten Bedeutungen und Regeln operieren. Dadurch reproduzieren sie im individuellen Handeln strukturelle Elemente der Situation. Dieser sozialtheoretisch bedeutsame Gedanke soll im Folgenden präzisiert werden, wobei zwei Fragen im Mittelpunkt stehen: Welche Dimensionen handlungsrelevanter Strukturaspekte lassen sich unterscheiden? Wie kann der Gegensatz zwischen handlungsdeterminierenden und handlungsabhängigen Strukturvorstellungen überwunden werden?

In seiner Synthese zahlreicher klassischer und zeitgenössischer Sozialtheorien arbeitet Reckwitz (1997, 2003) heraus, dass zwei unterschiedliche Strukturdimensionen existieren: „Handlungsakte und ganze Handlungsmuster scheinen erst begreifbar, sobald rekonstruiert wird, in welchem Kontext von Regeln – Normen und kulturellem Wissen gleichermaßen – sie hervorgebracht werden, und sobald be-

---

<sup>11</sup> Dieses regelorientierte Verständnis steht in Kontrast zu anderen Modellen virtueller Gemeinschaften, beispielsweise der mittlerweile klassischen Definition von Howard Rheingold (1994), der sozioemotionale Nähe als wichtiges Merkmal ansah, oder dem Gebrauch des Begriffs im Marketing, wo er vor allem für Zielgruppen von E-Commerce-Angeboten verwendet wurde (vgl. Hagel/Armstrong 1997).

obachtet wird, in welchen Zusammenhang von handlungsrelevanten Regelmäßigkeiten – kollektiven psychischen Dispositionen, Ressourcenverteilungen und Prozessen unintendierter Handlungsfolgen – sie entstehen“ (Reckwitz 1997, S. 108f.). Regeln und Regelmäßigkeiten umfassen wiederum verschiedene Aspekte, die sich unterschiedlich auf die einzelne Handlungsepisode auswirken.

Die erste Strukturdimension der Regel ist in der Soziologie vor allem mit dem Konzept der Norm verbunden. Normen bestehen aus situationsübergreifenden Erwartungen an das Verhalten von Akteuren, die bestimmte Arten des Handelns gegenüber anderen nahe legen. Sie werden dadurch handlungsleitend, dass sie beim Akteur in Form von Erwartungserwartungen internalisiert sind und durch interne wie externe Sanktionen abgesichert werden. Sie variieren in verschiedenen Dimensionen, darunter zunächst im Grad ihrer Implizit- oder Explizitheit: An beiden Enden dieses Kontinuums stehen formalisierte Normen, insbesondere das gesetzte Recht, denjenigen informellen Normen gegenüber, die im Handeln implizit bleiben und nur durch Versprachlichung einer Reflexion zugänglich gemacht werden können. Eine zweite Variation besteht in der Reichweite von Normen, verstanden als a) Anzahl von Situationen, in denen sie gelten, b) Grad der „präskriptiven Intensität“ bzw. Ausmaß der offen gelassenen Handlungsspielräume und c) Grad der Verknüpfung mit anderen Normen und Verdichtung zu Rollen. Schließlich variiert die Einstellung der Adressaten von Normen zu ihrem präskriptiven Gehalt, weil Menschen Normen aus unterschiedlichen Gründen befolgen können, zum Beispiel aufgrund von Wertbindungen oder von strategischen Überlegungen.

Regeln erschöpfen sich jedoch nicht in Normen, sondern gehen darüber hinaus und umfassen auch kognitiv-evaluative Regeln, die durch geteiltes Wissen fundiert werden. „Es ist die sinnhafte Matrix des kollektiv geteilten Wissens, die spezifische kognitive Perspektivierung der ‚Realität‘ durch den Filter der – meist implizit bleibenden – Weltbilder und kulturellen Modelle, die für die Akteure nicht allein ‚Wirklichkeit fabrizieren‘, sondern vor allen Dingen ihnen die sozialen Praktiken, die sie hervorbringen, erst nahe legen und andere soziale Praktiken als undenkbar ausschließen. Der kulturelle Habitus generativer Regeln verleiht den Akteuren gewissermaßen erst die Disposition, so zu handeln, wie sie handeln“ (Reckwitz 1997, S. 129). Erst indem man diesen Regeltypus gleichberechtigt neben Normen stellt, wird man dem sozialwissenschaftlichen Anspruch gerecht, Handeln verstehend zu erklären.

Kollektives, implizites Wissen ist ähnlich präskriptiv wie Normen, aber nicht im Sinne von „sozialen Tatsachen“ dem Akteur extern, sondern vielmehr im Bewusstsein der Akteure inkorporiert. Es wirkt einerseits generativ im Sinne eines „knowing how“, andererseits interpretativ im Sinne eines symbolischen Horizonts, der es den Akteuren gestattet, Ereignisse und Handlungen mit einem Netz von Bedeutungen zu versehen. Auch kognitiv-evaluative Regeln haben unterschiedliche Reichweiten, sowohl was die Anwender als auch was die Anwendung angeht. „Wissensgemeinschaften“ können von



Dyaden und Kleingruppen bis hin zur ganzen Menschheit reichen, und bestimmte Wissensbestände können in vielen verschiedenen oder nur sehr spezifischen Situationen anwendbar sein.<sup>12</sup>

Während Regeln den Akteuren zumindest implizit im Handeln zugänglich sind, gerät der zweite, analytisch gleichberechtigte Strukturtyp der Regelmäßigkeiten nur aus einer Beobachterperspektive in den Blick. Drei Varianten von Regelmäßigkeiten lassen sich unterscheiden:

- 1) *Unbewusste psychische Dispositionen*. Die Sozialwissenschaften müssen psychische Dispositionen im Sinne von kollektiv geteilten Affekt- und Motivationsstrukturen in die strukturelle Analyse einbeziehen, weil diese – wie kognitiv-evaluative Regeln – dem Handeln einen (ermöglichenden oder einschränkenden) Rahmen vorgeben. Anders jedoch als die vorbewussten Regelstrukturen von geteilten Wissen- und Symbolbeständen (die kollektiv *gelten*) gruppieren sich psychische Dispositionen nur zu unbewussten Regelmäßigkeiten (die kollektiv *existieren*). Norbert Elias (1939) hat in seiner Theorie der Zivilisierung die bedeutsame Rolle von unbewussten kollektiven Dispositionen, insbesondere von Affekten und ihrer Kontrolle, deutlich herausgearbeitet. Gerhard Schulze (1992) verwendet unterschiedliche Muster des psycho-physischen Erlebnisempfindens zur Abgrenzung von Milieus in der Erlebnisgesellschaft.
- 2) *Ressourcenverteilungen*: Erst geeignete Handlungsmittel versetzen den Akteur in die Lage, das durch Normen, Wissen sowie psychische Dispositionen nahegelegte Handeln auch auszuführen. Als Ressourcen kommen dabei nicht nur materiell-technologische, sondern ebenso immaterielle Mittel in Frage. Bourdieu (1983) weist mit seiner Unterscheidung von ökonomischem, sozialem und kulturellem Kapital ebenso auf diese wichtige Erweiterung des Ressourcenbegriffs hin, wie Giddens (1988) mit der Gegenüberstellung von allokativen und autoritativen Ressourcen (unter letzteren versteht er insbesondere das Vermögen, andere Akteure zu bestimmtem Verhalten zu bewegen, also letztlich Machtmittel). Die Verteilung von Ressourcen in einem gegebenen Kollektiv ist eng mit Regeln verbunden: Einerseits können bestimmte Ressourcenverteilungen bestimmte Regelkomplexe stabilisieren (weil sie zum Beispiel die Mittel für die Sanktionierung abweichenden Verhaltens bereitstellen), andererseits schreiben erst Regelstrukturen bestimmten Ressourcen einen Wert zu, der sie als Handlungsmittel relevant macht.
- 3) *Prozessgesetze*: Schließlich existieren in der sozialen Realität eigendynamische Muster von unintendierten Handlungsfolgen, die kollektiv auftreten und zu Bedingungen weiteren Handelns werden. Von allgemeinem Interesse sind vor allem die Prozessgesetze.<sup>13</sup> Handlungsmuster eines sozialen Feldes können zu unintendierten Folgen im selben oder einem anderen sozialen Feld

---

<sup>12</sup> Vgl. zum Unterschied von Alltags- und Expertenwissen auch Hitzler/Honer/Maeder 1994 sowie Degele 2000.

<sup>13</sup> In Anlehnung an Giddens (1988) lassen sich noch zwei andere Typen unintendierter Handlungsfolgen unterscheiden: Einmal der Fall, dass eine singuläre Handlung eine Sequenz nicht beabsichtigter Folgen auslöst, zum anderen der Fall, dass das Zusammentreffen unterschiedlicher Handlungen ein von den Akteuren nicht intendiertes Ergebnis erzeugt.

führen, wo sie als Bedingungen neuen Handelns fungieren, die stabilisierend oder destabilisierend auf das Ursprungsfeld zurückwirken können. Georg Simmel (1895/1995) hat dieses Prozessgesetz am Beispiel des Modekarussells beschrieben, das einem Verlaufsmuster von abgrenzender ästhetischer Innovation in der Avantgarde, Imitation durch den Massengeschmack und darauf reagierender neuer Abgrenzung folgt. Als „Regelmäßigkeit 2. Ordnung“ sind Prozessgesetze jedoch in besonderem Maße auf spezifische Konstellationen von normativen und kognitiv-evaluativen Regeln, Affektstrukturen und Mustern der Ressourcenverteilung angewiesen. Fälle der „self-destroying prophesy“ zeigen, dass zum Beispiel die Veränderung des Wissens über die Folgen des Handelns zu einem Wegfall der Handlungsmuster führen kann.

Regeln und Regelmäßigkeiten sind sowohl notwendige Voraussetzung als auch kontingentes Ergebnis von Handeln, sodass weder die Mikro-Ebene des Handelns noch die Makro-Ebene der Strukturen analytisch vorzuziehen sind.<sup>14</sup> Um dies zu erkennen, ist es zwingend notwendig, die zeitliche Dimension einzubeziehen, die gerade bei einer strukturfixierten Analyse oft ausgeklammert wird: Handeln ist eine Abfolge von Ereignissen, und jedem Handeln gehen zeitlich Regeln voraus; letztlich sind Akteure ja erst durch existierende Regeln – insbesondere kognitiv-evaluativer Art – und Ressourcen zum Handeln fähig, weil diese einen Rahmen vorgeben, was überhaupt in einer Situation gedacht und getan werden kann. Gleichzeitig sind aber diese Regeln stets abhängig von Interpretation und Aktivierung, von „Sinndeutungen der kollektiven Regeln im Lichte der jeweiligen Situation, bis dass das Handeln im neuen Kontext ‚Sinn macht‘“ (Reckwitz 1997, S. 141). Das Handeln besitzt also immer auch eine „performative Komponente“, die eine Reaktion auf unvorgesehene Umstände sein kann, aber auch als persönliche Reaktion auf die „Langeweile“ denkbar ist, Dinge immer wieder auf die gleiche Weise zu tun (vgl. Feldman/Pentland 2003). Erst das Zusammenspiel von regelhaften und performativen Komponenten macht das Handeln aus – ähnlich wie ein Musikstück aus Partitur und Aufführung besteht. Die ursprünglichen Regelstrukturen unterliegen durch diese situative Aktivierung einer beständigen, oft schleichenden Modifikation, wobei selektionstheoretische Kriterien der Variation, Selektion und Retention über das Ausmaß von struktureller Stabilität und Wandel entscheiden.

Die verschiedenen Strukturdimensionen – normative und kognitiv-evaluative Regeln sowie Regelmäßigkeiten in Form geteilter psychischer Dispositionen, Ressourcenverteilungen und Prozessgesetze – überlagern sich im Handeln. Schon innerhalb einer Strukturdimension können unterschiedliche Muster gleichzeitig in einer Situation relevant werden, also zum Beispiel normative Regeln einander

---

<sup>14</sup> Forschungspragmatisch kann es für bestimmte Analysezwecke dennoch durchaus sinnvoll sein, eine der beiden Ebenen hervorzuheben (vgl. Heintz 2004): In wenig institutionalisierten Handlungsfeldern ist ein Blick auf die Mikro-Perspektive und damit auf wechselseitige Aushandlungsprozesse zwischen Akteuren sinnvoll. Im Fall hoher Institutionalisierung sinkt jedoch die Kontingenz des Handelns und es ist möglich, strukturelle Merkmale zu analysieren, ohne auf die Handlungsebene selber zu rekurrieren.

ergänzen, sich gegenseitig verstärken oder auch in Widerspruch zueinander stehen – man denke an die verschiedenen Formen der Rollenkonflikte. Aber auch im Verhältnis der einzelnen Strukturdimensionen zueinander können konfligierende Situationen auftreten, zum Beispiel wenn soziale Normen einem Akteur Handlungen vorschreiben, die seine kognitiv-evaluativen Regeln nicht erstrebenswert erscheinen lassen. Schließlich entstehen Überlagerungen dadurch, dass Strukturkomplexe unterschiedliche Reichweiten haben und es Konstellationen gibt, in denen sich zwei Gruppen (z.B. soziale Milieus) in ihren grundlegenden Strukturen unterscheiden, aber dieser Unterschied von anderen Strukturkomplexen (z.B. gesamtgesellschaftlichen Strukturen) überlagert wird.

Auf den Bereich der computervermittelten Kommunikation übertragen, hilft das sozialtheoretische Begriffsinstrumentarium, Höflichs rahmungstheoretische Gedanken präziser zu fassen: Episoden computervermittelter interpersonaler Kommunikation sind von Regelstrukturen gerahmt und in Regelmäßigkeiten eingebettet. An verschiedenen Stellen des Kommunikationsprozesses werden unterschiedliche Regeltypen wirksam: Adäquanzregeln bestimmen die Medienwahl und sind vor allem kognitiv-evaluativer Art, weil sie den Akteuren vor dem Hintergrund geteilter Wissensbestände bestimmte Medien und/oder Anwendungen nahe legen, um kommunikative Ziele zu erreichen. Sie besitzen aber auch normative Komponenten, da bestimmte Medienwahlen sanktioniert werden. Prozedurale Regeln beziehen sich dagegen auf den Mediengebrauch und sind in stärkerem Maße normativ: Nur wenn sie befolgt werden, kommt es zu erfolgreicher Kommunikation beziehungsweise zum Erhalt gesuchter Gratifikationen. Handlungsfeldspezifisch stabilisieren sich normative und kognitiv-evaluative Regeln zu Computerrahmen, die den Einsatz der Technologie als Abruf-, Transaktions- oder interpersonales Medium strukturieren.

Weil Praktiken der computervermittelten Kommunikation per definitionem eine Auseinandersetzung des Akteurs mit einem technischen Artefakt, nämlich dem Computer und der darauf laufenden Software beinhalten, müssen Technologien als regelhafte Ressource in die kommunikationswissenschaftliche Analyse einbezogen werden. Frühe Studien haben ihr meist den Status einer unabhängigen Variable zugeschrieben und beispielsweise untersucht, wie ihr Einsatz bestimmte gesellschaftliche Folgen zeitigt (vgl. die Ausführungen von Castells 2001 zur Netzwerkgesellschaft, die maßgeblich auf der Verbreitung von Informations- und Kommunikationstechnologien beruhe) oder in einzelnen Handlungsfeldern bestimmte Handlungsweisen ermögliche und andere einschränke (vgl. z.B. die Synopse früher Studien zur computervermittelten Kommunikation in Organisationen bei Baym 2002). Unter das Stichwort „Digital Divide“ fallen Analysen zu Ausmaß und Konsequenzen des ungleichen Zugangs zum Internet (vgl. u.a. Wresch 1996, NTIA 1998, Compaine 2001, TNS Infratest 2005). Das Internet gilt aus dieser Perspektive als eine zentrale Ressource fortgeschrittener Gesellschaften, und empirische Befunde, dass bestimmte gesellschaftliche Gruppen (z.B. Ältere oder

formal weniger Gebildete) und (Welt-)Regionen das Internet unterproportional nutzen, werden als Indikatoren für eine mangelhafte Inklusion in die Informationsgesellschaft gedeutet.

Obwohl bereits in den 80er Jahren Studien zum „Social Shaping of Technology“ (SST) den Einfluss menschlichen Handelns auf Gestalt und Einsatzfelder von Technologien aufgezeigt haben (vgl. Bijker/Hughes/Pinch 1987; einführend auch Degele 2002), blieben Internet, Computer und Software in vielen Fällen als externes Objekt sozialen Prozessen konzeptionell weitgehend entzogen. Dadurch rückten die Analysen zu Konsequenzen der Informations- und Kommunikationstechnologien nahe an technikdeterministische Annahmen heran, was Vertreter der SST kritisieren: „From the SST point of view, to talk about the 'impacts' of technology on society, as though technology is the hammer and society is the nail, is to accept implicitly the basic premise of technological determinism“ (Lievrouw 2002, S. 185). Auch wenn technikdeterministische Fehlschlüsse regelmäßig in gesellschaftlichen Diskursen auftauchen, vor allem wenn es um neue Medien geht, verzerren sie doch die tatsächlichen Abläufe der Institutionalisierung einer Technologie (vgl. Münch/Schmidt 2005). Diese sind nämlich in zweifacher Weise, in Hinblick auf Technikgenese und Technikaneignung, das Resultat sozialen Handelns.

Die Forschung zur Technikgenese hat den Blick dafür geschärft, dass technische Innovationen aus einer Reihe von inkrementellen Veränderungen bestehen, die in Akteursnetzwerken mit teilweise konfliktären Akteurskonstellationen gemacht werden (vgl. Rammert 1993; Stöber 2003). Innovationsprozesse sind – von Ausnahmen abgesehen – eingebunden in die Praktiken professioneller Experten, die über spezialisiertes Wissen und Kompetenzen verfügen (vgl. z.B. Glock 2003 für technische Designprozesse). Sie setzen ein gewisses Maß der arbeitsteiligen Differenzierung und organisationalen Koordination voraus. Dies gilt auch für Informations- und Kommunikationstechnologien, deren materielle Komponenten, also die Hardware der Computer, Glasfaserkabel, Sendemasten und Empfangsgeräte, ebenso das Ergebnis sozialer Praktiken sind wie die Software, also das Set von Prozeduren oder Regeln, das als solches immateriell ist, aber zu seiner Ausführung das materielle Element des Computers voraussetzt, auf dem sie abläuft (vgl. Mansell/Silverstone 1996; Winston 1998; Schmidt 2005, insbes. S. 24-46).

Soziale Praktiken beeinflussen auch die Aneignung von Technologien, weil sie bestimmte Verwendungsweisen nahe legen und dadurch Technologien erst zu einer Ressource, also zu einem für spezifische Zwecke wertvollen Handlungsmittel machen. Am Beispiel der „Digital Divide“ kann dieser Gedanke deutlich gemacht werden (vgl. Marr 2004): Der ungleich verteilte Zugang zum Internet ist per se noch nicht gesellschaftlich problematisch, da sich nur im Kontext der Verwendung der Technologie bestimmt, ob online gesellschaftlich relevante Inhalte zur Verfügung stehen und faktisch auch genutzt werden, für die es keine funktionalen Äquivalente in der Offline-Welt gibt. Erst wenn dem so ist, wenn also Internet-Nutzer zum Beispiel die Gelegenheit wahrnehmen, sich online

politisch zu informieren und Partizipationsangebote wahrzunehmen, die anderen Personen nicht zur Verfügung stehen, dann ist fehlender Zugang ein Handicap.

Wir können in diesem Zusammenhang das Argument hinter Höflich's oben beschriebenen Konzept des Computerrahmens erneut aufgreifen und verallgemeinern: Technologien werden zur Ressource in sozialen Praktiken von Verwendungsgemeinschaften, die auf der Basis geteilter Wissensbestände akzeptierte Verwendungsweisen nahe legen und diesen einen bestimmten Wert zuschreiben. Sie sind empfänglich für Umdeutungen und neue Verwendungsweisen: Die gesellschaftlich akzeptierten und im Alltag angenommenen Verwendungsweisen einer Technologie werden oft erst in ihrem Gebrauch sichtbar, weil Menschen „interpretative Flexibilität“ besitzen, sich also von den intendierten oder routinisierten Gebrauchsweisen und Vorstellungen eines technologischen Artefakts lösen und so seinen Sinn und Zweck umdeuten können (vgl. die Studien zum Fahrrad, zur Glühbirne und zum Kunststoff Bakelit bei Bijker 1995 oder zum Telefon bei Rammert 1993).<sup>15</sup>

Wandel, sowohl in Form von technischer Innovation wie in Form veränderter Nutzungsweisen, ist im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien die Norm und nicht die Ausnahme. Zwei Spezifika von neuen Medien spielen dafür eine besondere Rolle (vgl. Lievrouw/Livingstone 2002): Der Computer als Universalmaschine und das Internet als offenes Netzwerk miteinander verbundener Rechner sind „unter-determiniert“, eröffnen also viele Optionen der Nutzung. Sie sind gleichzeitig „rekombinant“, d.h. dass die Modifikation, Innovation und Neukombination einzelner Bestandteile technologischer Systeme möglich ist. Angesichts dieser Merkmale ist auch verständlich, dass sich gewisse gesellschaftliche Diskurse über Einsatz und Folgen von neuen Medien regelmäßig wiederholen und das Neue, das Innovative, das Revolutionäre herausheben (vgl. Stöber 2003; Münch/Schmidt 2005). Diese Diskurse folgen gerade in frühen Phasen, in denen sich noch keine massenhafte Verbreitung und Stabilisierung von Nutzungsweisen etabliert hat, vergleichsweise extremen utopischen oder dystopischen Szenarien als in späteren Phasen, wenn die Diagnosen in stärkerem Maße empirisch fundiert und nicht mehr von Werturteilen geleitet sind

Wie im Folgenden zu zeigen sein wird, treffen diese Merkmale auch auf Weblogs zu: Sie sind unterdeterminiert, weil sie unterschiedliche Praktiken zulassen: „Blogging (..) provides scope for an enormous variety of expression within a simple, restricted format“ (Nardi et.al. 2004, S. 43). Sie sind rekombinant, weil sie Elemente und Nutzungsweisen verschiedener Anwendungen (wie der persönlichen Homepage oder der Diskussionsforen) auf eine neue Art zusammenführen und dadurch innovative Praktiken ermöglichen, in denen neue und alte Bedeutungen zusammenfließen. Die Institutionalisierung von Weblogs vereint damit Elemente der Persistenz und Rekombination (vgl.

---

<sup>15</sup> Ein auf den ersten Blick abseitiges Beispiel, das aber zahlreiche Menschen aus ihrer Alltagserfahrung kennen, ist die Zweckentfremdung von Objekten zum Öffnen von Bierflaschen. Im einem Weblog ([stuff.twoday.net/](http://stuff.twoday.net/)) dokumentieren sie mehrere hundert Arten, mit Alltagsgegenständen eine Bierflasche zu öffnen.

Schönberger 2005), von Determination und Kontingenz (vgl. Lievrouw 2002), oder ganz allgemein von Öffnung wie Schließung von Handlungsoptionen. Um diese Prozesse beschreiben und erklären zu können, entwickle ich im folgenden Abschnitt ein Modell der Institutionalisierung von Weblog-Praktiken, das die Dialektik von Öffnung und Schließung im individuellen Handeln und den daraus entstehenden Strukturen sozialer und technischer Art einbezieht.

## 2.2 Analyse von Weblog-Praktiken – ein Modell

Weblog-bezogene Kommunikation stellt ein Handlungsfeld dar, das eigene Praktiken und eine von anderen Handlungsfeldern der on- und offline ablaufenden Kommunikation verschiedene Strukturierung aufweist. Unter Praktiken des Bloggens sollen Handlungssequenzen verstanden werden, in denen sich Nutzer bestimmter Software-Technologien bedienen, um kommunikative Ziele (die Rezeption oder Publikation von Texten) zu realisieren, wobei korrespondierende Regeln und Relationen das Handeln rahmend beeinflussen und in diesem Handeln (re)produziert werden. In einzelnen Nutzungsepisoden kommt es zu einer Anwendung von spezifischen Regeln, also von Handlungsschemata, die situationsspezifisch bestimmte Handlungen und Erwartungen nahe legen. Diese Regeln können sich zu Rollen verdichten, wobei im Zusammenhang mit Weblog-Praktiken die Unterscheidung von Autoren- und Leser-Rolle insofern unscharf ist, als Weblog-Leser selber auch eigene Weblogs führen können: Ende 2004 hatten 7 Prozent der amerikanischen Internet-Nutzer ein eigenes Blog, 12 Prozent haben schon einmal einen Kommentar in einem Weblog hinterlassen, und 27 Prozent gaben an, Weblogs als Leser zu verfolgen (vgl. Rainie 2005).<sup>16</sup>

Quer zu dieser Unterscheidung von Regeln nach Nutzerrollen liegen die beiden Regeltypen der Adäquanz- und der prozeduralen Regeln. Adäquanzregeln positionieren Weblogs im Verhältnis zu anderen Mediengattungen und anderen Kanälen der Online-Kommunikation, indem sie angeben, welche Gratifikationen durch bestimmte kommunikative Praktiken erwartbar erfüllt werden können. Sie basieren auf interpretativem Wissen über Einsatzzwecke, die gesellschaftsweit oder innerhalb bestimmter Gruppen akzeptiert sind und als normal gelten. Adäquanzregeln lassen sich als Motive oder Erwartungen an einzelne Medien operationalisieren; Nardi et.al. (2004) fünf Motive für die Nutzung des Genres identifiziert, die bei Weblog-Autoren einzeln oder in Kombination vorliegen können:

- Um das eigene Leben zu dokumentieren
- Um eigene Meinungen auszudrücken
- Um persönliche Erlebnisse und Gefühle zu verarbeiten
- Um Ideen und Gedanken beim Schreiben zu entwickeln
- Um den kommunikativen Austausch in einer Gruppe von Nutzern zu fördern

---

<sup>16</sup> Eine Zwischenstellung nehmen Regeln ein, die das Kommentieren von Beiträgen betreffen, da hier aus der Rolle eines Lesers heraus zu einem Weblog-Posting Texte beigetragen werden.

Die Adäquanzregeln von Weblog-Lesern sind vor allem für den Gebrauch als Informationsmedium untersucht: In einer (selbstrekrutierten) Stichprobe von „heavy blog users“ (Internet-Nutzer, die mehrheitlich 5 oder mehr Weblogs täglich verfolgen und dafür zehn oder mehr Stunden pro Woche aufwenden), fand Copeland (2004) einige Indizien. Bei den Befragten handelt es sich um Personen mit einer hohen generellen Affinität zum Internet, über das sie – im Durchschnitt – mehr als die Hälfte ihrer Informationen beziehen, während die klassischen Massenmedien nur zwischen 10 und 16 Prozent ausmachen. Weblogs erfüllen für diese Personen einige besondere Zwecke: Etwa 80 Prozent der Befragten lesen sie, um an Nachrichten zu gelangen, die über keine andere Quelle zu beziehen sind, 78 Prozent geben an, durch Weblogs eine bessere Perspektive auf aktuelle Geschehnisse zu erhalten. Etwas geringere Anteile der Befragten erwarten von Weblogs schnellere Neuigkeiten (66%) und eine größere Ehrlichkeit der Berichterstattung (61%).

Über diese Studie hinaus liegen bislang kaum quantitative Daten vor, die einen systematischen Vergleich von Weblogs mit anderen Mediengenen ziehen und die Prozesse der Medienwahl in einer kanalreichen Medienumgebung thematisieren. Allerdings zeigen andere Studien, dass einige spezifische Medienmerkmale von Weblogs für viele Autoren und Leser einen besonderen Vorzug gegenüber anderen Kanälen darstellen (vgl. Gumbrecht 2004): Weblogs fördern die häufige Aktualisierung von Inhalten (anders als vergleichsweise statische „klassische“ Homepages), legen aber keine so hohen Erwartungen an unmittelbares kommunikatives Feedback nahe, wie synchrone Kommunikationsumgebungen (z.B. Instant Messaging oder Chat). Gleichzeitig erlauben sie den Autoren eine ausgeprägte Kontrolle über die eigenen Inhalte, sodass das eigene Weblog Züge eines „protected space“ annimmt.

Prozedurale Regeln betreffen Weblog-Nutzungsepisoden im engeren Sinne und rahmen den eigentlichen Gebrauch des Mediums, nachdem eine Entscheidung für seinen Einsatz gefallen ist. Sie lassen sich in verschiedener Hinsicht differenzieren, zum Beispiel nach dem Grad ihrer Explizitheit. Die Spannweite reicht dabei von formalisierten Regeln, wie sie in den „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ und Nutzungsvereinbarungen von Weblog-Dienstleistern niedergelegt sind bis hin zu informellen Konventionen, die sich in Weblog-Verwendungsgemeinschaften herausbilden. Eng damit verbunden, aber nicht deckungsgleich ist die Unterscheidung von prozeduralen Regeln nach Sanktionierungsaspekten. In den Nutzungsbedingungen von Weblog-Dienstleistern finden sich üblicherweise Hinweise darauf, welche Arten von Inhalten auf einer Plattform erlaubt sind.<sup>17</sup> Die Grenzen werden hier vor allem durch die Meinungsfreiheit gezogen, wobei viele Dienste zusätzlich kommerzielle Aktivitäten explizit ausschließen. Das Brechen der Nutzungsvereinbarungen können die Anbieter

---

<sup>17</sup> Vgl. beispielsweise die Nutzungsbedingungen von Livejournal unter [www.livejournal.com/legal/tos.bml](http://www.livejournal.com/legal/tos.bml) und ihre für Nutzer aufbereitete Fassung unter [www.livejournal.com/support/faq.bml](http://www.livejournal.com/support/faq.bml).

sanktionieren, indem sie betreffende Weblogs sperren oder in Extremfällen (z.B. bei strafrechtlich relevanten Inhalten) Anzeige erstatten.

Darüber hinaus existieren in den Verwendungsgemeinschaften eine Vielzahl von impliziten normativen Regeln unterschiedlicher Reichweite: Leser stellen an Autoren Erwartungen an die Häufigkeit von Aktualisierungen sowie an formale und inhaltliche Merkmale der Beiträge, während umgekehrt Autoren Erwartungen an ihre Leser stellen können. So gilt es beispielsweise als „guter Stil“, andere Weblogs, die als Quelle für eine Information dienen, im eigenen Beitrag zu verlinken (wodurch als Nebeneffekt auch die Diffusion von Themen in der Blogosphäre nachvollzogen werden kann). Von Lesern wird üblicherweise erwartet, dass sie ihre Kommentare namentlich kennzeichnen und selber gewisse sprachliche und argumentative Regeln einhalten.<sup>18</sup> Geteilte Erwartungen können bis hin zu sprachlichen Konventionen reichen; so ist es in weiten Teilen der Blog-Plattform antville.org üblich, sich zu siezen.

Die informellen prozeduralen Regeln machen die „Netiquette des Bloggens“ aus und fungieren als Partizipationsregeln: Nur wer ihren kognitiv-evaluativen Gehalt im Sinne eines „know how“ kennt und ihrem präskriptiven Gehalt folgt, gilt als Teil der Verwendungsgemeinschaft und eröffnet sich so die Chance, Gratifikationen zu erfüllen. Als Sanktionierungsinstanz fungieren in diesem Fall die Nutzer selber, die gewissermaßen „von unten“ ihr eigenes Verhalten regulieren. Dabei fließen auch Erfahrungen und Routinen aus der Nutzung anderer Medien der computervermittelten Kommunikation ein, sodass wir hier eine Überlappung unterschiedlicher Regelstrukturen feststellen können. Dies wird beispielsweise an der andauernden Kontroverse deutlich, inwieweit Weblog-Praktiken journalistische Funktionen übernehmen können (s.u.).

Eine Sonderstellung nimmt die Weblog-Software ein, die Aspekte von Regeln und Ressourcen vereint. Je nach Umfang und Ausgestaltung der funktionalen Merkmale einer spezifischen Weblog-Software sind bestimmte Nutzungsoptionen möglich oder eingeschränkt, beispielsweise im Hinblick auf die Sicherheit der Inhalte, die Darstellung und Verwaltung von Inhalten oder die Interaktion mit anderen Nutzern (vgl. Westner 2004). In Form des Software-Codes sind diese Regeln zwar explizit formuliert, doch bleibt diese Ebene üblicherweise für den Nutzer verborgen bzw. wird durch ein Interface vermittelt.

Prozedurale Regeln unterscheiden sich schließlich in der Hinsicht, auf welche Komponenten der Handlungsepisode sie Bezug nehmen. Wir können Publikations- von Vernetzungsregeln unterscheiden und damit analytisch den Akt der Auswahl und Präsentation der zu publizierenden Inhalte vom Akt der Verlinkung und expliziten Referenzierung anderer Inhalte trennen. Publikationsregeln geben dem Autor beispielsweise vor, welche Themen er in seinem Weblog behandelt, inwieweit er



Verweise auf andere Quellen mit zusätzlichen Kommentaren ergänzt oder in welcher Form er andere multimediale Inhalte wie Bilder oder Tondateien integriert. Auch für die Gestaltung eines Weblogs kommen, vor allem bei den Hosting-Plattformen, Vorgaben zum Tragen, die einen Rahmen für persönliche Design- und Layoutvorgaben darstellen (z.B. Standard-Templates für die Anordnung einzelner Gestaltungselemente).

Allen weblogbezogenen Regeln ist eines gemeinsam: Ob es um die Auswahl von anderen Seiten, um Kommentare zu aktuellen Themen oder um die Darstellung von Alltagserlebnissen und Gefühlen geht, wird von einem Weblog-Autor erwartet, authentisch und mit „seiner eigenen Stimme“ zu kommunizieren. Diese Authentizitäts-Erwartung führt dazu, dass sich in Weblogs Online-Identitäten manifestieren, die – wie bei persönlichen Homepages im allgemeinen – relativ eng mit den realweltlichen Identitäten der Autoren verbunden sind. Untersuchungen zum Gebrauch von Weblogs unter amerikanischen Teenagern machen dies deutlich (vgl. Huffaker/Calvert 2005), denn mehrheitlich berichten die Autoren über Erlebnisse aus ihrem Alltag. Sie geben zusätzlich in der Regel auch persönliche Informationen preis, vor allem Vornamen (70%), Alter (67%) und weitergehende Kontaktinformationen wie Email-Adresse oder Telefonnummer (61%).<sup>19</sup> Für manche Jugendliche (17%) stellen Weblogs sogar eine so geschützte Umgebung dar, dass sie ihre homosexuelle Orientierung offen legen.

Erwartungen und korrespondierende Publikationspraktiken erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass die Präsentation des eigenen Selbst in Weblogs authentisch ist. Dennoch kann es in Weblogs auch zu bewussten Verletzungen dieser Erwartungen kommen. Einige Anekdoten des „identity play“ oder der Identitätstäuschung sind dokumentiert, wie zum Beispiel der Fall der Bloggerin „Laune Johnson“, die drei Jahre lang im Internet Erlebnisse dokumentierte (vgl. Kilchmann 2004; allgemein auch Möller 2005, S. 135-138). Als im Juni 2004 das Weblog nicht mehr erreichbar war und keiner der mehreren tausend regelmäßigen Besucher Kontakt zu ihr herstellen konnte, begannen diese detektivische Nachforschungen. Schließlich stellte sich heraus, dass es sich bei Laune Johnson um eine fiktive Person handelte, hinter der ein 35jähriger Mann steckte, der ein literarisches Experiment vornehmen wollte. Viele der regelmäßigen Leser empfanden dies allerdings als Täuschung. Solche Fälle stellen gegenüber der Vielzahl authentischer Identitätsdarstellungen die Ausnahme dar, schärfen aber den Blick dafür, dass die Selbstpräsentation in Weblogs von zahlreichen, mehr oder weniger expliziten Erwartungen an die Authentizität der kommunizierende Person gerahmt ist.

---

<sup>18</sup> Nutzer, die sich nicht an diese Regeln halten und Autoren oder andere Leser provozieren, werden oft als „Trolle“ bezeichnet. (vgl. [de.wikipedia.org/wiki/Troll\\_\(Internet\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Troll_(Internet))).

<sup>19</sup> Ähnliche Befunde berichten Herring et.al. (2004): Von 203 untersuchten Weblogs einer Zufallsstichprobe enthielten 68 Prozent einen Realnamen und 54 Prozente weiter persönliche Informationen wie Name, Beruf oder Wohnort.

Das Authentizitätsgebot, das der Präsentation von persönlichen Informationen in Weblogs zugrunde liegt, ist Teil eines allgemeinen kulturellen Trends der Grenzauflösung zwischen Privatem und Öffentlichem.<sup>20</sup> Autoren machen in Weblogs persönliche Merkmale, Gedanken und Gefühle öffentlich verfügbar und überschreiten dadurch Grenzen des vormals Privaten, behalten jedoch die Kontrolle über Form, Inhalt und Grenzen dieser öffentlichen Darstellung. Das Führen eines Weblogs ermöglicht eine Form der Selbstvergewisserung (vgl. Miller/Sheperd 2004) bzw. Selbststilisierung (vgl. Dünne 2004), die in der Hand des Einzelnen liegt, jedoch Aufmerksamkeit und Rückmeldungen von anderen Personen erfordert. Wo die Grenze zwischen öffentlicher und privater Sphäre jeweils individuell gezogen wird, hängt also auch von den zurückgespiegelten Erwartungen und Reaktionen der Bezugsgruppen ab.

Wie stark prozedurale Regeln zur Authentizität und Öffentlichkeit der Kommunikation die Weblog-Praktiken bestimmen, zeigt sich oft erst, wenn Erwartungen aus unterschiedlichen Handlungsfeldern miteinander in Konflikt geraten. Deutlich wird dies bei Weblogs, die als Instrument der Organisationskommunikation geführt werden und dann als authentisch bzw. „echte Weblogs“ gelten, wenn sie in Stil und Präsentation gerade nicht an PR- und Marketingmaßnahmen erinnern. Inzwischen existiert vor allem in den USA eine wachsende Anzahl von „CEO Blogs“, in denen verantwortliche Unternehmensmanager über ihren geschäftlichen (und gelegentlich auch privaten) Alltag berichten (vgl. Zerfaß/Sandhu 2005). Dass der Grat zwischen authentischer und PR-zentrierter Kommunikation oft schmal ist, zeigt das Beispiel des Weblogs vom Marketingchef des Flugzeugherstellers Boeing ([www.boeing.com/randy/](http://www.boeing.com/randy/)), das Beobachter als „aufgesetzt“ und „Dauerwerbesendung“ empfinden (vgl. Eck 2005). Als „Musterbeispiel“ gilt dagegen Robert Scoble, der als technischer Berater bei Microsoft arbeitet, aber in seinem populären Weblog „Scobleizer“ auch kritische Stimmen gegenüber seinem Arbeitgeber anschlägt (vgl. The Economist 2005).

Für die Organisationskommunikation sind neben „CEO Blogs“ als autorisierte oder zumindest akzeptierte Stimme auch Weblogs von Mitarbeitern relevant, die als Privatpersonen publizieren. Während dies in der überwiegenden Zahl der Fälle problemlos möglich ist, haben einige Fälle Schlagzeilen gemacht, in denen Mitarbeiter Inhalte veröffentlicht hatten, auf die die Organisation mit arbeitsrechtlichen Schritten reagierte. Bekannt wurde beispielsweise der Fall von Ellen Simonetti, einer Stewardess von Delta Airlines, die in ihrem privaten Weblog einige Fotos von sich in leicht lasziver Pose veröffentlichte, die sie in Delta-Uniform zeigten; die Fluggesellschaft entließ sie kurz darauf, was große kritische Resonanz im Netz erzeugte, die später auch andere Medien wie die „Time“ aufgriffen. Ein anderer Fall ereignete sich zu Beginn 2005, als Mark Jen, ein frischgebackener

---

<sup>20</sup> Calvert (2000) hat die Entwicklung des „mediated voyeurism“ beschrieben, der im Fall von Weblogs auf Formen des „mediated exhibitionism“ trifft. Neben dem Internet verstärken auch die anderen Mediengattungen diesen Trend, wie die „Call-In Shows“ im Radio oder die Vielzahl der Talkshows und Reality-TV-Formate im Fernsehen zeigen.

Google-Mitarbeiter, von seinen ersten Erfahrungen beim Unternehmen berichtete. Einige Andeutungen über interne Finanzziele von Google musste er allerdings wenige Tage später wieder entfernen. Anfang Februar wurde bekannt, dass Google ihn entlassen hat.

In beiden Fällen existierten unterschiedliche Erwartungen an die Inhalte, die ein Autor in einem privaten Blog (teil-)öffentlich machen kann. Aus Sicht der Autoren handelte es sich um persönliche Äußerungen und Meinungen, während für die Organisation damit interne Vertraulichkeitsregeln verletzt wurden. Es handelt sich hier um Beispiele, dass sich verschiedene Regelstrukturen überlappen und zu konfligierenden Erwartungen führen können.<sup>21</sup> In den USA, wo die Diffusion von Weblogs am weitesten fortgeschritten ist, gehen deswegen mehr und mehr Organisationen dazu über, interne Richtlinien oder „Blogging Guidelines“ zu etablieren und so implizite Erwartungen explizit zu machen (vgl. Wackä 2005).

Im Akt des Bloggens fallen die Selektion von Inhalten, ihre Aufbereitung für die Publikation und die Verlinkung zu anderen Online-Quellen zusammen. Um Gestalt und Dynamik der sich formierenden Netzwerke zu erfassen, bietet es sich an, Vernetzungsregeln gesondert zu betrachten, die die explizite Referenzierung anderer Internet-Adressen in Beiträgen, Kommentaren oder an anderer Stelle im Weblog beeinflussen. Sie regeln insbesondere Fragen wie: Wann verlinkt man auf welche Texte in anderen Weblogs oder sonstigen Online-Quellen? Führt man zusätzlich zu den eigentlichen Beiträgen noch eine „Blogroll“, in der man auf andere Weblogs verweist, die man regelmäßig liest – und wann nimmt man Weblogs in diese Liste auf? Verweist man im Kommentar zu einem Posting auf das eigene Weblog? Stellt man seine Beiträge auch in anderen Formaten, z.B. als RSS-Feed zur Verfügung und unterstützt man so die Rezeption der eigenen Inhalte durch andere?

Vernetzungsregeln gehen über den rein technischen Aspekt (auf welche Weise definiert man einen Hyperlink?) hinaus, weil sie die Gestalt von Beziehungen oder Relationen beeinflussen, die entweder inhaltlicher Art (der Link zu einem Weblogeintrag als kommunikative Referenz, die Anschlusskommunikation ermöglicht) oder sozialer Art sein können (der Link zu einem Weblogeintrag als soziale Referenz, die eine Beziehung zum verlinkten Autor ausdrückt). Die analytische Unterscheidung von Rezeptions- und Publikationsregeln einerseits und Vernetzungsregeln andererseits erscheint vor allem deswegen sinnvoll, weil ihre Anwendung in wiederholten Handlungsepisoden zu zwei unterschiedlichen Resultaten führt: Rezeptions- und Publikationsregeln bestimmen vor allem Gestalt und Gesamtbild eines Weblogs, Vernetzungsregeln beeinflussen dagegen die Gestalt der Blogosphäre als Netzwerk miteinander verbundener Weblogs.

---

<sup>21</sup> Solche Konflikte sind nicht auf die Arbeitswelt beschränkt; in Frankreich sind im Frühjahr 2005 mehrere Jugendliche der Schule verwiesen worden, weil sie in ihren Weblogs abfällige Bemerkungen über Lehrer gemacht hatten (vgl. [shortnews.stern.de/shownews.cfm?id=565301](http://shortnews.stern.de/shownews.cfm?id=565301)).

Verschiedene technische Merkmale der Weblog-Kommunikation unterstützen den Aufbau von Relationen und damit die Konstitution inhaltlich-textlicher und sozialer Netzwerke in Praktiken des Bloggens. Zentrales Merkmal ist der „Permalink“: Weblog-Postings erscheinen zwar gemeinsam auf einer Startseite, sind aber jeweils durch eigenständige URLs adressiert und erreichbar. Dadurch fördern sie die gezielte Verlinkung einzelner Beiträge, anstatt auf einer vergleichsweise hohen Aggregationsebene Weblogs als Ganzes miteinander zu verbinden. Ähnlich wichtig für die Formierung dichter Netzwerke war die Einführung der „Trackback“-Funktion, die zuerst für die Weblog-Software „Movable Type“ angeboten wurde, inzwischen aber bei vielen Software-Systemen zum Standard gehört. Damit wurde das Problem behoben, dass ein Hyperlink prinzipiell nur einseitig ausgerichtet ist und ein Link von Seite A auf Seite B nicht wieder zu Seite A zurückführt. Im Fall von Weblogs erschwert diese Unidirektionalität das Nachverfolgen von Diskussionen und Kommentaren über mehrere Weblogs hinweg, denn wenn sich ein Beitrag in Weblog B auf einen Beitrag in Weblog A bezieht und diesen auch verlinkt, wird in Weblog A davon niemand etwas merken, wenn nicht Autor B in den Kommentaren von Weblog A einen entsprechenden Verweis hinterlässt. Der „Trackback“ automatisiert nun genau diesen Verweis, indem Autor B in seinem Beitrag seine Quellen gesondert referenziert. Bei Veröffentlichung des Beitrags wird der zitierte Text in Blog A automatisch um einen Hinweis ergänzt, dass sich ein anderes Weblog auf sie bezogen hat. Dadurch fällt es Weblog-Nutzern leichter, die Verbreitung von Informationen in „verteilten Konversationen“ (s.u.) nachzuverfolgen.

Andere technische Mittel unterstützen den Aufbau von Relationen durch die Aggregation verschiedener Quellen.<sup>22</sup> Die „Blogroll“ enthält Verweise auf andere Weblogs, meist als Leseempfehlungen oder Listen befreundeter oder regelmäßig gelesener Autoren. Da die Blogroll in der Regel permanent auf der Startseite eines Weblogs sichtbar ist, besitzen diese Relationen einen stärkeren Stellenwert gegenüber den vergleichsweise flüchtigen Verweisen in Einzelbeiträgen, die nach einer gewissen Zeit von der Startseite verschwinden und nur noch im Archiv aufzufinden sind. Viele Weblog-Plattformen nehmen Aggregationen auf den Portalseiten vor und listen die zuletzt hinzugefügten Beiträge auf, wodurch sie in den oft mehrere tausend oder zehntausend Weblogs umfassenden Communities zumindest kurzfristige Sichtbarkeit für einzelne Texte erzeugen. Einzelne Plattformen wie LiveJournal oder Multiply integrieren zusätzlich Funktionalitäten zum Knüpfen von sozialen Netzwerken, indem sie es Nutzern ermöglichen, andere registrierte Mitglieder der Community als „Freunde“ zu deklarieren und Beiträge mit unterschiedlichen Sichtbarkeitsleveln zu versehen. Bestimmte Texte sind dann für alle Besucher eines Weblogs sichtbar, während andere nur von direkten Kontakten im eigenen, explizit gemachten sozialen Netzwerk gelesen werden können. Diese Verbindung von Publikations- und

---

<sup>22</sup> Zu den hier genannten Instrumenten, die eine gewisse Verbreitung in der gängigen Weblog-Software erreicht haben, kommt eine wachsende Anzahl sogenannter „Mikroformate“. Dabei handelt es sich um technische Spezifikationen für die Codierung inhaltlicher Information, die auf den Prinzipien des „semantic web“ aufbauen und es Nutzern zum Beispiel erlauben, soziale Beziehungen näher zu qualifizieren (vgl. [www.microformats.org/](http://www.microformats.org/)).

Kontaktfunktionen erlaubt eine noch differenziertere Präsentation des eigenen Selbst und ein komplexes „privacy management“ in Weblogs, das verschiedenen Rollenbeziehungen gerecht werden kann: „Many users apply these options enthusiastically to differentiate their records, for example, write about recently seen movies ‚for all‘, about their classes and exams to their ‚classmates‘, but tell their deeper emotional feelings to the limited number of close friends only“ (Kozlov 2004, S. 5).

Die variable Sichtbarkeit von Weblog-Texten in sozialen Netzwerken unterschiedlicher Nähe wird somit von immer differenzierteren technischen Lösungen unterstützt und durch korrespondierende Publikations- und Vernetzungsregeln abgestützt (vgl. auch Donath/Boyd 2004). Zwischen den beiden Strukturdimensionen der Relationen und der Regeln besteht dabei ein wechselseitiger Zusammenhang: Die Vernetzungsregeln bestimmen die Gestalt (Größe, Dichte, Reziprozität) des Beziehungsgeflechts, während innerhalb der solcherart formierten sozialen Netzwerke unterschiedliche Regelkomplexe gültig sein können. Die Ausdifferenzierung von Praktiken des Bloggens meint daher immer auch die Ausdifferenzierung von spezifischen Verwendungsgemeinschaften im Sinne von sozialen Netzwerken, die bestimmte Regeln teilen.

Wie kommt es zu dieser Übereinstimmung von Regeln? Nach dem „social identity model“ entstehen Gruppennormen durch aktive Kommunikations- und Aushandlungsprozesse in einer Gruppe, in deren Verlauf die Akteure Praktiken anderer Akteure beobachten und für eigenes Handeln übernehmen (vgl. Postmes/Spears/Lea 2000; vgl. auch Matzat 2003). In computervermittelten Interaktions-Umgebungen sind diese diskursiven Norm-Formierungen besonders wahrscheinlich, weil kaum externe oder „historische“ Hinweise über Gruppenidentitäten vorliegen und diese vorrangig aus den kommunikativen Handlungen und Reaktionen selber geschlossen werden müssen. Auch im Gebrauch von Weblogs finden solche Norm-Formierungs- und Sozialisationsprozesse statt, in deren Verlauf Autoren wie Leser gruppenspezifische Verwendungsweisen erlernen und aushandeln. Erfolgreiche Lernprozesse erhöhen die Chance, in der Weblog-Kommunikation gesuchte Gratifikationen zu erhalten, weil man sich des Genres kompetent bedienen kann.

Neben dem unbewusst und unbeobachtet ablaufenden „Learning by Doing“ bzw. dem „Learning by Lurking“ manifestiert sich die Formierung von Publikations- und Vernetzungsregeln in zahlreichen Selbstverständnis- oder Selbstvergewisserungsdebatten, die zum Beispiel die Abgrenzung zum Journalismus oder zu als unauthentisch erlebter blogbasierter Organisationskommunikation vornehmen.<sup>23</sup>

Wie geschildert, werden geteilte Verwendungsregeln meist erst dann thematisiert, wenn gegen sie verstoßen wird und die verletzten Erwartungen von Autoren oder Kommentatoren in Sanktionierungsdebatten explizit gemacht werden. Dabei geht es auch um die Aushandlung von Wissensbeständen,

---

<sup>23</sup> Beispiele für entsprechende Debatten finden sich u.a. im Weblogs „Blogs!“, das eigene Kategorien „Blogs vs. Journalismus“ sowie „Blogs vs. Companies“ mit 100 und mehr Beiträgen besitzt: (vgl. [www.blogbar.de/index.php](http://www.blogbar.de/index.php)).

denn zum generatives Wissen des „knowing how“ tritt das interpretative Wissen, das den Kommunikationspartnern ein Urteil darüber erlaubt, ob Weblogs „richtig“ eingesetzt wurden.

Weblogs unterstützen den Aufbau und die Pflege von sozialen Netzwerken und verstärken damit einen allgemeinen Trend des relativen Bedeutungsverlusts räumlich begrenzter und eng verbundener Gemeinschaften zugunsten von eher locker verbundenen und geographisch dispersen Netzwerken (vgl. u.a. Wellman 1999; Castells 2000, 2001; Hepp 2004). Informations- und Kommunikationstechnologien unterstützen und beschleunigen diesen Wandel der sozialen Beziehungen, weil sie die Transaktionskosten für den Aufbau und die Pflege von Kontakten senken und das Potenzial besitzen, Menschen aufgrund von frei wählbaren Merkmalen über geographische Distanzen hinweg zu verbinden. Computervermittelte soziale Netzwerke existieren daher inzwischen im privaten Bereich genauso wie innerhalb und zwischen wirtschaftlichen, politischen oder zivilgesellschaftlichen Organisationen, sind also zu einer wichtigen Form der Strukturierung sozialer Beziehungen geworden (Wellman/Hampton 1999, Wellman 2001). Zwei Konsequenzen dieser Entwicklung sind im Zusammenhang mit Weblog-Praktiken hervorzuheben: Blogbasierte soziale Netzwerke unterstützen (1) die Formierung von Sozialkapital, sowie (2) die Kanalisierung von Aufmerksamkeit und damit die Fundierung von Teilöffentlichkeiten.

Zunächst zu den Auswirkungen auf das Sozialkapital, worunter allgemein die Möglichkeit eines Akteurs verstanden werden soll, aufgrund seiner Position in einem sozialen Beziehungsgeflecht bestimmte Ressourcen zu mobilisieren (vgl. Granovetter 1973; Burt 1992; Braun 2001).<sup>24</sup> Je nach Art und Stärke der vorherrschenden Beziehungen stehen andere Ressourcen zur Verfügung: *Strong ties* existieren in eng geknüpften, durch multiplexe Beziehungen gekennzeichneten Netzwerken und eröffnen die Möglichkeit, Solidarität und emotionale Unterstützung zu mobilisieren. *Weak ties*, die vor allem in locker geknüpften Netzwerken mit uniplexen Beziehungen auftreten, dienen dem Informationsaustausch und der Einflussnahme. Ein Akteur hat im ersten Fall umso mehr soziales Kapital, je stärker er in ein enges Unterstützungsnetzwerk eingebunden ist, dessen Mitglieder untereinander ebenfalls möglichst eng verbunden sind. Im zweiten Fall hingegen ist soziales Kapital vor allem an denjenigen Netzwerkpositionen besonders groß, die eine hohe strukturelle Autonomie besitzen: Nicht die schwache Beziehung als solche schafft soziales Kapital, sondern die Tatsache, dass ein Akteur die „strukturellen Löcher“ zwischen verschiedenen Clustern überbrückt, also als Makler zwischen Gruppen zum Beispiel über einen Informationsvorsprung oder vermittelnde Handlungsmöglichkeiten verfügt. Ein Akteur besitzt demnach umso mehr soziales Kapital, je mehr Beziehungen er zu anderen Akteuren unterhält, die untereinander möglichst unverbunden sind.

---

<sup>24</sup> Ein anderes Verständnis behandelt Sozialkapital nicht als eine individuelles Merkmal, sondern als eine Eigenschaft von Kollektiven, zum Beispiel im Sinne des Grads bürgerschaftlichen Engagements (vgl. z.B. Putnam 2000).

Die Stärke von sozialen Beziehungen in der Weblog-Kommunikation hängt sowohl von der Regelmäßigkeit und Dauer der blogbasierten Kontakte, als auch vom thematischen Zuschnitt des Blogs und damit von der Art der Rollenbeziehungen zwischen Autor und Leser ab. Starke Bindungen oder strong ties bestehen oft schon vor bzw. neben der Weblog-Kommunikation, in Form von freundschaftlichen oder verwandtschaftlichen Beziehungen. Schwache Bindungen oder weak ties sind dagegen deutlich lockerere Kontakte, die beispielsweise durch Verweise oder Kommentare gebildet werden. Sie bilden die Grundlage für die Kanalisierung von Aufmerksamkeit, die in der Blogosphäre stattfindet, wobei verschiedene Mechanismen zu beobachten sind.<sup>25</sup> Neben der weiter unten beschriebenen Thematisierungsleistung, die zentrale Netzwerkknoten erbringen, existiert eine hohe Affinität zwischen Verlinkungsstrukturen in Weblogs und der Funktionsweise von „Google“, der meist gebrauchten Suchmaschine des Internets.<sup>26</sup>

Google benutzt einen patentierten Algorithmus, um die Ergebnisse einer Suche in einer Rangfolge darzustellen: Der PageRank, also die Position einer Seite in den Ergebnissen, beruht nicht nur auf der Relevanz ihres Inhalts in Bezug auf die Suchbegriffe, sondern auch auf der Bedeutung der Seite in Bezug auf andere Seiten: „In essence, Google interprets a link from page A to page B as a vote, by page A, for page B. But, Google looks at more than the sheer volume of votes, or links a page receives; it also analyzes the page that casts the vote. Votes cast by pages that are themselves ‚important‘ weigh more heavily and help to make other pages ‚important.‘“ (vgl. [www.google.com/technology/index.html](http://www.google.com/technology/index.html)). Eine Seite erreicht also einen hohen PageRank und damit eine vergleichsweise hohe Sichtbarkeit in Google-Recherchen, wenn sie von vielen Seiten verlinkt werden, die selber wiederum einen hohen PageRank haben. Weil Weblogs aus einer Vielzahl von einzeln adressierbaren Seiten bestehen, die untereinander stark verlinkt sind, haben sie eine hohe Relevanz im PageRank-Algorithmus und damit für die Sichtbarkeit von Inhalten (vgl. Hiler 2002a).<sup>27</sup>

Wie verschiedene Analysen belegen, sind die Links innerhalb der Blogosphäre nicht gleichmäßig verteilt, sondern folgen einem „Power Law“ (vgl. Kottke 2003; Shirky 2003; Tricas/Ruiz/Merelo

---

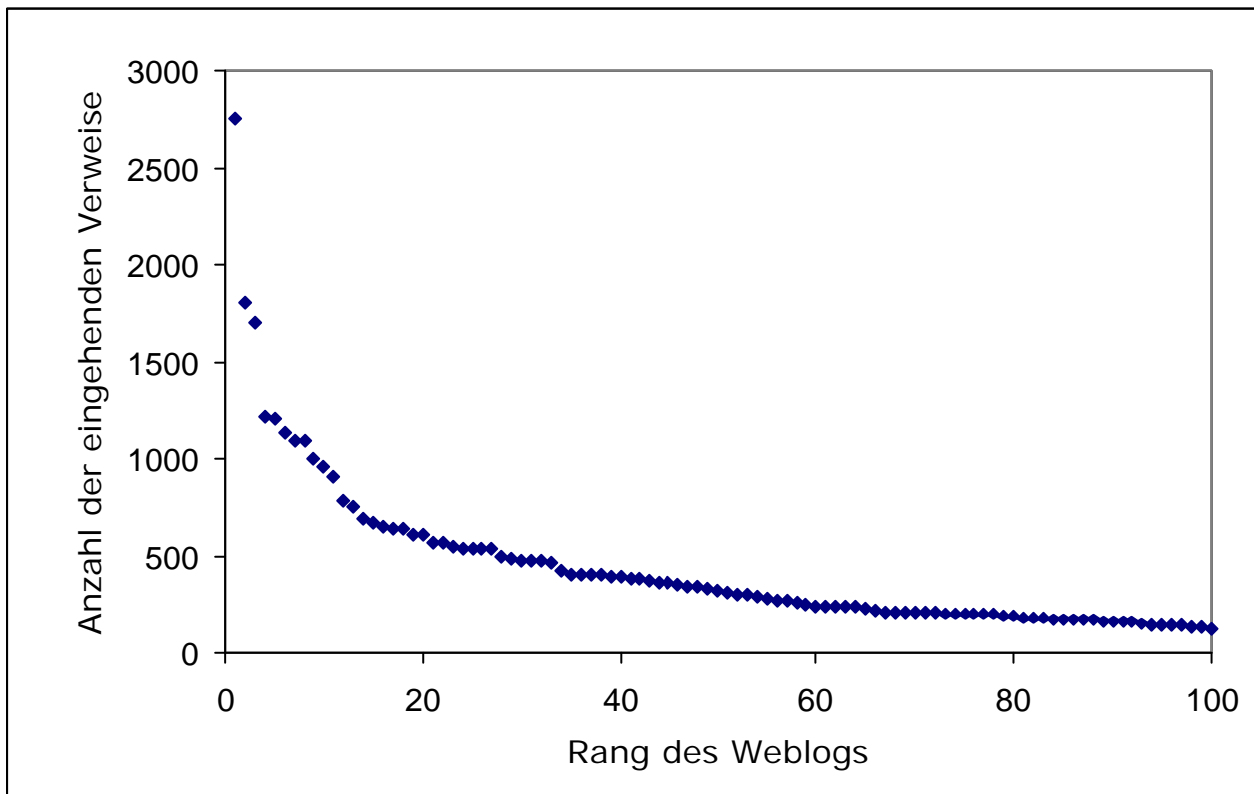
<sup>25</sup> Ein anderer Ansatz zur Steuerung von Aufmerksamkeit bedient sich Mechanismen des „collaborative ranking“, bei dem Nutzer einzelne Beiträge oder ganze Weblogs bewerten können. Eine relativ einfache Lösung bietet die Weblog-Plattform 20six.de, deren Autoren „Bonbons“ an andere Autoren vergeben können, um gelungene Beiträge auszuzeichnen (vgl. [www.20six.de/help/comments.htm#09](http://www.20six.de/help/comments.htm#09)). Ein vergleichsweise ausgefeiltes System der kollaborativen Bewertung ist auf „Slashdot“ implementiert, wo Nutzer die Kommentare (nicht aber die eigentlichen Beiträge) in verschiedenen inhaltlichen Kategorien, z.B. „insightful“ oder „funny“, bewerten können. Eine zusätzliche Ebene der „Metamoderation“ erlaubt die Kontrolle der Bewertungen (vgl. Poor 2005 sowie [it.slashdot.org/faq/com-mod.shtml](http://it.slashdot.org/faq/com-mod.shtml)). Aus der Aggregation dieser Daten entstehen Rangfolgen, die besonders beliebte Texte hervorheben.

<sup>26</sup> Ende 2002 verwendeten 69 Prozent der deutschen Web-Nutzer Google als Hauptsuchmaschine (vgl. Machill et.al. 2003, S.156).

<sup>27</sup> Dieser Umstand macht Weblogs zu einem beliebten Ziel von Manipulationsversuchen, z.B. in Form von „comment spam“ oder eigens eingerichteten Weblogs, deren einziges Ziel es ist, als „Linkfarm“ zu dienen. Ähnlich wie bei E-Mail-Spam ist ein ständiger Wettlauf zwischen Weblog-Entwicklern und Community-Betreibern einerseits und unseriösen „Suchmaschinenoptimierern“ andererseits zu beobachten (s.u.).

2003; Schuster 2004).<sup>28</sup> Eine relativ kleine Anzahl von Weblogs vereint eine große Zahl von eingehenden Links auf sich, während die überwiegende Mehrheit nur eine geringe Anzahl besitzt. Für die deutschsprachige Blogosphäre ist in Abbildung 3 dargestellt, wie viele Verweise auf die meistverlinkten Weblogs entfallen. Es ist deutlich zu sehen, dass drei Weblogs mit über 2750 (Industrial Technology & Witchcraft) bzw. über 1700 „incoming links“ (PlasticThinking und Lummaland) dominieren, gefolgt von einer Reihe von Weblogs mit sinkender Anzahl von eingehenden Links. Da nur die 100 meistverlinkten Weblogs erfasst werden, bricht die Verteilung am rechten Rand bei etwa 120 Verweisen ab. Würde man die über 50.000 bei blogstats.de verzeichneten Weblogs ebenfalls auftragen, erhielte man eine Verteilung, die bis zu denjenigen Weblogs reicht, die nur ein oder gar keine einkommenden Links besitzen.

**Abbildung 3: Verteilung der eingehenden Links unter den Top 100 der deutschsprachigen Blogosphäre (Stand: 12.5.2005)**



**Quelle: [www.blogstats.de](http://www.blogstats.de); eigene Darstellung**

Wie kommt es zu dieser Verteilung? Barabasi (2002) identifiziert zwei Mechanismen, die Power-Law-Verteilungen in Netzwerken bewirken: Das inkrementelle Wachstum der Anzahl von Relationen im Lauf der Zeit und das „preferential attachment“, nach dem die Chance einer weiteren Verbindung

<sup>28</sup> Das „power law“ oder Potenzgesetz drückt aus, dass eine Verteilung einem exponentiellen Wachstum folgt. Liegt in Bezug auf die Verteilung von Relationen innerhalb von Netzwerken ein solches Potenzgesetz vor, spricht man auch von einem „skaleninvarianten Netzwerk“ oder „scale-free network“. Barabasi (2002) hat die Existenz solcher Verteilungen in einer Vielzahl von physikalischen und sozialen Netzwerken nachgewiesen.



eines Knotens proportional zur Anzahl von Relationen ist, die er bereits besitzt – plakativ ausgedrückt: „The rich get richer“. Auf Weblogs übertragen bedeutet dieser Gedanke, dass vielfach vernetzte Weblogs nicht nur eine höhere Aufmerksamkeit erzielen als schwach vernetzte, sondern auch ihre Chance größer ist, weitere Verlinkungen auf sich zu ziehen. Ergebnis ist eine Netzwerkstruktur, die durch wenige zentrale Knoten mit einer hohen Zahl eingehender Links und viele Knoten mit relativ wenigen Verbindungen gekennzeichnet ist. In Simulationsexperimenten konnten die Konsequenzen für das „Aufmerksamkeitsregime“ der Blogosphäre nachgewiesen werden: Inhalte oder „Meme“ verbreiten sich in Weblogs besonders schnell und analog zu Epidemien vor allem über die zentralen Netzwerkknoten (vgl. Adar et. al. 2004, Wu/Hubermann 2004).

Am Beispiel von politisch-journalistisch ausgerichteten Weblogs haben Drezner/Farell (2004) die besondere Rolle von Publikations- und Vernetzungsregeln im Zusammenhang mit solchen „focal points“ untersucht.<sup>29</sup> Die Fokussierung von Aufmerksamkeit für spezifische Themen lässt sich schon bei einer kleinen Anzahl solcher leserstarken Weblogs erreichen, die noch dazu nicht einmal selber Themen oder Argumente produzieren müssen. Drezner/Farell konnten beobachten, dass Autoren eines weniger stark verlinkten Weblogs eine Information oder ein Argument nicht nur auf den eigenen Seiten veröffentlichen, sondern oft auch die aufmerksamkeitsstarken Blogs kontaktieren und in den Kommentaren dort auf die eigene Seite aufmerksam machen. Deren Autoren können wiederum entscheiden, ob sie über den Link im Kommentar hinaus auch noch in einem eigenen Beitrag auf den Ursprungstext verweisen und dadurch zusätzliche Leser dorthin lenken. „This may lead to a self-enforcing equilibrium in which readers coordinate on focal point blogs, because they know that they will find links to many interesting stories, and bloggers will seek to interest focal point blogs in their stories, because they know that they are likely to find more readers if they are successful.“ (Drezner/Farell 2004, S. 13).

Die Netzwerke der Blogosphäre strukturieren Aufmerksamkeit und konstituieren so Teilöffentlichkeiten unterschiedlicher Reichweite, in denen bestimmte Themen publiziert und gegebenenfalls diskutiert werden. Durch die wechselseitige kommunikative Bezugnahme von verschiedenen Postings und Kommentaren über verschiedene Weblogs hinweg entstehen verteilte Konversationen („distributed conversations“; vgl. Efimova/de Moor 2005). In der beispielhaften Analyse der Konversation in einem Weblogcluster zum Thema „Wissensmanagement“ identifizierten die Autoren 32 Personen, die sich mit insgesamt 30 Postings und 59 Kommentaren an der Diskussion beteiligten, die sich an einen spezifischen Beitrag anschloss. Der Rhythmus der Konversation zeigte eine erste Phase von lebhafter Diskussion zwischen 12 Teilnehmern innerhalb von 14 Tagen nach dem initialen Beitrag, eine Pause von etwa einer Woche und schließlich ein erneutes Aufleben der Diskussion, an

der allerdings weniger Personen teilnahmen. Die kommunikative Bezugnahme über Weblogs hinweg nahm verschiedene Formen an; neben den Kommentaren identifizierten die Autoren drei Formen des Verlinkens:

- Linking als Zitat einer anderen Quelle, auf die Bezug genommen wird
- Linking als Zusammenfassung bisher angebrachter Meinungen und Informationen
- Linking als Verweis auf eigene frühere Beiträge

Aus dieser ersten Annäherung lassen sich einige strukturelle Spezifika von Weblog-Konversationen bestimmen. Zunächst sind sie, im Gegensatz zu Diskussionen in Foren oder über E-Mail, weniger gut sichtbar, da die Kommunikationsbeiträge über verschiedene „virtuelle Orte“ verteilt sind. Während die Kommentare zu einem Beitrag noch gut zu überblicken sind, fällt es deutlich schwerer, kommunikative Bezugnahmen in anderen Weblogs zu verfolgen. Zwar ist leicht ersichtlich, auf welche Quellen sich ein Weblog-Eintrag bezieht, da diese in der Regel auch verlinkt werden; Anschlusskommunikationen an einen solchen Eintrag in anderen Weblogs werden jedoch nur durch spezifische technische Hilfsmittel (wie den „Trackback“) sichtbar gemacht. Indem Konversationen solcherart „ausfasern“, sich über verschiedene Weblogs verteilen und möglicherweise auch auf andere Medien interpersonaler Kommunikation (wie E-Mail, Instant Messaging oder auch das Telefon) ausweichen, konstituieren sie hypertextuelle oder netzwerkartige Konversationen, die nicht dem idealtypischen Modell von dialogischer, chronologisch ablaufender Kommunikation entsprechen.<sup>30</sup> Rhythmus und Gestalt verteilter Konversationen sind soziotechnisch bestimmt, denn sie werden durch Merkmale der Weblog- und Online-Architektur wie durch spezifische Publikations- und Vernetzungsregeln gleichermaßen beeinflusst.

Auf einer höheren Ebene der Aggregation lässt sich die weblogbasierte Kommunikation als konstituierender Bestandteil von Teilöffentlichkeiten in verschiedenen ausdifferenzierten gesellschaftlichen Subsystemen interpretieren, darunter insbesondere die Wirtschaft und die Politik. Eine steigende Anzahl von Unternehmen setzt Weblogs als Kommunikationskanal ein, der andere Medien der externen Kommunikation ergänzt und so vor allem im „issue management“, dem Beobachten und Steuern von organisationsrelevanten Themen, Bedeutung gewinnt: „Blogs ermöglichen Diskussionen in der Nische – das heißt, in speziellen und bislang mangels Ressourcen noch gar nicht bzw. nur schwach ausgebildeten Öffentlichkeiten oder im Vorfeld und Nachgang der Thematisierung von Issues in etablierten und massenmedial strukturierten Öffentlichkeiten“ (Zerfaß 2005, S. 19).

---

<sup>29</sup> Ähnlich argumentiert Paquet (2002), der auf Parallelen zwischen der Verlinkung von Weblog-Beiträgen und der Struktur akademischer Zitations-Netzwerke hinweist.

<sup>30</sup> Die Forschergruppe „Communication-Oriented Modelling“ (COM) an der TU Hamburg führt zur Zeit Studien durch, um die Kommunikationsprozesse in verschiedenen Genres der computervermittelten Kommunikation zu modellieren und zu vergleichen. Erste Ergebnisse bestätigen die strukturellen Unterschiede der Kommunikationsprozesse in Weblogs von denen in Newsgroups oder auch in Online-Auktionen (vgl. Malsch/Schlieder 2002; Lübcke/Perschke 2004a, 2004b).

Die Kontrolle über weblogbasierte Kommunikation ist allerdings begrenzt. Beispielhaft soll der „Fall Jamba“ belegen, wie sich in Weblogs eine kritische (Gegen)Öffentlichkeit konstituieren kann, die die organisationsseitig kontrollierte externe Kommunikation unterläuft:<sup>31</sup> Anfang Dezember 2004 kritisierte ein Eintrag im Weblog „Spreeblick“ die Geschäftspraktiken der Firma „Jamba“, die Klingelton-Abonnements für Mobiltelefone vertreibt. Der Text erzielte aufgrund seines humorvollen Stils (der sich an die „Sendung mit der Maus“ anlehnte) eine gewisse Aufmerksamkeit, die sich noch steigerte, als Johnny Häusler (der Betreiber von „Spreeblick“) enthüllte, dass Mitarbeiter der Firma Jamba (ohne Wissen ihrer Kommunikationsabteilung) in den Kommentaren zum Ursprungsbeitrag das Geschäftsmodell verteidigten, ihre Zugehörigkeit zur Firma aber nicht offen legten. Verschiedene leserstarke Weblogs reagierten kritisch auf dieses Vorgehen, wodurch das Thema immer weitere Kreise zog und schließlich von massenmedialen Angeboten (darunter „Spiegel Online“ und die SAT1-Sendung „Planetopia“) aufgegriffen wurde. Im Lichte eines solchen Vorfalls wird die Beobachtung von weblogbasierter Kommunikation eine wichtige Aufgabe für das organisationale Kommunikationsmanagement, um zu einem möglichst frühen Zeitpunkt des „issue management“ reagieren zu können.

Im Bereich der politischen Kommunikation sind Weblogs vor allem in den USA etabliert, wo sie schon im Zuge des Präsidentschaftswahlkampfes von 2004 eine gewichtige Rolle spielten (vgl. Cornfield et.al. 2005). Neben politischen Akteuren (also einzelnen Politikern oder Parteigliederungen), die Weblogs zur Kommunikation mit Bezugsgruppen nutzen, engagieren sich auch immer mehr traditionelle Medien in der Blogosphäre, indem sie eigene Weblogs in ihre Online-Auftritte integrieren oder bekannte Blogger als (Gast-)Kolumnisten engagieren (so wechselte Kevin Drum, der Autor des Weblogs „CalPundit“, im März 2004 zum Magazin „Washington Monthly“). Vier Elemente charakterisieren die Verbindungen zwischen traditionellen Medien und Blogosphäre (vgl. Drezner/Farell 2004):

- a) Immer mehr Bezahlmodelle von Online-Publikationen sehen die Trennung von kostenpflichtigen und –freien Inhalten vor, wobei letztere in wachsendem Maße das Weblog-Format annehmen;
- b) existierende persönliche Netzwerke zwischen Journalisten und politischen Bloggern (die oft selber einen journalistischen Hintergrund haben) steigern das Vertrauen in die Qualität der Veröffentlichungen;
- c) die Expertise der Blogger zu spezifischen Themen kann größer sein als die von generalistischen Massenmedien, beispielsweise wenn professionelle Experten ein Weblog über ihr Themengebiet führen;

---

<sup>31</sup> Eine detaillierte Schildung mit zahlreichen Verweisen habe ich unter [www.bamberg-gewinnt.de/wordpress/archives/153](http://www.bamberg-gewinnt.de/wordpress/archives/153) veröffentlicht.

- d) schließlich gibt ihre schnellere Publikationsgeschwindigkeit den Weblogs einen „first-mover-advantage“, um Themen zu besetzen und Interpretationen zu rahmen.

Oben wurde schon erläutert, dass die Struktur der Kommunikationsnetzwerke in der Blogosphäre die Ausbildung von „focal points“ begünstigt. Analog zu der Thematisierungs- und Fokussierungsleistung, die massenmediale Angebote für die generelle Öffentlichkeit erbringen, können solche „focal blogs“ die Aufmerksamkeit journalistischer Beobachter auf bestimmte Themen lenken und so die Übernahme von Informationen und Meinungen in andere Medien fördern. Diese Agenda-Setting-Prozesse traten erstmals die Ende 2002 beim Rücktritt von Trent Lott, dem damaligen Mehrheitsführer im amerikanischen Senat, auf (vgl. Scott 2004).<sup>32</sup> Lott hatte in einer Ansprache bei der Geburtstagsfeier des republikanischen Senators Strom Thurmond dessen rassistische Politik aus den 40er Jahren gut geheißten. Mit Ausnahme eines Redakteurs von „ABC News“, der einen kurzen Bericht im Internet veröffentlichte, aber das Thema in den Folgetagen nicht weiter verfolgte, berichtete keiner der anwesenden Journalisten über diesen Vorfall. Allerdings schalteten sich zahlreiche leserstarke Weblogs von allen Seiten des politischen Spektrums in die Diskussion ein und kritisierten sowohl die Bemerkungen Lotts wie die Indifferenz der Massenmedien scharf.<sup>33</sup> Andere Weblog-Autoren recherchierten und veröffentlichten weitere, ähnlich intolerante Äußerungen des Politikers und erreichten so, dass Print- und TV-Medien das Thema wieder aufgriffen. Nach etwa zwei Wochen trat Lott von seinem Amt als Mehrheitsführer der Republikaner im Senat zurück.

Dieses Beispiel zeigt die Unterschiede in den Publikationsregeln zwischen Weblogs und den Massenmedien, die sich an spezifischen Nachrichtenfaktoren und journalistischen Routinen orientieren und in denen Informationen eine deutlich kürzeren „Lebensspanne“ haben (vgl. Singer 2005; Wall 2005). In der Blogosphäre können sich Themen dagegen über einen längeren Zeitraum halten, in dessen Verlauf einzelne Beiträge zitiert und kommentiert werden und dadurch die Aufmerksamkeit für sie gesteigert wird. Dabei findet eine wechselseitige Bezugnahme statt, denn Weblogs beziehen ihre Inhalte oftmals aus den Massenmedien, die wiederum Diskussionen aus der Blogosphäre aufgreifen und so die Aufmerksamkeit für ein Thema weiter steigern können. In der Analyse verschiedener „Themenkarrieren“ aus den letzten zwei Monaten des amerikanischen Präsidentschaftswahlkampfes wird ersichtlich, dass keiner der untersuchten Kanäle (politisch orientierte Weblogs; Diskussionsforen; Pressemitteilungen der beiden Kampagnen; Massenmedien) eindeutige Dominanz im Setzen von Themen besaß: „Political bloggers were buzz followers as much as buzz makers“ (Cornfield et.al.

---

<sup>32</sup> Ein anderes Beispiel ist der Rücktritt von Dan Rather als „anchorman“ von CBS (vgl. die Dokumentation der Ereignisse unter [en.wikipedia.org/wiki/Rathergate](http://en.wikipedia.org/wiki/Rathergate)).

<sup>33</sup> Einige dieser Weblogs: „Eschaton“ ([atrios.blogspot.com/](http://atrios.blogspot.com/)), „Talkingpointsmemo“ ([www.talkingpointsmemo.com/](http://www.talkingpointsmemo.com/)), „Instapundit“ ([www.instapundit.com/](http://www.instapundit.com/)) oder „The daily dish“ ([www.andrewsullivan.com/](http://www.andrewsullivan.com/)).

2005, S. 2). In der politischen wie in der Organisationskommunikation wachsen also allmählich weblogbasierte mit anderen medial hergestellten Öffentlichkeiten zusammen.

Wie ist nun der Beitrag von Weblogs für die Konstituierung von Öffentlichkeit zu beurteilen? Generell bleibt zunächst festzuhalten, dass Weblogs einen Strukturwandel der Öffentlichkeit weiter verstärken, der aus der Zunahme onlinebasierter Kommunikation entsteht und sich als Ausdifferenzierung von Teilöffentlichkeiten bestimmen lässt (vgl. Hasse/Wehner 1997; Donges/Jarren 1999; Bentivegna 2002; Bucher 2002; Bucher/Büffel 2005). Das Internet senkt die Zutritts- und Transaktionskosten öffentlicher Kommunikation beträchtlich, weil jede Person mit einem Zugang zum Internet zumindest potenziell Informationen und Meinungen für andere zur Verfügung stellen kann. Die Niederschwelligkeit von Weblogs, die nochmal geringere Zugangsbarrieren errichten, erleichtert es weiter, die eigene Stimme im World Wide Web einzubringen.<sup>34</sup> Sie nähren medientheoretische Hoffnungen, dass auch bislang marginalisierte Personen und Gruppen Gegenöffentlichkeiten schaffen könnten, weil die bisher geltenden Hürden und Zutrittsbarrieren zur Öffentlichkeit entfielen und die Bedeutung von professionellen Redakteuren als Gatekeeper für Informationen sänke (vgl. Kahn/Kellner 2004). So nennt Andrew Sullivan (2002), ein Journalist für „The New Republic“, „The New York Times“ und Blogger ([www.andrewsullivan.com](http://www.andrewsullivan.com)), Weblogs „a publishing revolution more profound than anything since the printing press“. Joi Ito (2004) betrachtet Weblogs aufgrund ihrer interaktiven, dialogfördernden Potenziale als einen wichtigen Baustein einer neuen „emergent democracy“, und manche Autoren sehen in Weblog-Kommunikation zumindest ansatzweise das Habermas'sche Modell der idealen Sprechsituation verwirklicht (vgl. Wijnia 2004; Ó Baoill 2004). Weblogs stehen damit in einer langen Tradition von „Community Media“ und Alternativmedien, die einen emanzipatorischen und von den Interessen marktzentrierter Medienunternehmen losgelösten Mediengebrauch fördern wollten (vgl. Jankowski/Prehn/Stappers 1992; Jankowski 2002; Rucht 2004). Tatsächlich scheint das Ideal des „Every user has his/her voice“ zu fruchten und mit den „Warblogs“ hat das Genre eine eigene Publikationsform hervorgebracht, die besondere Perspektiven aus Kriegs- und Krisenregionen liefert (vgl. Wall 2005). „Where is Raed“, das Weblog eines jungen Iraki mit dem Pseudonym „Salam Pax“, bot einen tagebuchartigen Einblick in das Alltagsleben in Bagdad vor und zu Beginn der amerikanisch-britischen Invasion. Später arbeitete Salam Pax mit dem englischen „Guardian“ zusammen und veröffentlichte seine Blog-Einträge in Buchform (Pax 2003). Eine andere Perspektive auf das aktuelle Geschehen im Irak oder Afghanistan bieten Weblogs von Soldaten (auch „Milblogs“).<sup>35</sup> Der Offenheit der Berichterstattung sind in diesen Fällen aber oft enge Grenzen durch die militärdienstlichen Vorschriften gesetzt – manche Soldaten, die in den Augen der Armee zu

---

<sup>34</sup> Zwischenzeitlich sind auch einige Ratgeber erschienen, die Anfängern die Einrichtung und Betreuung von Weblogs erleichtern sollen; vgl. zum Beispiel Blood 2002; Olbertz 2004.

<sup>35</sup> Vgl. beispielsweise „A soldier's blog“ ([asoldiersblog.blogspot.com/](http://asoldiersblog.blogspot.com/)) oder „My War“ ([cbftw.blogspot.com/](http://cbftw.blogspot.com/)).

kritisch über ihre Situation berichteten, mussten ihre Weblogs aufgeben oder zumindest die Inhalte verändern (vgl. Parker 2005). Im Juni 2005 veröffentlichte die US-Armee erstmals Richtlinien, nach denen Soldaten ihre Weblogs zwar nicht vorab zensieren lassen, aber bei ihrer militärischen Einheit anmelden müssen (vgl. N24 2005).

Der Institutionalisierungsverlauf des Internets im allgemeinen und von Weblogs im Speziellen zeigt aber auch, dass die Öffnung und Schließung von neuen, alternativen Publikationsformen Hand in Hand gehen und daher medientheoretische Utopien zu weit gehen: „Es sind sozial bedingte Schließungsmechanismen der medialen Öffentlichkeit, die verhindern, dass der technisch mögliche soziale Entgrenzungs- beziehungsweise Disintermediationsprozess zu einer nachhaltigen Verschiebung oder Umwälzung im Hinblick auf Macht, Hegemonie, Einfluss beziehungsweise Partizipation und Autonomie zugunsten bisher subalternen oder benachteiligter Gruppen oder Individuen führt“ (Schönberger 2005, S. 14). Diese „Re-Intermediationsprozesse“ sind auch innerhalb der Blogosphäre zu beobachten, wo es aufgrund der oben beschriebenen Struktur der Kommunikationsnetzwerke zu einer Differenzierung von wenigen leserstarken Weblogs, die sich einem massenmedialen Broadcast-Modell annähern, und einer großen Anzahl von „Mikropublikationen“ kommt.<sup>36</sup> Öffentliche Kommunikation wird dadurch multiperspektivisch und verlagert die Zuschreibung von Relevanz zu einzelnen Themen zunehmend auf die Seite der Rezipienten, die aus der Vielzahl der verfügbaren Stimmen selektieren müssen. Der erleichterte Zugang zu Informationen und Diskursen wird auf individueller Ebene mit der Gefahr der informationellen Überlastung erkaufte; auf kollektiver Ebene könnte dies, so warnen Kritiker, zu einem Rückgang gesellschaftlich geteilten Wissens und damit mittelbar zu einem Verlust sozialer Kohäsion und Integration führen (vgl. Sunstein 2004).

Weblogs sind zwar in einem grundsätzlichen Sinn öffentlich (weil potenziell universell verfügbar), faktisch erfüllt die überwiegende Mehrheit von ihnen aber weder von der Anzahl ihrer Leser noch von den zugrundeliegenden Publikationspraktiken her die Ansprüche, die an eine politische Öffentlichkeit gestellt werden. Hier deutet sich eine Verschiebung von gängigen Qualitätskriterien an, denn medienhistorisch sind wir daran gewöhnt, das Öffentliche auch für „qualitätsreich“ im Sinne von „gesellschaftlich relevant“ zu halten.<sup>37</sup> Mit der Differenzierung der Öffentlichkeit in eine abgestufte Hierarchie von Teilöffentlichkeiten und der oben beschriebenen Verschiebung der Grenze zwischen öffentlicher und privat-persönlicher Kommunikation löst sich dieser Zusammenhang tendenziell auf, auch wenn er weiterhin möglicherweise erwartungsleitend ist. Entsprechend ist die Diskussion um die Rolle von Weblogs als journalistische Form zu verstehen, wo regelmäßig der Vorwurf auftaucht,

---

<sup>36</sup> Eine andere Konsequenz ist die Etablierung von Medienorganisationen, die Weblogs publizieren und gemeinsam vermarkten. Amerikanischer Vorreiter ist „Gawker Media“ mit derzeit zwölf Weblogs; in Deutschland wurde im Juni 2005 der „Spreeblick Verlag“ mit anfangs sechs eigenständigen Weblogs gegründet (vgl. [www.spreeblick.com](http://www.spreeblick.com)). Über den Stellenwert und die Marktchancen dieser Organisationen gibt es zur Zeit noch keine näheren Erkenntnisse.

<sup>37</sup> Dies wird besonders im normativen Öffentlichkeitsverständnis von Habermas (1968) deutlich.

Weblogs seien doch „nur Tagebücher“ – persönliche Authentizität wird hier mit gesellschaftlicher Irrelevanz gleichgesetzt.

Die Konflikte und Reflexionsprozesse um das gesellschaftliche Verständnis des neuen Kommunikationsgenres finden vor allem in den Weblogs selber statt, denn auf den Vergleich mit (alternativen) Journalismus reagieren viele Blogger inzwischen mit Unverständnis – sie sehen sich nicht als Bestandteil einer gesamtgesellschaftlichen Öffentlichkeit, sondern möchten vielmehr „Mikro-Öffentlichkeiten“ erreichen. Viele lehnen aber auch die Bezeichnung „Online-Tagebuch“ ab, weil damit zum Beispiel Konnotationen von Jugendlichen mit pubertären Identitätsproblemen einher gehen. Solche Selbstverständnis- und Abgrenzungsdiskurse geben einen wichtigen symbolischen Rahmen für den Einsatz und die wahrgenommen Konsequenzen von Weblogs ab, weil sie gesellschaftliche Erwartungen und Bedenken formulieren sowie bestimmte Verwendungsweisen legitimer oder „richtiger“ erscheinen lassen als andere. Sie tragen daher zu einer kollektiven Formierung von interpretativem Wissen bei, das als zweiter Regeltyp neben Normen die individuellen Praktiken rahmt.

Gleichzeitig sind diese Diskurse Indiz für die interpretative Flexibilität, die die gesellschaftliche Aneignung von Technologien kennzeichnet. Weblogs sind „verwendungsoffen“ in dem Sinne, dass sie für unterschiedliche Zwecke eingesetzt werden können. Der Software-Code als technische Basis ist im praxistheoretischen Sinn eine die Nutzungsepisode rahmende Ressource, deren Funktionalitäten und Architektur Optionen eröffnen oder beschränken. Um den technikdeterministischen Fehlschluss zu vermeiden, den Code als dem Handeln vorgängige und nicht beeinflussbare Instanz aufzufassen, soll im verbleibenden Teil dieses Abschnitts gezeigt werden, inwiefern Software selber Resultat von spezifischen Praktiken ist (vgl. Quintas 1996). Dazu stelle ich die Entwicklung von Software-Code (Technikgenese) als einen spezifischen Aushandlungsprozess zwischen Personen mit unterschiedlichen Wissensbeständen dar:

Software-Entwicklung ist ein mehrstufiger Prozess, der dem gängigen „Wasserfall-Modell“<sup>38</sup> zufolge in sechs Phasen unterteilt werden kann: Bedürfnisanalyse, Design, Implementation, Testen, Integration und Wartung. In jeder Phase findet ein wechselseitiger Abgleich der von Entwicklern konzipierten und programmierten Funktionalitäten mit den anwendungsbezogenen Erwartungen und Erfahrungen der Endnutzer statt. Anforderungen an die Software werden zunächst in Verhandlungen und Lastenheften formuliert, dann im Code spezifiziert und in den späteren Testphasen durch weiteres Feedback optimiert. Neuere Konzepte wie das „Spiral-Modell“<sup>39</sup> oder das „Konzept der iterativen und inkrementellen Entwicklung“<sup>40</sup> sehen auch die Möglichkeit vor, bestimmte Phasen der Software-

---

<sup>38</sup> Vgl. [en.wikipedia.org/wiki/Waterfall\\_model](http://en.wikipedia.org/wiki/Waterfall_model).

<sup>39</sup> Vgl. [en.wikipedia.org/wiki/Spiral\\_model](http://en.wikipedia.org/wiki/Spiral_model).

<sup>40</sup> Vgl. [en.wikipedia.org/wiki/Iterative\\_and\\_incremental\\_development](http://en.wikipedia.org/wiki/Iterative_and_incremental_development).

Entwicklung mehrmals zu durchlaufen, um die Erwartungen an die eigentliche Nutzung besser abstimmen zu können. Ziel ist in jedem Fall, die zu Beginn eines Software-Projekts vorhandene Optionsvielfalt zu reduzieren, also aus der Vielzahl von möglichen Funktionalitäten und Leistungen diejenigen auszuwählen und umzusetzen, die für die Anwendung relevant sind.<sup>41</sup>

Ein grundsätzliches Problem der Software-Entwicklung ist, dass bei den beteiligten Akteuren unterschiedliche Wissensbestände vorhanden sind: Dem professionellen Expertenwissen der Programmierer steht das anwendungs- oder alltagsbezogene Wissen der Nutzer gegenüber. Ein maßgeblicher Teil der Entwicklungsarbeit besteht darin, diese Wissensbestände abzugleichen, eine gemeinsame Sprache zu finden und das richtige Maß von Objektivität und Kontrolle einerseits und Offenheit und Flexibilität andererseits zu finden. Aufgrund der Wissens- und Sprachdifferenzen sowie der Organisation von Softwareentwicklungsprozessen ist in vielen Projekten die Interaktion zwischen Nutzern und Entwicklern auf die Designphase (wo Funktionen spezifiziert werden) und die Testphase (wo eine geringe Anzahl von Personen die Funktionsweise der Software überprüft) beschränkt. Zwischen der Veröffentlichung neuer Versionen einer Software liegen oft lange Zeiträume, sodass Feedback von den „Endnutzern“ einer Software nur mit großer Verzögerung seinen Weg in modifizierte Versionen findet.

In Gestalt der „Open Source“-Bewegung hat in den letzten Jahren jedoch ein Paradigma der Software-Entwicklung an Bedeutung gewonnen, das einige grundlegend Unterschiede zu bisher gängigen Prinzipien aufweist (vgl. Möller 2005, S. 55-113). Bei Open-Source-Software liegt der Quellcode eines Programms offen und kann so ständig auf Fehler und Verbesserungsmöglichkeiten überprüft werden. Eric Raymond (1999) stellte dieses „Kathedralen-Modell“ dem „Basar-Modell“ von Open-Source-Projekten gegenüber und formulierte, in Anspielung an Linus Torvalds, den führenden Entwickler des Betriebssystems Linux, „Linus’s law“: „Given enough eyeballs, all bugs are shallow“. Darin drückt sich aus, dass ein Offenlegen des Quellcodes dessen Qualität steigert, weil ein größerer Kreis von Personen (die notwendige Expertise vorausgesetzt) die Funktionsweise einer Software überprüfen und anhand des Quellcodes nachvollziehen kann. Über Mailing-Listen und spezifische Projektmanagementwerkzeuge wird die Weiterentwicklung einzelner Module koordiniert und dokumentiert, was Open-Source-Projekten organisatorische Stabilität verleiht, obwohl sie keine formalen Mitgliedschaften aufweisen und die beteiligten Personen oft wechseln (vgl. Morner 2003).<sup>42</sup> Aus eigentums-

---

<sup>41</sup> Oft tragen nicht nur die Erwartungen der Nutzer, sondern auch organisatorische Zwänge zur Schließung bei. Investitionen in Software-Entwicklung und -Wartung oder Schulungen sind „sunk investments“ und erzeugen einen Druck, eingeführte Systeme auch weiter zu führen. In welche Dimensionen Entscheidungen für oder gegen einen Software-Wechsel vordringen können, zeigt das Beispiel der Stadt München, wo bis ins Jahr 2008 etwa 14.000 Arbeitsplätze der Stadtverwaltung von Microsoft-Betriebssystemen auf die Open-Source-Lösung Linux umgestellt werden, wobei geschätzte 30 Millionen Euro Kosten anfallen (vgl. [www.muenchen.de/linux](http://www.muenchen.de/linux)).

<sup>42</sup> Das wichtigste Werkzeug ist die webbasierte Anwendung „sourceforge“, über die mehr als 75.000 Open-Source-Projekte verwaltet werden (vgl. [sourceforge.net/](http://sourceforge.net/)).



rechtlicher Sicht ist Open-Source-Software meist „Freie Software“, deren Eigentumsrechte nicht bei bestimmten Personen oder Organisationen liegen (wie es bei proprietärer Software der Fall ist), sondern es handelt es sich um freies geistiges Eigentum, dessen Kopieren und Modifizieren ausdrücklich erlaubt sind.<sup>43</sup>

Auch im Feld der Weblog-Software haben die Ideen der Open-Source-Bewegung große Bedeutung. Etwa zwei Drittel der Stand-Alone-Skripte stehen explizit unter einer freien Software-Lizenz wie GPL, BSD oder CC.<sup>44</sup> Viele von ihnen haben einen (unterschiedlich großen) Kreis von Personen, die über verschiedene Kanäle Feedback liefern, technische Fragen diskutieren und weitere Entwicklungsarbeit leisten. Am Beispiel der verbreiteten Software „Wordpress“ wird deutlich, wie auf verschiedenen Ebenen eine Kommunikation zwischen Entwicklern und Nutzern stattfindet. Auf der Homepage [www.wordpress.org](http://www.wordpress.org) stellt ein Weblog der leitenden Entwickler neue Funktionen und andere nützliche Informationen vor, ohne allerdings eine Kommentarfunktion anzubieten. Damit schützen die Autoren diesen Kanal vor der Überflutung mit Fragen zur Bedienung der Software – diese werden in insgesamt sieben Foren diskutiert, die mit Stand Mitte April 2005 etwa 30.000 Themen abdecken und über 160.000 Beiträge beinhalten. Eine dritte Informationsquelle ist das Wiki „WordPress Codex“, das als Dokumentation der Software dient.<sup>45</sup> Hier finden sich zum Beispiel systematische Überblicke über grundlegende und fortgeschrittene Funktionen, ein Protokoll der Versionsgeschichte sowie Hinweise für die Programmierung ergänzender Anwendungen (sogenannter „Plugins“). Dieses Hypertext-Dokument kann prinzipiell auch von allen Nutzern geändert werden, um eigene Erfahrungen oder Hinweise für andere Nutzer zur Verfügung stellen. Die Weiterentwicklung der Software, insbesondere die Koordination der verschiedenen Programmierer wird durch eine gesonderte Mailing-Liste und ein Projektmanagementsystem sicher gestellt.<sup>46</sup>

In seiner neuesten Version ist der Code von Wordpress in besonderem Maße darauf ausgelegt, dass die Nutzer das eigene Weblog durch externe „Plugins“ (zusätzliche Software-Module) und „Themes“ (also Designvorlagen) nahezu beliebig modifizieren und den eigenen Anforderungen und Geschmack anpassen können. Eine rege Community von Nutzern veranstaltet Wettbewerbe, um die besten Design-Vorschläge oder Plugins zu prämiieren.<sup>47</sup> Außerdem werden regelmäßig sogenannte „blacklists“ veröffentlicht, die zur Abwehr von Weblog-Spam eingesetzt werden können.

In den Weblogs und Foren der Entwickler entstehen soziale Netzwerke verschiedener Größe und Stabilität, die von der Ad-hoc-Öffentlichkeit einer Frage und ihrer Antwort bis zur virtuellen

---

<sup>43</sup> Auf die Prinzipien, Bedingungen und gesellschaftlichen Folgen von Freier Software kann hier nicht näher eingegangen werden; eine detaillierte Diskussion findet sich bei Grassmuck 2004.

<sup>44</sup> Vgl. den Überblick und die Erläuterungen auf [unblogbar.com/software/index.php](http://unblogbar.com/software/index.php).

<sup>45</sup> Vgl. [codex.wordpress.org/Main\\_Page](http://codex.wordpress.org/Main_Page).

<sup>46</sup> Vgl. [lists.automattic.com/mailman/listinfo/wp-testers](http://lists.automattic.com/mailman/listinfo/wp-testers) bzw. [trac.wordpress.org/timeline](http://trac.wordpress.org/timeline).

<sup>47</sup> Vgl. [www.alexking.org/index.php?content=software/wordpress/styles.php](http://www.alexking.org/index.php?content=software/wordpress/styles.php) bzw. [weblogtoolscollection.com/archives/2005/04/04/wordpress-Plugin-competition/](http://weblogtoolscollection.com/archives/2005/04/04/wordpress-Plugin-competition/)

Gemeinschaft der engagiertesten Programmierer und Software-Tester reichen. Sie sind weiterer Beleg dafür, wie onlinebasierte Kommunikation Netzwerke fundieren kann, die den beteiligten Personen Sozialkapital zur Verfügung stellen kann – in diesem Fall geht es vor allem um informationelle Unterstützung, denn mit Hilfe dieser Netzwerke kann die Differenz zwischen Experten- und Laienwissen überbrückt werden. In den Foren können unerfahrene Anwender Fragen stellen, die von erfahrenen Nutzern beantwortet werden, während das Wiki als beliebig erweiterbares Nutzerhandbuch fungiert und in den Mailing-Listen der Entwickler technische Fragen der Programmierung diskutiert werden. Weil mit der Diffusion der Weblog-Nutzung der Anteil der Nutzer sinkt, die über fortgeschrittene technische Kompetenzen verfügen, ist diese Differenzierung von Wissensräumen bei gleichzeitiger kommunikativer Kopplung von Experten und Laien eine erfolgreiche Strategie.

Unter Rückgriff auf unterschiedliche Wissensbestände lässt sich auch der oben gemachte Unterschied zwischen den zwei grundsätzlichen technischen Varianten des Weblogs näher qualifizieren: Weblog-Skripten wie Wordpress setzen zur Installation und Modifikation eine gewisse Erfahrung im Umgang mit Webservern und online-basierten Anwendungen voraus. Wer entsprechendes generatives Wissen, also Know-How und Kompetenzen besitzt oder sich in der Kommunikation mit anderen Nutzern erwirbt, erhält dafür eine stärkere Kontrolle über den Code und damit mittelbar über die Funktionen und das Aussehen seines Weblogs. Das Wachstum der Blogosphäre geschieht allerdings überwiegend im Bereich der Weblog Hosting Provider, wodurch sich das Bloggen auch in der Hinsicht normalisiert, dass man kein Experte mehr sein muss, um ein Weblog einzurichten, sondern dies buchstäblich in fünf Minuten erledigen kann. Die Einfachheit geht jedoch auf Kosten des individuellen Spielraums, die Funktionen seines Blogs wesentlich zu erweitern oder die gespeicherten Daten problemlos zu anderen Anbietern zu übertragen. In der Regel hat man die Wahl zwischen wenigen Design-Vorgaben, in die man nur an bestimmten Stellen Personalisierungen vornehmen kann. Diese Einschränkungen dienen dazu, die Kontingenzen fortgeschrittener Systeme und ihres Codes zu reduzieren, um sie für den unerfahrenen Nutzer bewältigbar zu machen.

Der hohe kommunikative Aufwand, der in der Entwicklung eines Software-Produkts steckt und der von vielen Entwicklern der Weblogszene bewusst gesucht und gefördert wird, belegt die soziale Konstruktion des Codes und den Einfluss von Erwartungen, Regeln und Netzwerken auf dieses nur scheinbar neutral-objektivierte Artefakt im Vorgang der Technikgenese. In der Aneignung der Technologie kann der Code spezifische Praktiken nahe legen, indem zum Beispiel durch die Gestaltung der Auswahlmenüs und der Optionen bestimmte Nutzungen leichter oder schwerer zu erlangen sind. Die beiden ersten Blogging-Plattformen Blogger und Pitas unterschieden sich in einem scheinbar kleinen Detail, das aber weitreichende Auswirkungen auf die entsprechenden Nutzungsweisen hatte (vgl. Blood 2004): Pitas bot dem Nutzer zwei Eingabefelder: Eines für die verlinkte URL und eines für den dazugehörigen Kommentar. Diese Eigenschaft des Codes (genauer:

des Nutzer-Interfaces) legte die Praxis nahe, Weblogs als eine kommentierte Linkliste zu führen. Die Eingabemaske von Blogger bestand dagegen aus nur einem Feld für Text; Verweise auf andere Seiten mussten mit HTML-Tags gesondert gekennzeichnet werden. Dadurch förderte Blogger einen Stil, der weniger mit Verweisen auf andere Seiten arbeitete und eher der Journal-Tradition entsprach.

Dennoch können Weblogs aufgrund der interpretativen Flexibilität der Anwender auch für andere als die intendierten Zwecke genutzt werden. So hat beispielsweise die hohe Bedeutung von Weblogs für die Ermittlung des PageRanks einer Webseite dazu geführt, dass bei manchen Providern sogenannte „Link Farms“<sup>48</sup> eingerichtet wurden: Durch die hohe Anzahl von aufeinander verweisenden Seiten und (automatisch erstellten) Kommentaren können bestimmte Webseiten eine vorderen Rang in Suchmaschinen wie Google „erschleichen“. Diese Praxis wird als „Suchmaschinen-Spamming“ geächtet, und die Suchmaschinen-Betreiber haben verschiedene Kontrollmechanismen eingebaut.<sup>49</sup> Eine andere Variante des Umgangs mit dieser Systemeigenschaft ist das „Google bombing“, bei dem bestimmte Suchbegriffe mit spezifischen Inhalten besetzt werden (vgl. Hiler 2002b). Wenn genug Seiten unter einem bestimmten Schlüsselbegriff auf eine URL verweisen, wird diese bei der Suche auch entsprechend weit vorne auftauchen. Waren die ersten „google bombs“ noch spaßeshalber durch den Wunsch motiviert, zum Beispiel den PageRank des eigenen Namens hoch zu treiben, kam es bald zu „justice bombs“: Weblogs verlinken mit einer gebräuchlichen Suchphrase zum gewünschten Inhalt (z.B. einem kritischen Bericht über ein Unternehmen), um ihn in der Ergebnisliste von Google nach oben zu bringen.<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> Als Linkfarm bezeichnet man „eine Ansammlung von Webseiten oder ganzen Domänen im Web (...), die primär einem Zwecke dient: möglichst viele Hyperlinks auf eine andere Webpräsenz zu legen. Dabei sind die einzelnen Seiten einer solchen Linkfarm vielfach einander sehr ähnlich oder überhaupt identisch“ (vgl. [de.wikipedia.org/wiki/Linkfarm](http://de.wikipedia.org/wiki/Linkfarm)).

<sup>49</sup> Vgl. die Hinweise für Webmaster unter [www.google.de/intl/de/webmasters/guidelines.html](http://www.google.de/intl/de/webmasters/guidelines.html).

<sup>50</sup> Ein anschauliches Beispiel einer „justice bomb“ ereignete sich im Zusammenhang mit dem oben bereits angesprochenen „Fall Jamba“: Als das SAT1-Magazin „Planetopia“ Anfang Januar über die deutsche Weblog-Szene und den Fall „Jamba“ berichtete, ließ es aus Sicht vieler Zuschauer die nötige Objektivität vermissen. Einer der portraitierten Weblogger, der reichweitenstarke „Schockwellenreiter“ (Jörg Kantel), verfasste daraufhin einen Beitrag unter dem Titel „Planetopia lügt“, um seine Sicht der Angelegenheit zu schildern. Da in den folgenden Tagen eine Vielzahl von anderen Weblogs diesen Beitrag verlinkten und die Referenz „Planetopia lügt“ verwendeten, taucht bei einer google-Suche mit dem Stichwort „Planetopia“ der kritische Beitrag zur Zeit an zweiter Stelle nach der Homepage des Magazins auf.

### 2.3 Zusammenfassung

In den letzten Jahren sind zahlreiche Einsatzfelder für Weblogs entstanden, die eine differenzierte Analyse verlangen. Die zentrale These dieser kommunikationssoziologischen Studie ist, dass ein praxistheoretischer Ansatz dem Phänomen am besten gerecht werden kann, weil er Grundlagen für den Vergleich von unterschiedlichen Gebrauchsweisen und daraus resultierender Folgen liefert, die individuelles Handeln und strukturelle Resultate gleichberechtigt einbeziehen (siehe auch Abbildung 4). Weblog-Praktiken sind als eine Form der computervermittelten Kommunikation dreifach gerahmtes soziales Handeln: Technische Merkmale, die mehr oder weniger viele Optionen eröffnen, geteilte Vorstellungen und Regeln zum adäquaten Gebrauch von Weblogs, die sich in Form von Adäquanz- und prozeduralen Regeln innerhalb von Verwendungsgemeinschaften äußern, und die hypertextuellen und sozialen Netzwerke, die im Gebrauch entstehen, geben der individuellen Nutzungsepisode einen Rahmen vor, der durch die kommunikativen Handlungen selber wieder bestärkt oder verändert wird.

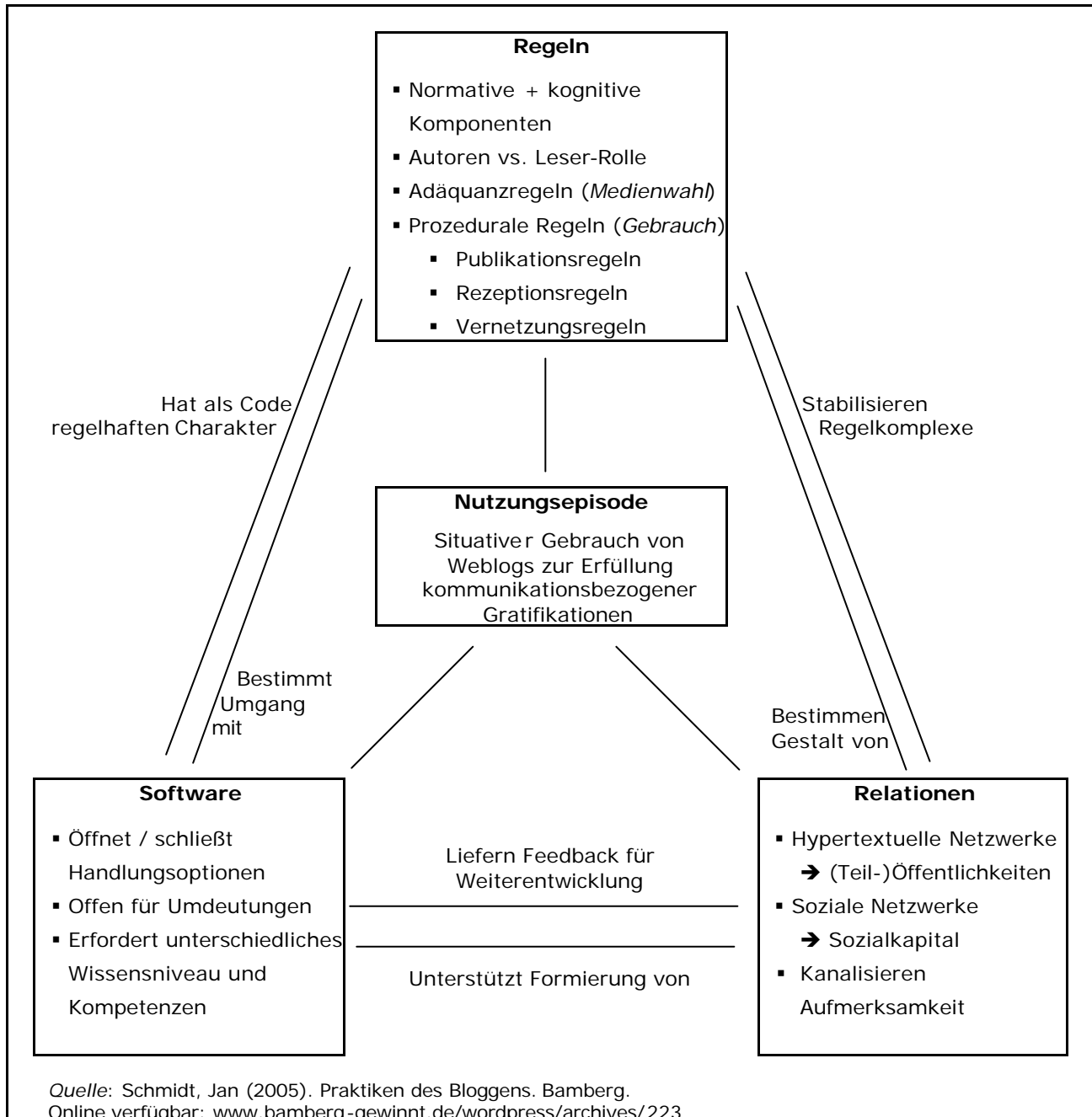
Die geteilten Regeln, die sich im Laufe des Gebrauchs von Weblogs ergeben, haben eine präskriptiv-normative und eine kognitive Komponente. In Form von Adäquanzregeln bestimmen sie die Medienwahl, indem sie vorgeben, für welche Zwecke das Weblog anderen kommunikativen Formen vorzuziehen ist. In Form von prozeduralen Regeln bestimmen sie den Gebrauch des Weblogs, wobei Publikationsregeln, Rezeptionsregeln und Vernetzungsregeln zu unterscheiden sind. Vor allem bei der Auswahl von Themen fallen Erwartungen und Erwartungserwartungen aus zwei Rollen zusammen: Einerseits bestimmt das Selbstverständnis als Autor, welche Inhalte in welcher Art publiziert werden, andererseits bestimmen Routinen als Leser von Weblogs, auf welche Inhalte man überhaupt aufmerksam wird. Kleinster gemeinsamer Nenner ist die persönliche Authentizität, die Produzenten wie Rezipienten von Texten erwarten und die als Leitbild für gelungene Weblog-Kommunikation gilt.

Den Autoren stehen verschiedene soziale und technische Möglichkeiten des Identitätsmanagements zur Verfügung, indem Inhalt und Gestaltung des Weblogs im Belieben des Einzelnen stehen, wenn auch – je nach Kontext des Weblogs – übergeordnete Regeln und Vorgaben zum Tragen kommen können. In der Leserrolle herrschen Strategien und Erwartungen des Informationsmanagements vor, die ebenfalls durch soziale Faktoren (z.B. lebensweltliche Nähe, gesuchte Themen) und technische Mechanismen (z.B. Aggregation auf Portalen, RSS) gerahmt sind. Für die Strukturierung von Aufmerksamkeit sind die aus zahlreichen soziotechnischen Relationen geknüpften Netzwerke der Blogosphäre zentral. Hypertextuelle Verbindungen bilden die Grundlage für verschiedene Teil-Öffentlichkeiten, deren Ausmaß von nahezu massenmedialer Dimension über thematische spezialisierte verteilte Konversationen bis hin zu Mikro-Öffentlichkeiten von wenigen Personen reicht. Aufgrund der skalen-invarianten Netzwerkstruktur verbreiten sich einzelne Informationen sehr schnell, und aufgrund der wechselseitigen Beobachtung von Massenmedien und Blogosphäre können

manche Informationen auch an eine gesellschaftsweite Öffentlichkeit gelangen. Soziale Verbindungen machen Weblogs zu einer Quelle von Sozialkapital, das innerhalb von Nutzergemeinschaften für Informationsfluss oder Unterstützung mobilisiert werden kann.

Die Software, die beim Bloggen zum Einsatz kommt, bildet die technische Basis und gleichzeitig einen weiteren stabilisierenden Rahmen der Nutzungsepisode, da sie gewisse Handlungsoptionen eröffnet und andere ausschließt. Sie unterstützt die Selektion und Präsentation von Inhalten sowie die Vernetzung mit anderen Quellen, bleibt dabei aber offen für soziale und technische Innovationen. Ihre (Weiter-)Entwicklung basiert auf zahlreichen Interaktionen zwischen Personen mit unterschiedlichem Expertenwissen, denn die Entwickler beziehen ihr Feedback aus (oft weblogbasierten) Netzwerken, die sie mit erfahrenen und Hilfe suchenden Nutzern teilen. Je nach Kompetenz und gewählter Software können Nutzer die Funktionen eines Weblogs modifizieren und an die eigenen Bedürfnisse anpassen, wobei Innovationen aus unvorgesehenen Nutzungspraktiken, die sich stabilisieren, möglicherweise Änderungen in neuen Versionen nach sich ziehen. In den Worten von Rebecca Blood: „When any sizable number of bloggers start doing something, someone, it seems, will construct a tool to automate it – further popularizing the activity“ (Blood 2004, S. 55).

Durch das rasante Wachstum des Genres in den letzten Jahren ist das Feld weblogbasierter Kommunikation hoch dynamisch. Diese begriffliche Skizze sowie die folgende Fallstudie sollen zeigen, dass Weblog-Praktiken Teil eines Institutionalierungsprozesses sind, in dem sich zwei scheinbar gegensätzliche Tendenzen dialektisch aufheben: 1) Die kreative Schaffung neuer Handlungsalternativen durch technische und soziale Innovationen (Öffnung; Rekombination; Kontingenz) und 2) die Verfestigung existierender oder neuer Handlungsalternativen in Routinen, sozialen Beziehungsstrukturen und Software-Code (Schließung; Persistenz; Determination). Weblog-Praktiken sind dadurch auch Beleg der Dialektik von Struktur und Handeln, die unsere gesamte soziale Welt kennzeichnet.

**Abbildung 4: Analysemodell für Praktiken des Bloggens**

### 3 Die Weblog-Community „twoday.net“ – eine Fallstudie

In diesem Kapitel wird das im vorigen Abschnitt entwickelte begriffliche Modell der Weblog-Praktiken anhand einer Fallstudie näher erläutert. Nach einigen methodischen Vorbemerkungen zum Untersuchungsdesign (Abschnitt 3.1) diskutiere ich in Abschnitt 3.2 die Entwicklung von twoday.net als Institutionalisierung von Weblog-Praktiken und ziehe in Abschnitt 3.3 ein Fazit.

#### 3.1 Methodische Vorbemerkungen

Die Fallstudie zur Weblog-Community „twoday.net“ war zentraler Bestandteil des Forschungsvorhabens, das im Sinne der „Grounded Theory“ (vgl. Strauss/Corbin 1990) Phasen der theoretisch-konzeptionellen Modellbildung und der Datenerhebung miteinander verband. Neben der kontinuierlichen Beobachtung von Kommunikationsprozessen auf twoday.net<sup>51</sup> führte ich im Zeitraum von Mitte Januar bis Ende Februar 2005 insgesamt elf leitfadengestützte Gespräche und eine Gruppendiskussion durch, die Grundlage der folgenden Beschreibung und Analyse der „twoday.net“-Community sind.<sup>52</sup> Die Gesprächspartner waren zum einen Mitarbeiter der Agentur „Knallgrau new media solutions GmbH“, zum anderen Weblog-Autoren, die bei twoday.net als Nutzer registriert sind (vgl. Tabelle 2 und Tabelle 3). Die Auswahl und Befragung geschah in einem mehrstufigen Prozess: Zunächst wurden diejenigen Mitarbeiter von Knallgrau interviewt, die mit twoday.net betreut sind. Um die Weblog-Autoren zu kontaktieren, stellte Michael Schuster (Projektleiter von twoday.net) zu Beginn des Forschungsvorhabens eine Liste von 14 Weblogs zur Verfügung, die eine gewisse Sichtbarkeit und Zentralität in der Community besitzen. Die Autoren wurden von mir per Mail angeschrieben, auf das Projekt hingewiesen und um ein Gespräch gebeten. Einige Personen zeigten kein Interesse oder antworteten erst gar nicht; zwei Autoren, die nicht in der ursprünglichen Liste genannt waren, wurden über mein eigenes Weblog auf die Untersuchung aufmerksam und kontaktierten mich von sich aus. Zusätzlich fand Anfang Februar eine Gruppendiskussion in den Räumlichkeiten von Knallgrau statt, für die Teilnehmer über die twoday.net-Homepage kontaktiert wurden (vgl. [info.twoday.net/stories/487580/](http://info.twoday.net/stories/487580/)).

Bei den Gesprächspartnern der Agentur Knallgrau, die professionelle Experten darstellen, standen die Entwicklung von twoday.net, betriebswirtschaftliche und programmiertechnische Aspekte sowie die weitere Entwicklung des Angebots im Vordergrund.<sup>53</sup> Bei den Autoren lag der Fokus auf der eigenen „Blogger-Biographie“ inklusive dem Selbstverständnis, den individuellen Blogging-Routinen sowie

---

<sup>51</sup> Bisweilen nahm dies auch Züge einer teilnehmenden Beobachtung an, wenn ich Kommentare auf besuchten Weblogs hinterließ oder Beiträge in meinem eigenen Weblog über den Fortgang des Forschungsprojekts verfaßte.

<sup>52</sup> Vgl. grundsätzlich zur Methode der leitfadengestützten Interviews Meuser/Nagel 1991, 1994 sowie Flick 1999.

<sup>53</sup> Da die befragten Mitarbeiter von Knallgrau selber auch Weblogs führen, veränderten sich allerdings gelegentlich die Rollen, aus denen heraus geantwortet wurde.

der Einbindung in soziale Netzwerke in twoday.net und darüber hinaus. Der Gesprächsleitfaden (vgl. Anhang 1 und 2) wurde jeweils flexibel gehandhabt, um spontan aufkommende Gedanken aufgreifen und vertiefen zu können. In allen Fällen wurden die Gesprächspartner als Experten für das zu untersuchende Handlungsfeld der Weblog-Praktiken behandelt und mit dem Ziel befragt, ihr teilweise nur latent vorliegende Wissen über die eigenen Weblog-Praktiken manifest zu machen, um in der Gesamtschau der Gespräche überindividuelle Gemeinsamkeiten und Unterschiede identifizieren zu können. Durch die Auswahl von Autoren, die unterschiedlich lange ein Weblog führen, konnte der Prozess der Formierung und Verbreitung von Handlungsmustern und Erwartungen aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet werden. Dieses Vorgehen verleiht den Ergebnissen der Autoren-Interviews zwar keine Repräsentativität im statistischen Sinne, doch sie erscheinen als inhaltlich repräsentativ für verschiedene Praktiken des Bloggens, die sich auf der Plattform twoday.net finden.

**Tabelle 2: Interviewpartner Anbieterseite**

Nr.	Name	Position
B1	Platzer, Matthias	Geschäftsführer Knallgrau
B2	Platzer, Michael	Gesamtprokurist Knallgrau
B3	Rappold, Dieter	Geschäftsführer Knallgrau
B4	Schuster, Michael	Projektleiter twoday.net

**Tabelle 3: Interviewpartner Weblog-Autoren**

Nr.	Name des Weblogs	URL	Geschlecht & Alter	Art <sup>a)</sup>
A1	Les Intimitées Louviennes	woelfin.twoday.net	Weiblich, 36 Jahre	FTF
A2	Mahalanobis	mahalanobis.twoday.net	Männlich, k.A.	GD
A3	MichaelG´s collaboratives blogging-Lerntagebuch	mglerntbloggen.twoday.net	Männlich, k.A.	GD
A4	Miss.understood	missunderstood.twoday.net	Weiblich, 29 Jahre	FTF
A5	<i>Nicht freigegeben</i>	<i>Nicht freigegeben</i>	Männlich, 32 Jahre	E
A6	No comment	jupe.twoday.net	Weiblich, 30 Jahre	FTF, GD
A7	Omega News	omega.twoday.net	Männlich, 57 Jahre	E
A8	PR-Blog-World	barbarella.twoday.net	Weiblich, 22 Jahre	E
A9	Wunder Alltag...	charlotte.twoday.net	Weiblich, 22 Jahre	E

<sup>a)</sup> FTF: Face-to-Face Interview; GD: Gruppendiskussion; E: E-Mail-basiertes Interview

Die Interviews mit den Knallgrau-Mitarbeitern sowie ein Teil der Gespräche mit den Nutzern wurden face-to-face geführt, als MP3-Datei mitgeschnitten und anschließend transkribiert. Mit vier Nutzern, die nicht in Wien leben, wurden E-Interviews durchgeführt.<sup>54</sup> Da kein voriger Kontakt zu den potenziellen Interviewpartnern bestand, waren in der Regel zwei oder drei E-Mails nötig, um über das Projekt und die Forschungsinteressen zu informieren sowie die Modalitäten des Gesprächs zu klären. Die eigentlichen Interviews fanden in der Regel in Cafés bzw. als Serie von drei bis sechs E-Mails statt, in denen einzelne Themenkomplexe mit mehreren offen formulierten Fragen angesprochen

<sup>54</sup> Grundsätzlich zur Methode des E-Interview siehe Bampton/Cowton 2002.



wurden. Beide Formen des leitfadengestützten Interviews bieten gegenüber einer standardisierten Befragung den Vorteil, dass sie sehr viel detailliertere und "reichere" Informationen ergeben.

Als große forschungspraktische Erleichterung des E-Interviews erwies sich, dass die Antworten der Gesprächspartner bereits elektronisch vorlagen und die zeitaufwändige Phase der Transkription entfiel. Je nach Ausführlichkeit der Antworten entsprechen die E-Interviews in etwa 30-45-minütigen face-to-face-Gesprächen. Die Tatsache, dass die Befragten bei den E-Interviews über ihre Antworten nachdenken konnten, stellt einen Vorteil dar: Der Reflexionsgrad ist höher, während der Verlust von Spontaneität (den Bampton/Cowton 2002 als mögliches Problem dieser Datenerhebungsmethode anführen) meine Erkenntnisinteressen nicht negativ beeinflusst. Da keine linguistischen Analysen geplant waren, stellte das Fehlen von nonverbalen Signalen (Körpersprache, parasprachliche Merkmale, etc.) keinen Nachteil dar.

### 3.2 Zur Institutionalisierung von Weblog-Praktiken bei „twoday.net“

Betrachtet man die Entwicklung der twoday.net-Community aus der Perspektive des oben geschilderten theoretischen Bezugsrahmens, lassen sich zwei aufeinander folgende Phasen unterscheiden, die in den beiden folgenden Abschnitten näher diskutiert werden sollen: Eine Formierungs-Phase, in der sich innerhalb einer schnell wachsenden Nutzergemeinschaft Verwendungsregeln und soziale Netzwerke stabilisiert haben (vgl. Abschnitt 3.2.2), sowie eine derzeit zu beobachtende Differenzierungsphase, in der durch anhaltendes Wachstum der Nutzerschaft Subcommunities mit eigenen Praktiken und Netzwerken herausbilden (vgl. Abschnitt 3.2.3). Zunächst folgen jedoch einige Bemerkungen zur Entwicklung des Angebots.

#### 3.2.1 Ursprünge und Entwicklung der Weblog-Plattform

Die Weblog-Community „twoday.net“, die von der Wiener Multimedia-Agentur „Knallgrau“ entwickelt und betreut wird, ging im Februar 2003 online. Die Plattform basiert auf einer weiter entwickelten Version der nicht-kommerziellen Open-Source-Plattform „Antville“, die seit 2001 existiert, aber Ende 2002 an Kapazitätsgrenzen stieß und keine neuen Autoren mehr aufnimmt. Twoday.net konnte zu Beginn sehr viele Nutzer anlocken, die von dem Angebot Gebrauch machen wollten, ein kostenfreies Weblog anzulegen – allein in den ersten drei Tagen nach dem Start hatten sich 300 Personen bei twoday.net registriert, wodurch von Beginn an ein Kern von aktiven Autoren bestand. Schon nach einer Woche etablierte Knallgrau zwei unterschiedliche kostenpflichtige Varianten und stellte das Gratisangebot ein, nahm es allerdings ein halbes Jahr später wieder auf. Somit existieren inzwischen drei Weblog-Varianten, die sich im verfügbaren Speicher und dem Funktionsumfang unterscheiden:<sup>55</sup> Das „free“-Modell bietet 3 MB Speicher, beim „basic“-Modell stehen

---

<sup>55</sup> Vgl. [hilfe.twoday.net/topics/Produkte%20&%20Features](http://hilfe.twoday.net/topics/Produkte%20&%20Features).

für 5,- Euro im Monat 100 MB Speicher sowie fortgeschrittene Statistik-Funktionen zur Verfügung, während das „advanced“-Modell 20,- Euro im Monat kostet, dafür 250 MB Speicher bietet und eine kommerzielle Nutzung des Weblogs erlaubt, die bei den anderen Modellen ausgeschlossen ist. Etwa 90 Prozent der registrierten Nutzer haben sich für die kostenfreie Variante entschieden, die im Gegensatz zu anderen Weblog-Hostern auch frei von Werbeeinblendungen ist. Die Gesamtzahl aller bei twoday.net eingetragenen Weblogs betrug im Frühjahr 2005 etwa 6.600, wobei etwa 50 bis 100 Weblogs pro Woche neu hinzukommen.<sup>56</sup> Die Software verlangt auch für die Kommentierung von Weblog-Einträgen eine Registrierung (ohne dass ein eigenes Weblog geführt werden muss); die Gesamtzahl aller registrierten Personen liegt etwa um den Faktor drei höher als die Anzahl der Weblogs und betrug im Frühjahr 2005 etwa 18.000 Personen. Damit ist twoday.net die drittstärkste Weblog-Community im deutschsprachigen Raum hinter myblog.de und blogg.de, in etwa gleich auf mit 20six.de.

Über die Soziodemographie der twoday.net-Community liegen Daten aus einer Befragung vor, die Knallgrau im August 2004 durchgeführt hat. Dabei wurden insgesamt 505 Personen befragt, von denen 170 ein Weblog bei twoday.net und 185 bei einem anderen Anbieter bzw. in Form einer stand-alone-Lösung führten.<sup>57</sup> Unter den twoday.net-Autoren sind Männer (53%) und Frauen (47%) in etwa gleich verteilt. Die am stärksten besetzten Altersgruppen sind 19 bis 25 Jahre (34%) bzw. 26 bis 35 Jahre (46%), und nur fünf Prozent der Befragten waren zum Befragungszeitpunkt 18 Jahre oder jünger. Das formale Bildungsniveau der Befragten ist sehr hoch; 30 Prozent haben Abitur bzw. die österreichische Matura, 17 Prozent den Abschluss einer Fachhochschule oder eines Kollegs, und 29 Prozent einen universitären Abschluss. Beinahe die Hälfte der Befragten (49,6%) waren berufstätig, ein weiteres Viertel (24%) studierte zum Zeitpunkt der Befragung. Twoday.net hebt sich damit von anderen Weblog-Plattformen wie beispielsweise LiveJournal ab, wo das Durchschnittsalter deutlich niedriger liegt und vorrangig Schüler Weblogs führen.

Entwicklung und Ausbau der Plattform „twoday.net“ liefern einige Beispiele für die Interaktionen zwischen Entwicklern und Nutzern, somit also für die soziale Konstruktion von (Software)-Technologien, wie sie im vorangegangenen Abschnitt allgemein beschrieben wurden. Feedback über die Nutzung der Plattform geht vor allem über das „Hilfe-Forum“ ein. Dabei handelt es sich um ein eigenes Weblog, in dem alle registrierten Nutzer Fragen hinterlassen können, die dann von Knallgrau-Mitarbeitern oder anderen Nutzern beantwortet werden. Dieses Vorgehen hilft, die Unterschiede in

---

<sup>56</sup> Die tatsächliche Anzahl der Weblogs liegt damit deutlich über den bei „blogstats.de“ erfaßten 4.000 Angeboten.

<sup>57</sup> 84 der übrigen Befragten führen kein eigenes Weblog; bei 66 Personen lagen keine diesbezüglichen Informationen vor. Die Online-Befragung erfolgte auf der Grundlage einer selbstrekrutierenden Stichprobe und kann daher keine statistische Repräsentativität für die Gesamtheit der bei twoday.net registrierten Nutzer beanspruchen. Ich danke Knallgrau für die Überlassung der Rohdaten.

den Wissensbeständen und Kompetenzen von Entwicklern, fortgeschrittenen Nutzern und denjenigen mit Problemen in der Anwendung der Software zu überbrücken: *„Was bei mir weniger einfließt, sind diese konkreten „Ich hätte gerne dies und das“-Anfragen, sondern beeindruckend sind eher Aussagen wie „Das verstehe ich nicht“ oder „Aha, das habe ich jetzt nicht geschafft“. Da komme ich dann drauf, dass es Fehler gibt und ich muss es mir neu überlegen. Man kann aber nicht von einem User erwarten, dass er sagt, wie es richtig ist. Ein User kann eigentlich immer nur sagen: „aha, das hab ich jetzt anders verstanden“* (B1). Neben direkten Anfragen, die im Hilfe-Forum sowie einer angegliederten FAQ-Seite gebündelt werden, kommen auch allem persönliche Eindrücke der Entwickler zum Tragen, die größtenteils selber Weblogs auf twoday.net führen. Dadurch ist es ihnen möglich, Praktiken der Nutzer zu verfolgen und bei Bedarf mit Modifikationen der Software auf veränderte Nutzungsformen zu reagieren. Als weiteres Feedback-Element führte Knallgrau im Sommer 2004 die oben bereits erwähnte onlinebasierte Umfrage unter den Nutzern durch, um die Zufriedenheit mit der Plattform zu ermitteln sowie Verbesserungsvorschläge einzuholen.

Die Software „twoday“, die Grundlage der Plattform „twoday.net“ ist, stellt eine Weiterentwicklung der Weblog-Software Antville dar, die als Open-Source-Projekt entwickelt wurde.<sup>58</sup> Knallgrau erweiterte die ursprüngliche Plattform um verschiedene Funktionen, die vor allem die Usability betreffen, wie zum Beispiel ein vereinfachtes Nutzer-Interface. Aufgrund einiger Auseinandersetzungen um die parallele oder gemeinsame Weiterentwicklung von Antville und twoday etablierte Knallgrau im Sommer 2004 einen eigenen „branch“, dessen Modifikationen nicht mehr in die Ursprungssoftware eingehen. Wie Antville ist auch twoday weiterhin open-source-Software, die unter der „General Public License“ (GPL) steht und von interessierten Personen verwendet und weiter entwickelt werden kann. Allerdings existiert keine umfassende Entwickler-Gemeinschaft wie bei anderen Open-Source-Projekten; vorrangig, weil die Koordinierung der freiwilligen Programmierer und die Unterstützung durch Systeme der Versionskontrolle o.ä. ressourcenaufwändig ist und von Knallgrau zur Zeit nicht geleistet werden kann.

Die verantwortliche Agentur Knallgrau versteht sich als Anbieter von „Weblog Solutions“ und setzt die twoday-Software nicht nur für die hier untersuchte Plattform, sondern auch für externe Kunden ein. Im August 2004 startete in Kooperation mit dem österreichischen Mobilfunk-Anbieter A1 die Plattform „twoday@TU“, ein Weblog-Angebot für die Studierenden und Mitarbeiter der Technischen Universität Wien (vgl. [twoday.tuwien.ac.at/info/](http://twoday.tuwien.ac.at/info/)). Im Mai 2005 ging ebenfalls in Kooperation mit A1 die Plattform „moday.at“ online, die Kunden von „vodafone live!“ das Führen eines „Mobile Blogs“ oder „Moblogs“ erlaubt, bei dem Bilder und Texte von einem Handy publiziert werden können (vgl. [www.moday.at/](http://www.moday.at/)). Schließlich entwickelte Knallgrau in der zweiten Jahreshälfte 2004 für die österreichische Regionalzeitung „Kleine Zeitung“ die Online-Community „Meine

---

<sup>58</sup> Vgl. [antville.helma.org/project/press/faq/](http://antville.helma.org/project/press/faq/).

Kleine“. Registrierte Nutzer können hier ein Weblog (allerdings unter der Bezeichnung „Tagebuch“) führen und eigene Bilder in einem Fotoalbum veröffentlichen.

Dieter Rappold, der Geschäftsführer von Knallgrau, sieht Weblogs als technische Anwendung zur Unterstützung von online-basierten Kommunikations- und Interaktionsprozessen, die auch in anderen Kontexten als dem privaten Einsatz an Bedeutung gewinnen wird. Darunter fallen aus seiner Sicht *„Weblog Solutions im Sinne von Community Lösungen für große Unternehmen, als auch als sehr spannende Anwendung im business-Kontext unternehmensintern im weitesten Umfeld von Produktentwicklung, Innovationsmanagement, Wissensmanagement und ähnlichen Thematiken. Ich glaube, wir stehen erst am Anfang der Ideen und der Ahnungen, in welchen Bereichen und mit welchen Themen wir Weblogs einsetzen können und wie wir damit umgehen werden. Es wird in Zukunft nicht überall, wo Weblog-Prinzipien eingesetzt werden, Weblog heißen, aber mehr oder weniger Konzepte und Ideen aus dem Weblog-Umfeld werden definitiv maßgeblich die Zukunft des Internet mit bestimmen.“* (B3).

Twoday.net ist aus dieser Sicht mehr als nur ein „showcase“ zur Demonstration der technischen Kompetenzen der Agentur, sondern als Weblog-Community vor allem auch ein dynamisches sozio-technisches Handlungsfeld, das Knallgrau Trends in Nutzungsweisen aufzeigt und als Experimentierfeld für die Integration weiterer technischer Funktionen dienen kann. Mittelfristig werden, so Rappolds Prognose, Weblogs mit anderen Anwendungen zusammenwachsen, die unter den Oberbegriff „social software“ fallen, darunter beispielsweise Wikis zur kollaborativen Bearbeitung von Texten oder Anwendungen zur onlinegestützten Repräsentation und Erweiterung von sozialen Netzwerken.

### 3.2.2 Stabilisierung und Dynamik von Verwendungsregeln und Netzwerken

Das rasante Wachstum von twoday.net, zunächst in der etwa einmonatigen „Betaphase“ und anschließend nach der Etablierung eines kostenfreien Angebots im Herbst 2003, brachte einen Kern von Nutzern mit sich, die das Bild der Community in der Anfangszeit prägten. Aus Sicht der Betreiber schlug sich dies in einem spezifischen Stil nieder, der twoday.net von anderen Weblog-Gemeinschaften abhebt: *„Bei uns sind eher die Geschichtenerzähler vorhanden, (...) im Unterschied zu anderen Weblog-Communities. Bei Blogg.de ist es vielleicht noch ähnlich, aber im Gegensatz zu Antville, dort ist die community wesentlich kreativer, da sind fast schon literarische Blogger. Literarisch nicht im Sinne von textlich literarisch, sondern generell alle Ausdrucksformen, die man in das literarische Eck einordnen könnte, wirklich schon künstlerisch. Bei uns gibt es nur wenig, was man als künstlerisch einstufen könnte, sondern das sind wirklich Geschichtenerzähler. Wenn ich an ein paar Weblogs denke, das sind Geschichten aus dem eigenen Leben, die halt mehr oder weniger spannend erzählt werden. (...) Das macht uns auch zu einem gewissen Grad sympathisch. Das ist etwas, was uns sehr zugute kommt, denn in sehr weiten Bereichen wird twoday als sympathisch wahrgenommen“* (B4).

Knallgrau unterstützte die Formierung dieser Autorengemeinschaft durch einige technische Mittel, die die Sichtbarkeit einzelner Autoren innerhalb von twoday.net erhöhen. Nutzer können andere Weblogs in die „Blogroll“ aufnehmen, die auf der Startseite des Weblogs angezeigt wird und als

Leseempfehlung für Besucher sowie als Ausdruck von freundschaftlichen Beziehungen zu anderen Community-Mitgliedern dient. Zusätzlich können Autoren andere Weblogs der Plattform abonnieren, um sich über Aktualisierungen auf dem Laufenden halten. Eine folgenreiche Entscheidung seitens der Entwickler war auch, für das Hinterlassen eines Kommentars eine Registrierung zu verlangen (eine Funktion, die noch aus der Vorgänger-Software Antville stammt). Dadurch wird zwar eine technische Hürde aufgebaut, die das spontane Kommentieren etwas erschwert, doch gleichzeitig steigert diese Maßnahme die Sichtbarkeit innerhalb der Community, denn führt der Kommentator selber ein Weblog auf twoday.net, wird dieses beim Kommentieren direkt verlinkt. Ein drittes wesentliches Element der Sichtbarkeit ist die Übersicht der 20 zuletzt aktualisierten Weblogs auf der Startseite von twoday.net („The latest twoday“), wobei neben dem Weblognamen jeweils auch ein (frei vom Nutzer wählbares) Icon sowie die Titel der letzten drei Postings angezeigt werden.<sup>59</sup> Die Verbindung von Weblogname und Icon erhöht die Chance der Wiedererkennung und stärkt mittelbar die sozialen Beziehungen auf der Plattform.

Knallgrau verzichtet bewusst auf weitergehende Formen des „community building“, wie zum Beispiel eine redaktionelle Auswahl von besonders qualitätvollen Beiträgen für die Startseite.<sup>60</sup> Zum einen wäre eine solche Auswahl sehr arbeitsaufwändig und potenziell konfliktär, da die Qualitätskriterien intransparent gewesen wären. Zum anderen hätte dies den Charakter von twoday.net als inhaltlich-thematisch offene Weblogplattform zerstört, wie er den Betreibern vorschwebt: *„Grundsätzlich vom sozialen Aspekt ist es so, dass wir versuchen, einen open-space-Ansatz zu verfolgen, das heißt, nur Mittel, Wege und Instrumente zur Verfügung zu stellen, Rahmenbedingungen zu definieren, und innerhalb dieser Rahmenbedingungen eigentlich frei zuzusehen und zu warten, was passiert, weil das ist eigentlich viel interessanter und bietet mehr Möglichkeiten, als wenn man mit vorgefassten Meinungen und Dingen da rangeht und etwas aufoktroziert. Und es passt eigentlich auch nicht zur Community, die sehr stark darauf bedacht ist, sich selbst einzubringen, sich selbst auszudrücken und so weiter.“* (B3)

Mittelbar erhält sich Knallgrau durch diese Unabhängigkeit auch die notwendige Distanz zu den Nutzern, um im Konfliktfall schlichten zu können. Grundlage sind die in den „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ niedergelegten Regeln, die Nutzer bei der Registrierung anerkennen, insbesondere der Abschnitt 15 „Verhaltensregeln“. Dort überträgt Knallgrau die inhaltliche Verantwortung an die

---

<sup>59</sup> Die Nutzer haben sich die Startseite dabei teilweise auf ganz eigene Art als von den Entwicklern intendiert angeeignet, indem sie mit der Liste und der erzeugten Sichtbarkeit gespielt haben. Beispielsweise haben Autoren die Titel ihrer Postings im Hinblick auf die Darstellung auf der Startseite formuliert, um kleine Sätze zu bilden.

<sup>60</sup> Allerdings veröffentlichte die Agentur im Frühjahr 2004 das Buch „readme.txt“, eine Sammlung von Auszügen verschiedener twoday-Weblogs inklusive einiger Kommentare aus den ersten zwölf Monaten der Community (Ostleitner/Schuster 2004). Rappold sieht diese Publikation auch als eine Art Geburtstagsgeschenk an die Nutzer: *„Das war zum ersten Geburtstag von twoday. Schon etwas, wo wir gesagt haben, wir wollen unseren Usern auch vor Augen führen, was hier geschaffen wurde innerhalb eines Jahres, nämlich von ihnen, das irgendwie auch etwas Bleibendes, etwas Nachhaltiges ist. Das war es uns einfach wert, das war etwas, das wir der community zurückgeben wollten und insofern war es eher eine spontane Aktion, sich das zu überlegen. Ich habe auch den Eindruck, dass es sehr gelungen ist bzw. auch sehr gut aufgenommen wurde.“* (B3)

Autoren, behält sich aber nicht nur vor, in strafrechtlich relevanten Fällen Texte zu löschen, sondern auch wenn vulgäre oder hasserfüllte Sprache benutzt wird. Bislang gab es nur vereinzelt Situationen, in denen die Betreiber aktiv werden mussten, darunter Beiträge mit einer Nähe zu rechtsradikalen Positionen, aber auch zur Pornographie. Um auf solche Vorfälle reagieren zu können, zählt Knallgrau auf die Mitarbeit der Nutzer selber, die anstößige Beiträge melden können, denn ein eigenständiges Überwachen aller Inhalte würde an fehlenden Ressourcen scheitern.

Zusätzlich übernimmt die Community selber eine regulierende Funktion, indem sie gemeinsame Standards definiert und bei ihrer Verletzung sanktionierend eingreift. In einer spezifischen Konfliktsituation, die durch sexuell explizite Schilderungen aus dem Swinger-Milieu ausgelöst wurde, diskutierten die Nutzer in über 200 Kommentaren zum beanstandeten Beitrag sowie in zusätzlichen Kommentaren über 30 Weblogs hinweg. Eine besondere Rolle spielten dabei einige wenige Nutzer, die aufgrund ihrer hohen Zentralität im Netzwerk der twoday-Weblogs einen besonderen Status und daraus abgeleitet auch eine moralische Autorität haben. Der Respekt der anderen Nutzer vor diesem Community-Kern verlieh ihren Kommentaren, die teilweise über andere Medienkanäle untereinander abgestimmt wurden, ein besonderes Gewicht, und ihre kritische Haltung führte dazu, dass der betreffende Autor die umstrittenen Beiträge löschte, ohne dass Knallgrau formell eingreifen musste. Das Beispiel macht deutlich, wie die Stellung des Einzelnen im Netzwerk der Plattform eine Form von Sozialkapital darstellt, da sich in ihr persönliche Reputation und moralische Autorität ausdrückt und die Chancen steigen, Unterstützung für die eigene Position zu finden und Einfluss auszuüben.

Twoday.net-Autoren bewegen sich folglich in einer Kommunikationsumgebung, die verschiedene Regelkomplexe mit unterschiedlicher Reichweite vorgibt. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen stecken einen Rahmen ab, der für alle registrierten Nutzer verbindlich ist. Wiederholte Kommunikation lässt eine Nutzergemeinschaft entstehen, innerhalb der sich weitere, spezifischere Erwartungen an angemessene Inhalte stabilisieren. Diese „community standards“ werden schließlich durch individuelle Praktiken ergänzt, in denen jeweils spezifische prozedurale Regeln, also Erwartungen und Erwartungserwartungen, das Bloggen bestimmen und sich im individuellen Selbstverständnis eines Weblog-Autoren bündeln. Wie die leitfadengestützten Interviews zeigen, existiert eine breite Palette, denn die Befragten verstehen ihr Weblog zum Beispiel als persönliches Archiv für Selbstreflexionen (A1), als Forschungs- oder Lerntagebuch (A3, A8), oder als Informationsforum zu spezifischen Themen (A7, A2).

Das jeweilige Selbstverständnis äußert sich in spezifischen Publikationsroutinen, zum Beispiel gewissen zeitlichen Mustern, wann Weblogbeiträge verfasst werden: Ein Autor bezeichnet sich als „Eulenmensch“ (A5), der seine Beiträge vor allem abends und nachts verfasst, während eine andere Autorin – die ein Weblog mit vorrangig wissenschaftlichen Themen führt (A6) – zu Beginn ihres Arbeitstags relevante Zeitungsartikel sichtet und gegebenenfalls im Weblog kommentiert. Andere Routinen

betreffen den Vorgang des Publizierens selbst: Viele Autoren geben an, ihr Weblog kontinuierlich in einem Browserfenster geöffnet zu halten, um Ideen und interessante Verweise direkt veröffentlichen zu können (z.B. A8, A9). Wenn es sich um längere Texte handelt, die möglicherweise komplexere Argumentationen verlangen, greifen manche auf externe Textverarbeitungsprogramme zurück und fehlen teilweise mehrere Tage an einem Eintrag. Gegenüber dem „spontanen Bloggen“ sind diese Fälle allerdings deutlich in der Minderheit.

Routinen der Auswahl und Präsentation von Inhalten bestimmen die Wahrnehmung und Wiedererkennbarkeit eines Weblogs. Neben dem grundlegenden Layout der Seite, das von Seiten der Anbieter durch verschiedene, teilweise modifizierbare Design-Vorlagen erleichtert wird, wirken sich auch individuelle sprachliche Muster (A1)<sup>61</sup> oder die Entscheidung, das Weblog in englisch zu betreiben (A2) auf die Wiedererkennung und die Öffnung des Weblogs für bestimmte Publika aus. Die individuellen Praktiken sind nicht notwendigerweise stabil, sondern können sich im Verlauf von Aneignung und Gebrauch des Genres wandeln. Aufgrund der prinzipiellen Offenheit der technischen Form „Weblog“ für verschiedene Inhalte ähnelt gerade die erste Zeit der Nutzung häufig einer Experimentierphase, in der sich die Autoren mit dem Genre vertraut machen und es auf seine Eignung für den eigenen Zweck überprüfen.<sup>62</sup> Oft geschieht dies unter Rückgriff auf andere Weblogs, die als Vorbild für die eigene Verwendung dienen.

In der ersten Phase der Nutzung stabilisieren sich üblicherweise die Routinen und Erwartungen, die die individuellen Weblog-Praktiken in der Folgezeit bestimmen. Allerdings berichten einige befragte Autoren davon, dass sich der Schwerpunkt ihres Weblogs auch im weiteren Verlauf des Gebrauchs verschoben hat. In einem Fall (A6) waren es vor allem Bedenken zur eingeschränkten Anonymität des Weblogs, die zu einem Rückgang von persönlichen Themen zugunsten von fachlich-wissenschaftlichen Kommentaren geführt hat. Ein anderer Autor (A2) berichtet, dass sich der inhaltliche Fokus seines Weblogs in dem Maße verändert hat, wie sich sein Publikum über den Freundeskreis hinaus erweitert hat: *„Prinzipiell habe ich den Weblog früher als was sehr Persönliches betrachtet. Ich habe gedacht, ich schreibe zum Spaß für meine Freunde. Ich habe das früher so gemacht, dass ich oft Emails geschickt habe über Themen, die ich gerade interessant finde, habe aber selten Rückmeldung bekommen und mir auch gedacht, vielleicht schreibe ich viele an, die das gar nicht interessiert. Daher habe ich mir einen Platz gesucht, wo ich die Informationen, die ich relevant finde, ins Netz stellen kann und die Leute, die es interessiert, können vorbeischaun. Was dann passiert ist: Mit der Zeit haben dann viel mehr Leute zu meinem Blog gelinkt haben, teilweise auch Professoren, was dann dazu geführt*

---

<sup>61</sup> Autorin A1 zeigt nicht nur einige sprachliche Idiosynkrasien, sondern nummeriert ihre Beiträge im Titel fortlaufend und schafft sich so ein weiteres Ordnungskriterium, um die Wiederauffindbarkeit von Gedanken zu erleichtern. Ein Beispiel: *„618 – nur fürn Fall dass es irgendwen peripher intresiert warum ich nur halbtags arbeit.net.can here's the reason: [Foto] die diesjÄhrige unordnung erstÄckt sich bis dato über nicht mehr als einen quadratmeter mit 50 cm höhe, aber dieser quadratmeter hats in sich. dieser quadratmeter bedingt, dass ich nun den ganzen tag daheim bleibe und erst knapp vor beginn mein josefstÄdter häferl holen fahre. doch die häferl geschichten sind auf alpha.“* (woelfin.twoday.net/stories/702255/).

<sup>62</sup> Diese Unsicherheit drückt sich besonders in den ersten Einträgen in das eigene Weblog aus. Typischerweise lesen diese sich so: *„Erstkontakt: Hallo, also jetzt ist es so weit, mein erstes Webblog...“* (barbarella.twoday.net/stories/356614/).

hat, dass der persönliche Teil und die Spaßsachen immer mehr zurückgegangen sind und ich versucht habe, mehr interessante und unpersönliche Informationen zu bringen. Da habe ich mehr und mehr drauf geachtet“ (A2). Veränderungen der eigenen Interessen oder in der generellen Lebenssituation können die Bedeutung eines Weblogs verringern und bis hin zu seiner Aufgabe führen, weil sich bestimmte Motive und gesuchte Gratifikationen (s.u.) verändern: „gleichzeitig taucht in der letzten zeit immer wieder die frage auf, welche rolle mein blog eigentlich spielt und bisher spielte. ich wollte immer bloß schreiben. bloß: warum wollte ich das? möglicherweise hat es mir damals, als ich mit dem Bloggen angefangen habe, an gesprächspartnern gefehlt, von denen ich mich verstanden fühlte. eine sache, die sich verändert hat. ich habe heute so viele menschen um mich, die mir sehr aufmerksam zuhören, mir und meinen gedanken sehr viel interesse entgegen bringen und mich einfach verstehen“ (A4; vgl. [missunderstood.twoday.net/stories/726598/](http://missunderstood.twoday.net/stories/726598/)).

Bei der Auswahl von Themen fallen Routinen aus der Autoren- und der Rezipienten-Rolle zusammen. Die befragten Blogger haben unterschiedlich umfangreiche Repertoires von regelmäßig besuchten Weblogs und anderen Informationsquellen (z.B. die Webseiten von Tageszeitungen oder Fachjournalen), wobei die Anzahl der regelmäßig besuchten Seiten stark variiert (unter den Gesprächspartnern zwischen unter zehn bis hin zu mehreren Hundert). Daneben berichten einige Autoren aber auch von „Blogspaziergängen“ (A9) auf der twoday.net-Plattform, wo sie ausgehend von der Übersicht der jüngst aktualisierten Seiten zu ihnen bisher unbekanntem Weblogs gelangen, die interessante Themen versprechen. Mit steigender Zahl der Quellen stellt sich das Problem des Managements der Informationsfülle, sodass einige Autoren zwischenzeitlich dazu übergegangen sind, sich per RSS Feed Reader über Aktualisierungen auf dem Laufenden zu halten. Dadurch entfällt das vergleichsweise aufwändige Ansurfen der einzelnen Quellen, doch das Selektionsproblem wird nicht vollständig gelöst, da es auf die Ebene der Relevanzbeurteilung von Feeds verlagert wird. Eine Alternative ist die bewusste Selbstbeschränkung, auch im Vertrauen auf die strukturell bedingte Filterleistung der Blogosphäre. In der Gruppendiskussion wurden diese unterschiedlichen Strategien deutlich:

A3: Die Alternative ist ja, ob Du Dir zehn Homepages anschaust. Da kommst Du nie drauf, was es Neues gibt. Wenn Du mit einem RSS Reader einfach die Neuigkeiten bekommst, brauchst Du nicht lang suchen, was es Neues gibt. Wenn Dich grundsätzlich das Thema interessiert...

A2: Aber es ist doch die Frage, wie viel von dem, was durch den RSS Feed reinkommt, ist im Schnitt verwertbar. Wenn sich das in Grenzen hält, muss ich sehr sehr viel lesen, um wenig relevante Informationen zu bekommen.

A3: Aber was ist die Alternative?

A2: Naja, dass ich nur die Blogs lese, die in meinem Gebiet berichten, und dass ich mich auf die verlasse.

Die gesuchten Gratifikationen, die Autoren mit ihrem Weblog verbinden, sind in unterschiedlichem Maße an anderen Personen orientiert (vgl. Tabelle 4). In der Befragung der twoday.net-Autoren



wurde das Motiv „um eigene Gedanken und Erlebnisse für mich festzuhalten“ am Häufigsten genannt – das Weblog übernimmt also für die Mehrheit der Autoren (auch) die Funktion eines persönlichen Journals. Nur etwas mehr als ein Drittel nutzt das Weblog darüber hinausgehend als eine Art Tagebuch, in dem man sich Gefühle von der Seele schreiben kann. Eine befragte Autorin drückte diesen Zweck wie folgt aus: „Das wichtigste beim Bloggen ist für mich die Selbstreflexion. Das ist weniger die Kommunikation, sondern einfach das sich Selbst ausdrücken“ (A1). Diesen innenorientierten Motiven stehen stärker außenorientierte Motive gegenüber, vor allem der Austausch mit anderen über das Geschriebene: „Für mich ist mein Blog wie ein offenes Tagebuch. Ich kann dort alles niederschreiben, andere können es lesen und mir auch antworten. Einfach genial“ (A9). Deutlich seltener wird in der Befragung genannt, dass mit dem Weblog Wissen vermittelt und soziale Kontakte explizit aufrechterhalten oder geknüpft werden sollen.

**Tabelle 4: Gesuchte Gratifikationen beim Führen eines Weblogs auf twoday.net 2004.**

Motiv	Anteil in %
Um eigene Gedanken und Erlebnisse für mich festzuhalten	71,8
Zum Spaß	66,1
Weil ich gerne schreibe	55,6
Um mich mit anderen über eigene Gedanken und Erlebnisse auszutauschen	59,7
Um mir Gefühle von der Seele zu schreiben	38,7
Um mein Wissen in einem Themengebiet anderen zugänglich zu machen	22,6
Um mit Freunden und Bekannten in Kontakt zu bleiben	19,4
Um neue Bekanntschaften zu knüpfen	16,1
Aus beruflichen Gründen	10,5

Quelle: Nutzerbefragung twoday.net 2004.

Sowohl die innen- wie die außenorientierten Motive für das Führen eines Weblogs beruhen darauf, dass es Leser gibt, die sich mit den veröffentlichten Texten auseinandersetzen. In ihren Publikationsroutinen antizipieren die Autoren Erwartungen dieser Leser und richten sie als Erwartungserwartungen an sich selber: „Ich denke mir immer, es sollte ein Eintrag pro Tag sein von meiner Seite. Meistens bin ich froh, wenn ich was interessantes lese und schon beim Lesen weiß, das klingt nach einer interessanten Stelle, die Du [für das eigene Weblog; JS] herausnehmen kannst. Das geht zwei oder dreimal pro Woche, dass man was halbwegs Passendes hat. Wenn nicht, dann möchte man doch, um irgendwas auf dem Blog hat, schnell noch vor dem Schlafengehen was hinaufschmeißen. Das passiert dann schon, dass ich ein bis zwei Stunden teilweise suche, um etwas Passendes zu finden. Meistens ist das gar nix wahnsinnig tolles, aber etwas, wo ich mir denke, das interessiert jetzt die Leute. Ich versuche, den Leserstrom auf einem Level zu halten. (...) Dass die in etwa wissen, dass ca. ein bis zwei Beiträge pro Tage kommen. Meistens ist es dann so, dass man sich überlegt: Jetzt hast Du drei interessante Sachen, tue einfach auf Vorrat etwas anlegen, dann hat man es und schmeißt es online und ist froh, dass wieder was oben steht.“ (A2)

Die befragten Autoren besitzen in der Regel eine Vorstellung vom „idealtypischen Leser“ (A6), auf den hin sie Beiträge zuschneiden. Bei den journal- oder tagebuchartigen Weblogs sind es meist Freunde und Familienangehörige, während bei den eher fachwissenschaftlich orientierten Weblogs

dagegen die Erwartung vorherrscht, dass die Leser primär an der Qualität der veröffentlichten Inhalte und der sich möglicherweise daran entspinneenden Diskussionen interessiert sind: *„Was ich im Auge habe, ist die Fortsetzung einer Podiumsdiskussion, wo qualifizierte Leute sitzen, wo auch quasi qualifizierte Teilnehmer (...) dabei sind“* (A3). Die Identifizierung von Lesern fällt aufgrund der Kommunikationssituation schwer: Zwar wissen die meisten Autoren von zumindest einigen Personen, die das Weblog regelmäßig besuchen, doch aufgrund der Asynchronität und der nur partiellen Sichtbarkeit von Besuchern (wer keinen Kommentar hinterlässt, bleibt ein unsichtbarer „Lurker“) fällt es schwer, Größe und Zusammensetzung des erreichten Publikums einzuschätzen.

Neben der Auswertung von Zugriffsstatistiken und Logfiles, die allerdings nur in den kostenpflichtigen Varianten möglich ist, können Autoren die Reichweite ihres Weblogs vor allem anhand der Kommentare zu eigenen Beiträgen einschätzen. Kommentare erhalten dadurch eine weitere Bedeutung, die über die inhaltliche Auseinandersetzung mit den publizierten Texten hinausgeht, weil sie den Autoren Anhaltspunkte für die Rezeption des Weblogs geben. Auch bei denjenigen Autoren, die ihr Weblog primär als persönliches Journal führen, haben Rückmeldungen seitens der Leser eine wichtige Bedeutung: *„Beim Text im Web kann ich immer damit rechnen, dass irgendwas passiert, mir jemand eine SMS schreibt (...). Das ist halt recht schön, wenn man da Feedback kriegt.“* (A1). Eher die Ausnahme, die die Regel bestätigt, ist einer der befragten Autoren, der sein Weblog als „reines Informationsblog“ (A7) versteht und die Kommentarfunktion komplett deaktiviert hat.

Verschiedene Aspekte des Umgangs mit Kommentaren zeigen, dass diese durchaus strategisch eingesetzt werden. Um Feedback positiv zu sanktionieren und zu verstärken, reagieren die meisten Autoren auf Kommentare mit einer eigenen Antwort: *„Einfach auch um zu zeigen, dass ich sehe, dass jemand da ist und die Leute nicht ignoriere. Das ist ein Zeichen von Höflichkeit.“* (A6). Andere Autoren nutzen die Eigenschaft der twoday.net-Plattform aus, dass nur registrierte Nutzer Kommentare hinterlassen können, deren Name mit einem Link zum eigenen Weblog (sofern vorhanden) hinterlegt ist. Ein Kommentar wird dadurch automatisch auch zur Werbung für das eigene Weblog und kann Leser anziehen: *„Mir passiert es oft, dass ich irgendwo der erste oder einzige Kommentar bin, der sagt „Das ist gut“, was natürlich meinerseits zu einer Art „promotion“ führt. Jeder, der kommentiert, ist irgendwie auch darauf aus, sich selber bekannt zu machen“* (A1). Ein Interviewpartner hat damit experimentiert, fremde Kommentare genauso wie die eigenen Beiträge einer Art Qualitätskontrolle zu unterwerfen, um den Charakter seines Weblogs als fachliche Publikation zu erhalten: *„Ich habe eine Zeitlang versucht, schlechte Kommentare rauszuschmeißen, obwohl es nicht böse gemeint war; in vielen Fällen waren es nette Kommentare über mich als Person, aber ich denke einen anderen interessiert das nicht, es ist irgendwie störend. (...) Wenn mein Weblog schon ein Fachblog ist, dann soll es auch eine sachliche Information liefern.“* (A2)

Das Ausmaß an Anschlusskommunikation, das ein Weblog-Eintrag in den Kommentaren oder anderen Weblogs nach sich zieht, ist von verschiedenen Faktoren abhängig. Neben der Größe der Leser-

schaft sind es insbesondere Thema und Stil des Beitrags, die Kommentare „herausfordern“. Besonders provokante oder pikante Texte können zahlreiche Antworten nach sich ziehen, während bei wissenschaftlich-fachlichen Beiträgen die Schwelle höher liegt, eine eigene Bemerkung zu hinterlassen. Schließlich kommen technische Restriktionen wie die Registrierungspflicht für das Kommentieren hinzu. Wie geschildert, fördert diese zwar die Sichtbarkeit und mittelbar die Vernetzung innerhalb der Plattform, erschwert aber Nicht-Mitgliedern das schnelle, zwanglose Antworten auf einen Beitrag. Außerdem steht den Autoren die Trackback-Funktion zur Verfügung, um Rückbezüge von zitierten Texten zum eigenen Weblog herzustellen, doch die Befragten nutzen diese fortgeschrittene Funktion kaum, was auch die Betreiber bestätigen (B2).

Die hypertextuellen Netzwerke aus Beiträgen, Kommentaren und Verlinkungen über Weblogs hinweg unterstützen die Formierung von sozialen Netzwerken. Teilweise sind dies Beziehungen, die schon vor Beginn des Bloggens existierten und nun über diesen zusätzlichen Kanal gepflegt werden, wenn Autoren ihre Freunde, Verwandte oder Kollegen mit Hilfe des Weblogs informieren. Dagegen haben Kontakte, die erst über das Bloggen entstanden sind, aus Sicht der Befragten einen anderen Stellenwert: Selbst wenn man regelmäßig die Weblogs anderer Autoren liest und dort kommentiert, nehmen diese eher den Rang von Bekanntschaften statt von Freundschaften ein. Zwar bestünde jederzeit die Möglichkeit, andere Blogger auch in persona zu treffen (zum Beispiel finden in unregelmäßigen Abständen Treffen von twoday-Mitgliedern statt), doch dies scheint eher die Ausnahme zu sein. Nichtsdestotrotz berichten verschiedene Befragte davon, dass die weblogbasierten Netzwerke Unterstützung bei Alltagsproblemen oder größeren privaten Krisen leisten, also Sozialkapital zur Verfügung stellen können:

- *„Vor allem aber blogge ich, weil andere Blogger mir antworten können und man sich so auch untereinander austauschen kann. Man sieht, das andere gleiche oder ähnliche Probleme hat und fühlt sich nicht allein gelassen mit seinem Problem“ (A9)*
- *„Was auch noch wichtig ist, ist die hilfsbereitschaft in der blogosphere... dadurch erkennt man auch eine gemeinschaft. Immer wenn jemand ein problem mit der technik oder so hat dann wird einfach weitergeholfen...“ (A8)*
- *„Ich habe selber 2002 eine kurze, intensive, dann aber doch recht schmerzhaftes Liebesgeschichte erlebt, wo ich lediglich sagen kann: Da haben mir fremde Leute, fremde Leserinnen geholfen, über den ersten Schmerz hinwegzukommen.“ (A1)*

Die Existenz von unterschiedlich starken sozialen Beziehungen drückt sich in bestimmten Metaphern aus, die die Befragten heranziehen, um die Netzwerke zu beschreiben. Eine Autorin (A1) grenzt twoday.net von anderen Blog-Communities, insbesondere von Antville ab: *„Die Blog-Community sind Dörfer. Twoday ist diese Satelliten-Stadt. Das kam vor zwei Jahren als etwas völlig Neues mit einer komischen Idee: Du musstest dafür zahlen“ (A1)*. In der eng verbundenen Weblog-Gemeinschaft von Antville, deren Teilnehmer über einen längeren Zeitraum interagieren und aufgrund der Zu-

gangsrestriktionen in den letzten Jahren weitgehend unter sich geblieben sind, hat sich eine sehr viel stärkere Vertrautheit und Verbundenheit herausgebildet, als in der daraus hervorgegangenen Plattform twoday.net, deren Nutzerzahlen ständig wachsen und die noch dazu einen stärker kommerziellen Hintergrund hat. Dennoch erlebt die Autorin dort auch vergleichsweise enge Beziehungen, die (um im Bild zu bleiben) ähnlich zu „Nachbarschaften“ in Städten funktionieren können.

Eine andere räumliche Metapher spielt auf die Möglichkeiten der Kontrolle an, die Autoren über die Kommunikationsvorgänge in ihrem eigenen Weblog haben: *„Es ist eben nicht so, ich gehe auf ein großes Fest, und wenn ich da zuviel getrunken habe, pöbel ich da rum, sondern ich bin definitiv in meinem Haus, in meiner Wohnung, und da verstehe ich mich auch zu verhalten, da verhalte ich mich sicherlich anders als in einem öffentlichen Raum. Dieser Raum-Kontext, der hier geschaffen wird, der ist glaube ich ganz wichtig für viele Dinge: Für Verhalten der community untereinander, für content-Niveau, für das unterschiedlichste Sozialverhalten, das sich hier ausdrückt“* (B3). Anders als in öffentlichen Online-Foren, die eher einem Marktplatz oder der klassischen Agora ähneln, besitzen Weblog-Autoren eine nahezu vollständige Kontrolle über die kommunikativen Äußerungen, die dort veröffentlicht werden: Sie selber entscheiden über die Themen, Länge und Gestaltung der Beiträge und können notfalls Kommentare von anderen Nutzern löschen, falls darin eine Grenze überschritten wird. Diese Kontrollmöglichkeiten sind Bestandteil unterschiedlicher Publikationsroutinen: Während manche Autoren ihren Namen im Weblog veröffentlichen (A2, A3) oder persönliche Informationen auf der Startseite des Weblogs angeben (A9), sind andere sehr darauf bedacht, dass keine Rückschlüsse auf ihre tatsächliche Identität gezogen werden können, um die eigene Privatsphäre zu wahren. Ein Autor äußert beispielsweise Bedenken, er könne im Weblog *„ein gewisses persönliches Zeitschema öffentlich (...) machen, welches auch rückzuverfolgen ginge. Man kennt es unter anderem vielleicht auch als ‚social engineering‘! Wenn dabei passend zum zeitlichen Ablauf eine Identität preisgegeben wird, stellt sich auch ein ziemlich umfangreiches Abbild der eigenen Tätigkeiten oder meinetwegen auch der psychischen Verfassung einer Person dar. Das ist schon ein ziemlich zweischneidiges Schwert, wenn man völlig unbedarft und freizügig mit diesen Informationen hausieren geht!“* (A5).

Eine von mehreren Personen (A1, A6) genannte Strategie ist es, verschiedene Weblogs oder Homepages zu führen, die unterschiedliche Aspekte der eigenen Person behandeln und sich möglicherweise an völlig unterschiedliche Leserkreise richten. Dies erscheint besonders wichtig, um die Kollision mit Regeln und Erwartungen aus anderen Rollenzusammenhängen zu vermeiden; insbesondere, um durch das private Bloggen nicht in berufliche Schwierigkeiten zu kommen. Schließlich gibt es technische Möglichkeiten, die Sichtbarkeit des eigenen Weblogs zu beeinflussen: Die Plattform twoday.net bietet die Option, automatische Notifikationen zu deaktivieren, die bei der Aktualisierung des Weblogs versendet werden. Dadurch kann man verhindern, dass eigene neue Beiträge auf der Startseite gelistet werden oder von Suchmaschinen indiziert werden. Autoren können also durch ein Zusammenspiel von individuellen Praktiken und technischen Optionen ihre Selbstdarstellung gestalten und strategisches Identitätsmanagement betreiben.

### 3.2.3 Weitere Entwicklung von Weblog-Praktiken und –Netzwerken auf twoday.net

Die Diffusion von Weblogs ist ein dynamischer Prozess – nicht nur im trivialen Sinn, dass sich im Lauf der Zeit die Anzahl von Weblogs erhöht, sondern auch in der Hinsicht, dass sich im Verlauf der Diffusion individuelle Routinen und kollektiv geteilte Gebrauchsweisen sowie die einhergehenden Erwartungen verändern. Im vorigen Abschnitt habe ich am Beispiel von twoday.net die Herausbildung und Institutionalisierung von Weblog-Praktiken beschrieben, wie sie sich bis zum Zeitpunkt der Untersuchung (Frühjahr 2005) darstellen. Allerdings deuteten sich in den Gesprächen mit den Anbietern bereits einige Entwicklungen an, die die Gestalt von twoday.net im Verlauf der nächsten Monate und Jahre prägen werden.

Das quantitative Wachstum von twoday.net erfordert von Knallgrau eine Reaktion, da – ganz gemäß des klassischen Verlaufs von Diffusionsprozessen (vgl. Rogers 1983) – die neu hinzukommenden Nutzer oft deutlich geringere technische Kompetenzen mitbringen als die „early adoptors“. Aus Ressourcenründen kann Knallgrau auf diese Entwicklung nur in sehr begrenztem Maße mit einer Ausweitung des technischen Supports reagieren; vielmehr ist geplant, die Bedienung des Autoren-Interfaces noch weiter zu vereinfachen und so die Zugangsschwellen weiter zu senken, um möglichst viele Nutzer anzusprechen: *„Im Wesentlichen, um ein Massending zu haben, musst Du es so simpel halten wie möglich“* (B1). Diese Vereinfachung soll jedoch nicht durch einen Abbau, sondern durch eine Differenzierung der dargebotenen Funktionalitäten erreicht werden. Unerfahrene Nutzer könnten ein Menü angezeigt bekommen, das vier oder fünf Optionen für die wesentlichen Vorgänge des Veröffentlichens und Verwaltens von Beiträgen umfasst. Fortgeschrittenen Nutzer stünde dagegen ein erweitertes Interface zur Verfügung, in dem weitere Funktionen ausgewählt werden können, um z.B. das Design des eigenen Weblogs personalisieren zu können. Dadurch würden sich Publikationsroutinen weiter verändern und ausdifferenzieren.

In den Planungen von Knallgrau drückt sich eine Spannung zwischen Einfachheit in der Bedienung und Offenheit für eigene Modifikationen aus, die schon zu Beginn von twoday.net sichtbar war. Ein Erfolgsfaktor der Plattform gegenüber Antville, aber auch gegenüber anderen Stand-Alone-Systemen war, dass sie deutlich weniger Kompetenzen seitens der Nutzer erforderte, um ein eigenes Weblog einzurichten: *„Antville ist ein sehr reduziertes, sehr einfaches tool, wo Du schon html und sowas können mußt, um was anständiges hin zu kriegen. Das heißt, das Niveau ist schon wesentlich höher, weil die die es nicht geschafft haben, sind wieder rausgefallen. Wohingegen wir von Anfang an gesagt haben: Das muss für einen Durchschnittsuser einfach zu bedienen sein, wir wollen dass jeder das machen kann – und damit erweitern wir natürlich das potenzielle Feld der User, aber verengen und beeinflussen gleichzeitig die Art und Weise, die Form, wie es gemacht wird. Das ist eben auch sichtbar.“* (B4)

Das Wachstum der Nutzerzahlen äußert sich aber auch in einer Veränderung der sozialen Netzwerke, die auf twoday.net geknüpft werden. Allgemeine Erkenntnisse der Netzwerkforschung (s.o.) legen nahe, dass die Relationen in einem Netzwerk nicht gleichmäßig verteilt sind, wenn inkrementelles

Wachstum und „preferential attachment“ vorliegen. Vielmehr entstehen in solchen Fällen Cluster von Weblogs, die untereinander relativ eng verbunden sind, aber vergleichsweise wenige oder lockere Beziehungen zu anderen Teilen des Netzwerks besitzen, die noch dazu vorrangig über einige wenige zentrale Knoten verlaufen. In einer Analyse der twoday.net-Nutzerschaft konnte Schuster (2004) eine solche Struktur nachweisen und im Interview auch eine Erklärung für das „preferential attachment“ geben – die Relationen von neu hinzukommenden Weblogs spiegeln zunächst vor allem bereits existierende soziale Beziehungen wider: *„es gibt definitiv so etwas wie Subcommunities. Die sind manchmal größer, manchmal kleiner; manchmal bestehen sie kürzer, manchmal über einen längeren Zeitraum, und es gibt teilweise auch Verbindungen zwischen diesen Subcommunities, aber es ist meistens so: Einer bringt einen anderen zum Bloggen in seinem Freundeskreis, der bringt wieder jemanden mit und der wieder jemanden, die bilden dann schon so eine Subcommunity“* (B4).

Für neu hinzukommende Weblogs wird es mit wachsender Größe der Nutzerschaft immer schwerer, eine zentrale Stellung in der Community zu erreichen, da die Chance auf Aufmerksamkeit (und mittelbar dadurch auch für soziale Beziehungen) immer mehr sinkt. Nur noch in seltenen Fällen gelingt es Nutzern, eine ähnliche hohe Sichtbarkeit zu erlangen, wie sie viele der Autoren aus der Frühphase von twoday.net haben – oft ist das auch gar nicht deren Ziel. Dadurch verändert sich auch das Bild, das twoday.net nach außen abgibt: Die vergleichsweise enge Gemeinschaft der „Geschichtenerzähler“, die die Community in der Anfangsphase nach innen wie außen geprägt haben, löst sich zwar nicht komplett auf (Knallgrau schätzt, dass etwa 80% der Beta-Nutzer weiterhin ihr Weblog auf twoday.net führen), wird aber durch zahlreiche „Micro-Communities“ ergänzt. Dabei handelt es sich um kleinere, thematisch spezialisierten Netzwerke von Weblogs, die nicht auf eine plattformweite Sichtbarkeit angelegt sind, sondern vor allem das eigene soziale Umfeld bedienen: *„Relevanz entsteht durch Nähe, und im Endeffekt sind Katzenbilder von XY absolut nicht relevant, aber wenn der mein Bruder ist und Katzen sind sein wichtigstes Thema, dann ist es für mich relevant. Insofern wird Relevanz über Nähe bestimmt und deshalb nimmt das Bloggen in Zukunft ganz klar die Ausrichtung „Micro-Communities“ mit meiner Familie und meinen fünf besten Freunde, da spielt sich das Thema ab, auch in Zukunft. Die, die bloggen um 10.000 Leser zu haben, das ist die Minderheit, das wird in Zukunft vielleicht 0,5% der Blogger sein – sonst hätten wir nicht viele Blogger.“* (B3)

Angesichts dieser Differenzierung sozialer Netzwerke nach Größe und inhaltlichem Schwerpunkt denkt Knallgrau darüber nach, diejenigen Funktionen zu erweitern, die Formierung und Pflege von sozialen Netzwerken unterstützen. Die Startseite hat zwischenzeitlich sowohl aus Sicht der befragten Autoren wie der Anbieter an Bedeutung verloren. Sie ist nicht mehr die zentrale Anlaufstelle, um sich über Aktualisierungen zu informieren, weil durch die Menge der Weblogs die Einträge auf der Startseite zu schnell durchwechseln und es unwahrscheinlich wird, dass man einzelne Personen

wiedererkennt.<sup>63</sup> Die Bedeutung der Startseite liegt inzwischen eher darin, Ausgangspunkt für „Blogspaziergänge“ zu sein, das heißt quasi zufällig Weblogs aufzurufen und so möglicherweise neue Seiten kennen zu lernen. Ihre Funktion hat sich also vom Erzeugen von Sichtbarkeit in einer überschaubaren Gruppe von Nutzern auf das eher zufällige Lenken von Aufmerksamkeit geändert. Dennoch besteht Bedürfnis von Seiten der Nutzer, über Aktualisierungen in anderen Weblogs benachrichtigt zu werden. Knallgrau plant daher die Integration eines RSS-Feed-Readers, über den andere Twoday-Weblogs und externe Quellen in das eigene Weblog eingebunden werden könnten. Dieses erhielte so den Status eines „Mikroportals“, das die Beziehungen zu anderen Online-Seiten bündelt und übersichtlich darstellt. Letztlich würde twoday.net damit um Funktionen erweitert, die eine Selbstorganisation von Netzwerken erlauben und die Tradition von Weblogs als dezentraler Technologie fortsetzen: *„Weblogs haben viele Potenziale, historisch bestehen sie aus Einzelskripten, die sich in einer extrem heterogenen technischen Welt vernetzen müssen auf simpelste Weise. Das läuft über Blogrolls, RSS, auch Trackbacks. Das heißt, da ist ein irres Potenzial, sich selbst zu organisieren, das muss man einfach ausbauen, es aktivieren, es den Leuten einfacher machen, das zu machen. RSS wird auch irgendwann dieses Abo-System ablösen, das heißt, dass Du nicht nur intern abonnieren und Dich vernetzen kannst, sondern auch extern Deine Interessenslisten hast. (...) Es geht vor allem um die Vernetzung. Nicht einen zentralen Hub zu haben, sondern dieses Potenzial auszunutzen, dass die Leute untereinander sich vernetzen.“* (B1)

---

<sup>63</sup> In Abhängigkeit von Wochentag und Tageszeit kann es passieren, dass ein aktualisierter Beitrag weniger als zehn Minuten auf der Startseite zu sehen ist, bevor er von neueren Beiträgen verdrängt wird.

### 3.3 Fazit

Die Ergebnisse der Fallstudie zu twoday.net, die sich mit den theoretischen Konzepten aus Abschnitt 2 beschreiben lassen, zeigen Form und Konsequenzen von Praktiken des Bloggens sowie die Dynamik des Institutionalisierungsprozesses einer Weblog-Community.

Ihre Nutzer bilden im Lauf der Aneignung des Mediums individuelle Routinen und Selbstverständnisse heraus, wobei sie auf Erfahrungen mit anderen Online-Medien und Vorbilder zurückgreifen können. Unterschiedliche Publikations-, Rezeptions- und Vernetzungsregeln bestimmen das Handeln als Autor oder Leser von Weblogs, wobei insbesondere die Aspekte des Identitätsmanagements (auf Autorenmenseite) und des Informationsmanagements (auf Leserseite) in Form von routinisierten Erwartungen und Erwartungserwartungen stabilisiert sind. Zwei Verwendungsweisen stechen aus den untersuchten Fällen hervor: Das Weblog als persönliches Journal sowie als Mittel für fachliche Information und Austausch. In beiden Fällen schätzen die Befragten an der Kommunikationsumgebung, dass sie weitgehende Kontrolle über die Art der präsentierten Inhalte erlaubt und den Kontakt mit anderen Personen erleichtert.

Weblogbasierte Netzwerke sind nicht auf die Plattform twoday.net beschränkt, sondern reichen darüber hinaus. Die twoday.net-Blogger schaffen hypertextuelle Netzwerke, die Weblogs und andere Online-Quellen einbeziehen, um über aktuelle fachliche oder persönliche Entwicklungen zu berichten. Darauf bauen soziale Netzwerke auf, die über die weblogbasierte Kommunikation hinausgehen und den Beteiligten Sozialkapital zur Verfügung stellen. Dies kann für so unterschiedliche Zwecke wie emotionale Unterstützung in privaten Krisensituationen, professionelles Wissensmanagement oder den Austausch von persönlichen Neuigkeiten mobilisiert werden. Es bildet auch die Grundlage für Autorität und Einfluss innerhalb der Community und kann in Fällen von Regelverletzungen zur Konfliktregulierung eingesetzt werden.

In der Anfangsphase hat das rasche Wachstum von twoday.net die Bildung eines harten Kerns von Nutzern begünstigt, die über längere Zeit das Bild der Community nach außen geprägt haben und dadurch auch neue Nutzer zum Bloggen brachten. Inzwischen scheint ein Punkt erreicht, an dem das weitere Wachstum vor allem zu einer Differenzierung von Subcommunities führt, die nur partielle Sichtbarkeit haben. Die verantwortliche Agentur Knallgrau beobachtet diese Prozesse und plant, auf Veränderungen in der Zusammensetzung der Nutzer mit technischen Modifikationen zu reagieren, um soziale Prozesse zu beeinflussen. Besonderes Augenmerk gilt dabei der Bedienbarkeit für möglichst große Nutzerkreise mit unterschiedlichen Kompetenzen sowie der Unterstützung von Aufbau und Pflege sozialer Netzwerke. Innovationen in soziotechnischen Lösungen sollen das Präsentations- und Informationsmanagement innerhalb von Mikro-Portalen weiter erleichtern und so eine soziotechnische Infrastruktur für onlinegestütztes Networking bieten.



#### 4 Ausblick: Weitere Forschungsfelder

Mit der Formulierung eines kommunikationssoziologischen Analysemodells und der Fallstudie zu twoday.net sind die wesentlichen Ziele des Forschungsprojekts erreicht. Allerdings sind an verschiedenen Stellen dieses Berichts Forschungslücken sichtbar geworden, die im Rahmen eines viermonatigen Projekts nicht geschlossen werden konnten. Es fehlt vor allem noch an zuverlässigen Daten über Ausmaß, Wachstum und Zusammensetzung der Blogosphäre als Ganzes, wenn auch solche Zahlen aufgrund der derzeit noch hohen Diffusionsrate immer nur Momentaufnahmen sein können. Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Form und Konsequenzen von Weblogs befindet sich erst in den Anfängen, kann allerdings auf eine Vielzahl von Erkenntnissen aus den „New Media Studies“ zurückgreifen. Klassische kommunikationswissenschaftliche und soziologische Konzepte wie Norm, Öffentlichkeit oder Netzwerk helfen uns zudem, die Dynamik der Blogosphäre zu erfassen. Auf diesen sozial- und kommunikationstheoretischen Überlegungen aufbauend, bietet das hier entwickelte Analysemodell ein begriffliches Raster, um Spezifika der Weblog-Kommunikation zu identifizieren. Eine solche konzeptionelle Grundlage ist besonders dringlich, weil sich mit der Diffusion von Weblogs auch die Einsatzfelder immer mehr differenzieren. Oberbegriffe wie „Weblog“ oder „Bloggen“ können der Vielfalt von Verwendungsweisen nur noch eingeschränkt gerecht werden. Stattdessen, so meine These, müssen Praktiken des Bloggens miteinander verglichen werden, um Unterschiede und Gemeinsamkeiten im Gebrauch von Weblogs zu identifizieren.

Ein solcher Vergleich kann auf unterschiedlichen Ebenen stattfinden und beispielsweise folgende Formen annehmen:

- Vergleich unterschiedlicher Blogging-Praktiken als solche, beispielsweise beim Einsatz von Weblogs in der persönlichen, der politischen und der Organisationskommunikation;
- Vergleich unterschiedlicher Weblog-Communities, beispielsweise von Plattformen wie LiveJournal und Myblog, untereinander sowie mit nicht Anbieter-gebundenen Netzwerken;
- Vergleich von Blogging-Praktiken im Zeitverlauf, um Dynamik und Dialektik von Stabilisierung und Wandel der Nutzungsweisen sowie der daraus resultierenden Netzwerke in einer Längsschnittstudie sichtbar zu machen;
- Vergleich von Weblog-Praktiken mit anderen Praktiken computervermittelter Kommunikation, beispielsweise des kollaborativen Wissensmanagements in Wikis oder der onlinegestützten Kontaktpflege auf „social networking sites“.

Diese Forschungsfragen erfordern teilweise andere Methoden, um empirisch fundierte Erkenntnisse zu erzielen. Die für die vorliegende Fallstudie verwendeten Methoden der ethnographischen teilnehmenden Beobachtung und des leitfadengestützten Experteninterviews haben sich als hilfreich erwiesen, um sich dem Forschungsfeld anzunähern und von Entwicklern wie Nutzern möglichst

dichte Beschreibungen der Handlungsmuster und Wissensbestände zu erhalten. Für eine weitergehende Analyse erscheinen vor allem folgende Instrumente sinnvoll:

- Eine Inhaltsanalyse von Weblogs und den darauf veröffentlichten Texten kann nähere Aufschlüsse über Formen der online-gestützten Selbstdarstellung und des Identitätsmanagements geben;
- Standardisierte Befragungen von Weblog-Autoren und –Lesern erlauben es, zum Beispiel gesuchte Gratifikationen, Nutzungsroutinen und soziodemographische Merkmale einer Vielzahl von Personen abzufragen und zu aggregieren;
- Netzwerkanalysen bieten sich schließlich an, um die Struktur der sozialen und hypertextuellen Beziehungen zu ermitteln und ihre Veränderung nachzuzeichnen; dabei sind egozentrierte Analyse genauso möglich wie Untersuchungen ganzer Communities.

In der Summe stellen diese Erkenntnisinteressen und korrespondierenden Methoden ein umfangreiches Forschungsprogramm dar, das in möglichst vielen einzelnen Studien mit unterschiedlicher Reichweite und Dauer bearbeitet werden sollte. Ähnlich wie in der Blogosphäre aus einer Vielzahl von einzelnen Beiträgen verteilte Konversationen entstehen, könnten sich die Ergebnisse solcher Projekte ergänzen, den Stand der Weblog-Forschung vorantreiben und damit unser Verständnis dieser neuen Kommunikationsform verbessern.

## 5 Literatur

Diese Arbeit stützt sich in vielen Bereichen auf Quellen, die im Internet verfügbar sind. Bei den Literaturangaben sind die Web-Adressen angegeben, unter denen ich die zitierten Dokumente abgerufen habe. Die Bemerkung „Online verfügbar“ bezieht sich auf Texte, die auch in Printform vorliegen. „Online-Publikation“ verweist darauf, dass es sich um einen Beitrag aus einem Webangebot handelt, das nur im Internet bereitsteht. Einträge in einem [Weblog] sind gesondert gekennzeichnet. Soweit nicht anders angegeben, waren alle Angebote am 28.6.2005 online verfügbar.

- Adar, Eytan/Lada Adamic/Li Zhang/Rajan Lukose (2004): Implicit Structure and the Dynamics of Blogspace. HP Information Dynamics Lab. Online verfügbar: [www.hpl.hp.com/research/idl/papers/blogs/blogspace-draft.pdf](http://www.hpl.hp.com/research/idl/papers/blogs/blogspace-draft.pdf).
- Bampton, Roberta/Christopher J. Cowton (2002): The E-Interview. In: Forum Qualitative Sozialforschung, Jg. 3, Nr. 2 Mai 2002. Online-Publikation: [qualitative-research.net/fqs-texte/2-02/2-02bamptoncowton-e.pdf](http://qualitative-research.net/fqs-texte/2-02/2-02bamptoncowton-e.pdf).
- Barabasi, Albert-Laszlo (2002): Linked. The new science of Networks. Cambridge.
- Baym, Nany K. (2002): Interpersonal Life Online. In: Lievrouw, Leah / Sonia Livingstone (Hrsg.): Handbook of New Media. London. S. 62-76.
- Bentivegna, Sara (2002): Politics and new media. In: Lievrouw, Leah / Sonia Livingstone (Eds.): Handbook of New Media. Social shaping and consequences of ICTs. London. S. 50-61.
- Bijker, Wiebe (1995): Of bicycles, bakelites, and bulbs. Toward a theory of sociotechnical change. Cambridge.
- Bijker, Wiebe/Thomas Hughes/Trevor Pinch (Hrsg.) (1987): The Social Construction of Technological Systems. New Directions in the Sociology and History of Technology. Cambridge, Mass.
- Blood, Rebecca (2000): Weblogs: A History and Perspective. In: Rebecca's Pocket [Weblog]. 7.9.2000. Online-Publikation: [www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html)
- Blood, Rebecca (2002): The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog. Cambridge, MA.
- Blood, Rebecca (2004): How Blogging Software reshapes the Online Community. In: Communications of the ACM, Vol. 47, No. 12, December 2004. S. 53-55.
- Böttger, Magdalena / Martin Röhl (2004): Weblog Publishing as Support for Exploratory Learning on the World Wide Web. Vortrag bei der Konferenz „Cognition and exploratory learning in Digital Age“, 15-17.12.2004, Lissabon, Online verfügbar: [www.roell.net/publikationen/weblogs-exploratory-learning-celda04.pdf](http://www.roell.net/publikationen/weblogs-exploratory-learning-celda04.pdf).
- Bourdieu, Pierre (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Kreckel, Reinhard (Hg.): Soziale Ungleichheiten. Sonderband 2 der Sozialen Welt. Göttingen. S. 183-198.
- Braun, Sebastian (2001): Putnam und Bourdieu und das soziale Kapital in Deutschland. Der rhetorische Kurswert einer sozialwissenschaftlichen Kategorie. In: Leviathan, 3, 2001, S. 337-354.

- Bucher, Hans-Jürgen (2002): Internet und globale Kommunikation. Ansätze eines Strukturwandels der Öffentlichkeit? In: Hepp, Andreas / Martin Löffelholz (Hg.): Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation. Konstanz. S. 500-530.
- Bucher, Hans-Jürgen / Steffen Büffel (2005): Vom Gatekeeper-Journalismus zum Netzwerk-Journalismus. Weblogs als Beispiel journalistischen Wandels unter den Bedingungen globaler Medienkommunikation. In: Blöbaum, Bernd / Armin Scholl (Hg.): Wandel im Journalismus. Wiesbaden. S. 85-121. In Vorbereitung.
- Burg, Thomas N. (Hrsg.) (2004): BlogTalks. Wien.
- Burg, Thomas N. (Hrsg.) (2005): BlogTalks 2.0. Wien.
- Burt, Ronald S. (1992): Structural holes. The social structure of competition. Cambridge, Mass.
- Calvert, Clay (2000): Voyeur Nation. Media, Privacy, and Peering in Modern Culture. Boulder.
- Castells, Manuel (2000): Materials for an exploratory theory of the network society. In: British Journal of Sociology, Vol. 51, Nr. 1, S. 5-24.
- Castells, Manuel (2001): Das Informationszeitalter. Band 1: Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Opladen.
- Charman, Suw (2005): Dark Blogs: The Use of Blogs in Business. Case Study 01 – A European Pharmaceutical Group. Online verfügbar: [www.suw.org.uk/files/Dark\\_Blogs\\_01\\_European\\_Pharmaceutical\\_Group.pdf](http://www.suw.org.uk/files/Dark_Blogs_01_European_Pharmaceutical_Group.pdf).
- Compaine, Benjamin (Hg.) (2001): The digital divide: facing a crisis or creating a myth? Cambridge, Mass.
- Copeland, Henry (2004): Blog reader survey. In: Blogads [Weblog]. 21.5.2004. Online-Publikation: [blogads.com/survey/blog\\_reader\\_survey.html](http://blogads.com/survey/blog_reader_survey.html).
- Cornfield, Michael / Jonathan Carson / Alison Kalis / Emily Simon (2005): Buzz, Blogs, and Beyond. The Internet and the National Discourse in the Fall of 2004. Preliminary Report, Pew Internet & American Life Project and BuzzMetrics. Online verfügbar: [www.pewinternet.org/ppt/BUZZ\\_BLOGS\\_BEYOND\\_Final05-16-05.pdf](http://www.pewinternet.org/ppt/BUZZ_BLOGS_BEYOND_Final05-16-05.pdf).
- Degele, Nina (2000): Informiertes Wissen. Eine Wissenssoziologie der computerisierten Gesellschaft. Frankfurt.
- Degele, Nina (2002): Einführung in die Techniksoziologie. München.
- Donath, Judith / Dana Boyd (2004): Public displays of connection. In: BT Technology Journal, Vol. 22, Nr. 4, October 2004. S. 71-82.
- Donges, Patrick / Otfried Jarren (1999): Politische Öffentlichkeit durch Netzkommunikation? In: Kamps, Klaus (Hg.): Elektronische Demokratie? Perspektiven politischer Partizipation. Opladen/ Wiesbaden. S. 86-108.
- Döring, Nicola (2002): Personal Home Pages on the Web: A Review of Research. In: Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 7, Nr. 3. Online-Publikation: [www.ascusc.org/jcmc/vol7/issue3/doering.html](http://www.ascusc.org/jcmc/vol7/issue3/doering.html).
- Döring, Nicola (2003): Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. 2. Auflage. Göttingen.

- Döring, Nicole (2005): Mobile Weblogs. Vortrag bei der General Online Research 2005. 23. März 2005. Zürich.
- Drezner, Daniel W. / Henry Farell (2004): The Power and Politics of Blogs. Paper presented at the 2004 American Political Science Association. Online verfügbar: [www.danieldrezner.com/research/blogpaperfinal.pdf](http://www.danieldrezner.com/research/blogpaperfinal.pdf).
- Dünne, Jörg (2004): Weblogs: Verdichtung durch Kommentar. In: J. Dünne / D. Scholler / Th. Stöber (Hg.): Internet und digitale Medien in der Romanistik: Theorie - Ästhetik - Praxis, Beiheft 2 von PhiN - Philologie im Netz. S. 35-65. Online verfügbar: [www.fu-berlin.de/phin/beiheft2/b2t04.htm](http://www.fu-berlin.de/phin/beiheft2/b2t04.htm).
- Eck, Klaus (2005): Boeings Blogger reagiert auf Kritik. In: PR Blogger [Weblog]. 12.4.2005. Online-Publikation: [klauseck.typepad.com/prblogger/2005/04/boeings\\_blogger.html](http://klauseck.typepad.com/prblogger/2005/04/boeings_blogger.html).
- Efimova, Lilia (2004): Discovering the iceberg of knowledge work: a weblog case. Proceedings of Fifth European Conference on Organizational Knowledge, Learning and Capabilities (OKLC04), Innsbruck, 2-3 April 2004. Online verfügbar: [www.ofenhandwerk.com/oklc/pdf\\_files/I-2\\_efimova.pdf](http://www.ofenhandwerk.com/oklc/pdf_files/I-2_efimova.pdf).
- Efimova, Lilia / Aldo de Moor (2005): Beyond personal webpublishing: An exploratory study of conversational blogging practices. In: Proceedings of the Thirty-Eighth Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-38), 3-6 January 2005. Online verfügbar: [doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-44480/](http://doc.telin.nl/dscgi/ds.py/Get/File-44480/).
- Elias, Norbert (1939): Über den Prozess der Zivilisation. 2 Bände. Frankfurt.
- Feldman, Martha / Brian Pentland (2003): Reconceptualizing Organizational Routines as a Source of Flexibility and Change. In: Administrative Science Quarterly, Vol. 48, S. 94-118.
- Fiedler, Sebastian (2003): Personal Webpublishing as a reflective conversational tool for self-organized learning. In: Burg, Thomas N. (Hrsg.): BlogTalks. Wien. S. 197-216.
- Flick, Uwe (1999): Qualitative Forschung. Theorie, Methoden, Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften. Reinbek bei Hamburg.
- Giddens, Anthony (1988): Die Konstitution der Gesellschaft. Frankfurt/New York.
- Gill, Kathy E. (2004): How can we measure the influence of the Blogosphere? Paper presented at the WWW2004 conference, New York, 17-22.5.2004. Online verfügbar: [faculty.washington.edu/kegill/pub/www2004\\_blogosphere\\_gill.pdf](http://faculty.washington.edu/kegill/pub/www2004_blogosphere_gill.pdf).
- Glock, Friedrich (2003): Design Tools and Framing Practices. In: Computer Supported Cooperative Work, Nr. 12, 2003. S. 221-239.
- Granovetter, Mark (1973): The strength of weak ties. In: American Journal of Sociology, Vol. 78, S. 1360-1380.
- Grassmuck, Volker (2004): Freie Software. Zwischen Privat- und Gemeineigentum. 2. Auflage. Bonn. Online verfügbar: [freie-software.bpb.de/](http://freie-software.bpb.de/).
- Gumbrecht, Michelle (2004): Blogs as „Protected Space“. Vortrag bei der World Wide Web Conference, 17-22.4.2004, New York. Online verfügbar: [www.blogpulse.com/papers/www2004gumbrecht.pdf](http://www.blogpulse.com/papers/www2004gumbrecht.pdf).

- Gurak, Laura / Smiljana Antonijevic / Laurie Johnson / Clancy Ratliff / Jessica Reyman (Hg.) (2004): Into the Blogosphere. Rhetoric, Community, and Culture of Weblogs. Online-Publikation: [blog.lib.umn.edu/blogosphere/](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/).
- Habermas, Jürgen (1968): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Neuwied.
- Hagel, John III / Arthur G. Armstrong (1997): Net Gain – Profit im Netz. Märkte erobern mit virtuellen Gemeinschaften. Wiesbaden.
- Hasse, Raimund / Josef Wehner (1997): Vernetzte Kommunikation. Zum Wandel strukturierter Öffentlichkeit. In: Becker, Barbara / Michael Paetau (Hg.): Virtualisierung des Sozialen. Die Informationsgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung. Frankfurt. S. 53-80.
- Heintz, Bettina (2004): Emergenz und Reduktion. Neue Perspektiven auf das Mikro-Makro-Problem. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Jg. 56, Nr. 1. S. 1-31.
- Hepp, Andreas (2004): Netzwerke der Medien. Medienkulturen und Globalisierung. Wiesbaden.
- Herring, Susan/Lois Scheidt/Sabrina Bonus/Elijah Wright (2004): Bridging the Gap. A genre analysis of Weblogs. Paper presented at the 37th Hawaii International Conference on System Sciences. Online verfügbar: [www.ics.uci.edu/~jpd/classes/ics234cw04/herring.pdf](http://www.ics.uci.edu/~jpd/classes/ics234cw04/herring.pdf).
- Hienzsch, Ulrich/Elizabeth Prommer (2004): Die Dean-Netroots - Die Organisation von interpersonaler Kommunikation durch das Web. In: Hasebrink, Uwe/Lothar Mikos/Elizabeth Prommer (Hg.): Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen. München. S. 147-172.
- Hiler, John (2002a): Google Loves Blogs. How Weblogs influence a Billion Google Searches a week. In: Microcontent News [Weblog]. 26.2.2002. Online-Publikation: [www.microcontentnews.com/articles/googleblogs.htm](http://www.microcontentnews.com/articles/googleblogs.htm).
- Hiler, John (2002b): Google Time Bomb. Will Weblogs blow up the world's favorite search engine? In: Microcontent News [Weblog]. 3.3.2002. Online-Publikation: [www.microcontentnews.com/articles/googlebombs.htm](http://www.microcontentnews.com/articles/googlebombs.htm).
- Hitzler, Roland / Anne Honer / Christoph Maeder (Hg.) (1994): Expertenwissen - Die institutionalisierte Kompetenz zur Konstruktion der Wirklichkeit. Opladen.
- Höflich, Joachim (1996): Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen organisatorischer Medienverwendung, Konstitution „elektronischer Gemeinschaften“. Opladen.
- Höflich, Joachim (2003): Mensch, Computer und Kommunikation: Theoretische Verortungen und empirische Befunde. Frankfurt a.M.
- Huffaker, David A. / Sandra L. Calvert (2005): Gender, Identity, and Language Use in Teenage Blogs. In: Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 10, Nr. 2. Online-Publikation: [jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html](http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html).
- Imhof, Kurt (2003): Öffentlichkeitstheorien. In: Bentele, Günter / Hans-Bernd Brosius / Ottfried Jarren (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Wiesbaden. S. 193-209.
- Ito, Joichi (2004): Weblogs und Demokratieentwicklung. Tokio. Online-Publikation: [joi.ito.com/static/emergent\\_democracy\\_de.pdf](http://joi.ito.com/static/emergent_democracy_de.pdf).

- Jankowski, Nicholas W. (2002): Creating Community with Media: History, Theories and Scientific Investigations. In: Lievrouw, Leah; Livingstone, Sonia (Hrsg.) (2002): Handbook of New Media. London. S. 34-49.
- Kahn, Richard / Douglas Kellner (2004): New media and internet activism: from the „Battle of Seattle“ to blogging. In: New Media & Society, Vol. 6, Nr. 1. S. 87-95.
- Kilchmann, Esther (2004): „Ich bin nur ein fiktionaler Charakter, hey?“. Frankfurter Allgemeine Zeitung, 16.07.2004, Nr. 163, S. 40.
- Kottke, Jason (2003): Weblogs and Power Laws. In: Kottke.org [Weblog]. 9. Februar 2003. Online-Publikation: [www.kottke.org/03/02/weblogs-and-power-laws](http://www.kottke.org/03/02/weblogs-and-power-laws).
- Kozlov, Slava (2004): Achieving Privacy in Hyper-Blogging Communities: Privacy Management for Ambient Intelligence. Vortrag beim Workshop „WHOLEs. A Multiple View of Individual Privacy in a Networked World.“ 30-31.01.2004. Stockholm. Online verfügbar: [www.sics.se/privacy/wholes2004/papers/kozlov.pdf](http://www.sics.se/privacy/wholes2004/papers/kozlov.pdf).
- Kumar, Ravi/Jasmine Novak/Prabhakar Raghavan/Andrew Tomkins (2004): Structure and evolution of Blogspace. In: Communications of the ACM, Vol. 47, No. 12, December 2004. S. 35-39.
- Lievrouw, Leah (2002): Determination and Contingency in New Media Development: Diffusion of Innovations and Social Shaping of Technology Perspectives. In: Lievrouw, Leah / Sonia Livingstone (Hrsg.): Handbook of New Media. London. S. 183-199.
- Lievrouw, Leah A. / Sonia Livingstone (2002): The social shaping and consequences of ICTs. In: Dies. (Ed.): Handbook of new media. Social shaping and consequences of ICTs. London. S. 1-15.
- Lübcke, Maren / Rasco Perschke (2004a): Actors Invisibility: About the Necessity to Re-Think Internet Research. Vortrag bei der „RC33 Sixth International Conference on Social Science Methodology“, 16-20.8.2004. Amsterdam.
- Lübcke, Maren/Rasco Perschke (2004b): Communication Networks: Developing a new framework for describing and analysing online-communication. Vortrag bei der „RC33 Sixth International Conference on Social Science Methodology“, 16-20.8.2004. Amsterdam.
- Machilek, Franz / Astrid Schütz / Bernd Marcus (2004): Selbstdarsteller oder Menschen wie du und ich? Intentionen und Persönlichkeitsmerkmale von Homepagebesitzer/innen/n. In: Zeitschrift für Medienpsychologie, Jg. 16, Nr. 3, S. 88-98.
- Machill, Marcel/Christoph Neuberger/Wolfgang Schweiger/Werner Wirth (2003): Wegweiser im Netz: Qualität und Nutzung von Suchmaschinen. In: Machill, Marcel/Carsten Welp (Hrsg.): Wegweiser im Netz. Qualität und Nutzung von Suchmaschinen. Gütersloh. S. 13-490.
- Malsch, Thomas / Christoph Schlieder (2002): Communication without Agents? From Agent-Oriented to Communication-Oriented Modeling. In: Lindemann, Gabriela / Daniel Moldt / Mario Paolucci (Hg.): Regulated Agent-Based Social Systems: First International Workshop, RASTA 2002. Berlin/Heidelberg. S. 113-133.
- Mansell, Robin / Roger Silverstone (Hrsg.) (1996): Communication by Design. The politics of information and communication technologies. Oxford.

- Marr, Mirko (2004): Wer hat Angst vor der digitalen Spaltung? Zur Haltbarkeit des Bedrohungsszenarios. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, Jg. 52, Nr. 1, 2004. S. 76-94.
- Matheson, Donald (2004): Weblogs and the epistemology of the news: some trends in online journalism. In: New Media & Society, Vol. 6, Nr. 4, S. 443-468.
- Matzat, Uwe (2003): Cooperation and Community on the Internet. Past Issues and Present Perspectives for theoretical-empirical research. In: Analyse & Kritik, Vol. 26, Nr. 1. S. 63-90. Online verfügbar: [www.tue-tm-soc.nl/users/matzat/matzat-2004-analyse-kritik.pdf](http://www.tue-tm-soc.nl/users/matzat/matzat-2004-analyse-kritik.pdf).
- Mayer-Uellner, Robert (2003): Das Schweigen der Lurker. Politische Partizipation und soziale Kontrolle in Online-Diskussionsforen. München.
- Meuser, M./Nagel, U. (1991): ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Garz, D./Kraimer, K. (Hg.): Qualitativ-empirische Sozialforschung. S. 441-468. Opladen.
- Meuser, Michael / Ulrike Nagel (1994): Expertenwissen und Experteninterview. In: Hitzler, Roland / Anne Honer / Christoph Maeder (Hg.): Expertenwissen. Opladen. S. 180-192.
- Miller, Carolyn. R. / Dawn Sheperd (2004): Blogging as social action: A genre analysis of the Weblog. In: Gurak, Laura/Smiljana Antonijevic/Laurie Johnson/Clancy Ratliff/Jessica Reyman (Hrsg.): Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs. Online-Publikation: [blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging\\_as\\_social\\_action\\_a\\_genre\\_analysis\\_of\\_the\\_weblog.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action_a_genre_analysis_of_the_weblog.html)
- Möller, Erik (2005): Die heimliche Medienrevolution. Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern. Hannover.
- Morner, Michèle (2003): The emergence of open-source software projects: How to stabilize self-organizing processes in emergent systems. In: Hernes, Tore/Tor Bakke (Hrsg.): Autopoietic organizational theory: Drawing on Niklas Luhmann's social systems perspective. Oslo. S. 259-271.
- Mortensen, Torill/Jill Walker (2002): Blogging thoughts: personal publication as an online research tool. In: Morrison, Andrew (Hg.): Researching ICTs in context. Intermedia Report 3/2002, University of Oslo. Oslo. S. 249-279. Online verfügbar: [www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching\\_ICTs\\_in\\_context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf](http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching_ICTs_in_context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf).
- N24 (2005): US-Armee erlaubt Soldaten-Weblogs. Meldung vom 14.6.2005. Online verfügbar: [www.n24.de/wirtschaft/multimedia/index.php/n2005061415211700002](http://www.n24.de/wirtschaft/multimedia/index.php/n2005061415211700002).
- Nardi, Bonnie A. / Diane J. Schiano / Michelle Gumbrecht / Luke Swartz (2004): Why we Blog. In: Communications of the ACM, Vol. 47, No. 12, December 2004. S. 41-46.
- Neuberger, Christoph (2005): Formate der aktuellen Internetöffentlichkeit. Über das Verhältnis von Weblogs, Peer-to-Peer-Angeboten und Portalen zum Journalismus. In: Medien und Kommunikationswissenschaft. 53. Jg., Nr. 1. S. 73-92.
- NTIA (1998): Falling through the Net II. New data on the Digital Divide. Washington DC. Online verfügbar: [www.ntia.doc.gov/ntiahome/net2/falling.html](http://www.ntia.doc.gov/ntiahome/net2/falling.html).



- Ó Baoill, Andrew (2004): Weblogs and the Public Sphere. In: Gurak, Laura/Smiljana Antonijevic/Laurie Johnson/Clancy Ratliff/Jessica Reyman (Hrsg.): Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs. Online-Publikation: [blog.lib.umn.edu/blogosphere/weblogs\\_and\\_the\\_public\\_sphere.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/weblogs_and_the_public_sphere.html)
- Olbertz, Dirk (2004): Das Blog-Buch. Weblogs für Einsteiger und Profis. München.
- Ostleitner, Alexander/Michael Schuster (Hrsg.) (2004): Readme.txt. Twoday.net 2003-2004. Norderstedt.
- Paquet, Sébastien (2002): Personal knowledge publishing and its uses in research. In: Seb's Open Research. [Weblog]. 3. Oktober 2002. Online-Publikation: [radio.weblogs.com/0110772/stories/2002/10/03/personalKnowledgePublishingAndItsUsesInResearch.html](http://radio.weblogs.com/0110772/stories/2002/10/03/personalKnowledgePublishingAndItsUsesInResearch.html)
- Parker (2005): Frontline Blogging. In: This is rumour control [Weblog]. 20. April 2005. Online-Publikation: [www.thisisrumorcontrol.org/node/2079](http://www.thisisrumorcontrol.org/node/2079).
- Pax, Salam (2003): The clandestine diary of an ordinary Iraqi. New York.
- Perseus (2003): The Blogging Iceberg. Online-Publikation: [www.perseus.com/blogsurvey/iceberg.html](http://www.perseus.com/blogsurvey/iceberg.html)
- Perseus (2005): The Blogging Geyser. Online-Publikation: [www.perseus.com/blogsurvey/geyser.html](http://www.perseus.com/blogsurvey/geyser.html)
- Picot, Arnold / Tim Fischer (Hg.) (2005): Social Software – Der Einsatz von Wikis, Weblogs und RSS im unternehmerischen Umfeld. Hannover. Im Druck.
- Poor, Nathaniel (2005): Mechanisms of an Online Public Sphere: The Website Slashdot. In: Journal of Computer-Mediated Communication, 10 (2), article 4. Online-Publikation: [jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/kvasny.html](http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/kvasny.html)
- Postmes, Tom / Russell Spears / Martin Lea (2000): The Formation of Group Norms in Computer-Mediated Communication. In: Human Communication Research, Vol. 26, No. 3, July 2000. S. 341-371.
- Putnam, Robert (2000): Bowling Alone. The collapse and revival of American community. New York.
- Quintas, Paul (1996): Software by design. In: Mansell, Robin / Roger Silverstone (Eds.): Communication by Design. The politics of information and communication technologies. Oxford. S. 75-102.
- Rainie, Lee (2005): The state of blogging. Pew Internet & American Life Project Data Memo. Januar 2005. Online verfügbar: [www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_blogging\\_data.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_blogging_data.pdf).
- Rammert, Werner (1993): Technik aus soziologischer Perspektive. Forschungsstand – Theorieansätze – Fallbeispiele. Ein Überblick. Opladen.
- Raymond, Eric (1999): The Cathedral & the Bazaar. Musings on Linux and Open Source by an accidental revolutionary. New York.
- Reckwitz, Andreas (1997): Struktur. Zur sozialwissenschaftlichen Analyse von Regeln und Regelmäßigkeiten. Opladen.
- Reckwitz, Andreas (2003): Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken: Eine sozialtheoretische Perspektive. In: Zeitschrift für Soziologie, Jg. 32, Nr. 4, S. 282-301.
- Rheingold, Howard (1994): Virtuelle Gemeinschaft. Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers. Bonn.
- Richard Münch / Jan Schmidt (2005): Medien und sozialer Wandel. In: Jäckel, Michael (Hrsg.): Lehrbuch der Mediensoziologie. Opladen. In Vorbereitung.
- Rogers, Everett M. (1983): Diffusion of Innovation. New York.

- Rucht, Dieter (2004): The quadruple ‚A‘. Media strategies of protest movements since the 1960s. In: van de Donk, Wim / Brian D. Loader / Paul G. Nixon / Dieter Rucht (Hrsg.): Cyberprotest. New Media, Citizen and Social Movements. London/New York. S. 29-56.
- Schmidt, Jan (2004): Rezension von „Höflich, Joachim R. (2003): Mensch, Computer, Kommunikation. Theoretische Verortungen und empirische Befunde.“ In: Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, Jg. 5, Nr. 2. Online-Publikation: [www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-04/2-04review-schmidt-d.htm](http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-04/2-04review-schmidt-d.htm).
- Schmidt, Jan (2005): Der virtuelle lokale Raum. Zur Institutionalisierung lokalbezogener Online-Nutzungsepisoden. München.
- Schönberger, Klaus (2005): Persistente und rekombinante Handlungs- und Kommunikationsmuster in der Weblog-Nutzung. Mediennutzung und soziokultureller Wandel. In: Schütz, Astrid / Stephan Habscheid / Werner Holly / Josef Krems / Günther G. Voß (Hrsg.): Neue Medien im Alltag. Befunde aus den Bereichen: Arbeit, Leben und Freizeit. Göttingen. In Vorbereitung.
- Schulze, Gerhard (1992): Die Erlebnisgesellschaft. Frankfurt/New York.
- Schuster, Michael (2004): Applying Social Network Analysis to a small Weblog Community: Hubs, Power Laws, the Ego Effect and the Evolution of Social Networks. Vortrag bei der „Blogtalk 2.0“-Konferenz, Wien. 5-6.7.2004. Online verfügbar: [www.knallgrau.at/blogtalk/files/twoday.net\\_network.pdf](http://www.knallgrau.at/blogtalk/files/twoday.net_network.pdf).
- Scott, Esther (2004): „Big Media“ meets the „Bloggers“: Coverage of Trent Lott's Remarks at Strom Thurmond's Birthday Party. Kennedy School of Government Case Study C14-04-1731.0. Online verfügbar: [www.ksg.harvard.edu/presspol/Research\\_Publications/Case\\_Studies/1731\\_0.pdf](http://www.ksg.harvard.edu/presspol/Research_Publications/Case_Studies/1731_0.pdf).
- Shirky, Clay (2003): Power Laws, Weblogs, and Inequality. Online-Veröffentlichung: [www.shirky.com/writings/powerlaw\\_weblog.html](http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html).
- Simmel, Georg (1895/1995): Zur Psychologie der Mode. Soziologische Studie. In: Dahme, Heinz-Jürgen/Ottheim Rammstedt (Hrsg.): Georg Simmel – Schriften zur Soziologie. Eine Auswahl. Frankfurt. S. 131-139.
- Singer, Jane B. (2005): The political j blogger. ‚Normalizing‘ a new media form to fit old norms and practices. In: Journalism, Vol. 6, Nr. 2. S. 173-198.
- Solove, Daniel J. (2004): The Digital Person: Technology and Privacy in the Information Age. New York.
- Stafford, Laura / Susan Kline / John Dimmick (1999): Home e-mail: relational maintenance and gratification opportunities. In: Journal of broadcasting & electronic media, Vol. 43, Nr. 4, S. 659-669.
- Stegbauer, Christian (2001): Grenzen virtueller Gemeinschaft. Strukturen internetbasierter Kommunikationsforen. Wiesbaden.
- Stöber, Rudolf (2003): Mediengeschichte. Die Evolution „neuer“ Medien von Gutenberg bis Gates. Eine Einführung. Zwei Bände. Wiesbaden.
- Strauss, Anselm / Juliet Corbin (1990): Grounded Theory. Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Weinheim.
- Sullivan, Andrew (2002): The Blogging Revolution. Weblogs Are To Words What Napster Was To Music. In: Wired, Jg. 10, Nr. 5. Online verfügbar: [www.wired.com/wired/archive/10.05/mustread.html?pg=2](http://www.wired.com/wired/archive/10.05/mustread.html?pg=2).

- Sunstein, Cass (2004): Democracy and Filtering. In: Communications of the ACM, December 2004, Vol. 47, No. 12. S. 57-59.
- The Economist (2005): Chief humanising officer. 10.2.2005. Online verfügbar: [www.economist.com/people/displaystory.cfm?story\\_id=3644293](http://www.economist.com/people/displaystory.cfm?story_id=3644293).
- TNS Infratest (2005): (N)Onliner Atlas 2005 - Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland. Hamburg.
- Tricas, Fernando/Victor Ruiz/Juan Merelo (2003): Do we live in a small world? Measuring the spanish-speaking blogosphere. Online verfügbar: [www.blogalia.com/pdf/20030506blogtalk.pdf](http://www.blogalia.com/pdf/20030506blogtalk.pdf).
- Turkle, Sherry (1998): Leben im Netz. Identität im Zeitalter des Internet. Reinbek bei Hamburg.
- van Eimeren, Birgit/Heinz Gerhard/Beate Frees (2004): Internetverbreitung in Deutschland: Potenzial vorerst ausgeschöpft? ARD/ZDF-Online-Studie 2004. In: Media-Perspektiven, 8/2004, S. 250-270.
- Venolia, Gina (o.J.): A Matter of Life or Death: Modeling Blog Mortality. Unveröffentlichter Forschungsbericht. Redmond. Online verfügbar: [research.microsoft.com/~ginav/ljmodeling.pdf](http://research.microsoft.com/~ginav/ljmodeling.pdf).
- Wackà, Frederick (2005): Policies compared: Today's corporate blogging rules. In: CorporateBloggingBlog [Weblog]. 6.6.2005. Online-Publikation: [www.corporateblogging.info/2005/06/policies-compared-todays-corporate.asp](http://www.corporateblogging.info/2005/06/policies-compared-todays-corporate.asp).
- Wall, Melissa (2005): ‚Blogs of War‘. Weblogs as news. In: Journalism. Vol. 6, Nr. 2, S. 153-172.
- Wei, Carolyn (2004): Formation of Norms in a Blog Community. In: Gurak, Laura/Smiljana Antonijevic/Laurie Johnson/Clancy Ratliff/Jessica Reyman (Hrsg.): Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs. Online-Publikation: [blog.lib.umn.edu/blogosphere/formation\\_of\\_norms.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/formation_of_norms.html)
- Welker, Martin (2005): Zwischen Idealismus und Kalkül: was deutsche Journalisten mit Blogs anfangen. Vortrag bei der „General Online Research 2005“-Konferenz, 22.-23.3.2005, Zürich.
- Wellman, Barry (1999) (Hg.): Networks in the global village. Life in contemporary communities. Boulder.
- Wellman, Barry (2001): Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking. In: International Journal of Urban and Regional Research, Vol. 25, No. 2, June 2001, S. 227-252.
- Wellman, Barry / Keith Hampton (1999): Living Networked On and Offline. In: Contemporary Sociology, Vol. 28, No. 6, November 1999, S. 648-654.
- Westner, Michael (2004): Weblog service providing: Identification of functional requirements and evaluation of existing weblog services in German and English languages. Master Dissertation, UNITEC Institute of Technology, Auckland, Neuseeland. Online verfügbar: [westner.levrang.de/cms/upload/pdf/master-dissertation-weblog-blog-blogg-weblogs-blogs.pdf](http://westner.levrang.de/cms/upload/pdf/master-dissertation-weblog-blog-blogg-weblogs-blogs.pdf).
- Wijnia, Elmine (2004): Understanding Weblogs: a communicative perspective. In: Burg, Thomas (Hg.): BlogTalks 2.0: The European Conference on Weblogs. S. 38-82. Online verfügbar: [elmine.wijnia.com/weblog/archives/wijnia\\_understandingweblogs.pdf](http://elmine.wijnia.com/weblog/archives/wijnia_understandingweblogs.pdf).
- Winston, Brian (1998): Media, Technology and Society. A History: From the Telegraph to the Internet. London/New York.

- Wolf, Anneke (2002): Diaristen im Internet. Vom schriftlichen Umgang mit Teilöffentlichkeiten. In: *Kommunikation@Gesellschaft*, Jg. 3, Beitrag 6. Online-Publikation: [www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B6\\_2002\\_Wolf.PDF](http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B6_2002_Wolf.PDF).
- Wresch, William (1996): *Disconnected: Haves and Have-Nots in the Information Age*. New Brunswick.
- Wu, Fang / Bernardo A. Huberman (2004): *Social Structure and Opinion Formation*. Research Paper der HP Labs. Palo Alto. Online verfügbar: [www.hpl.hp.com/research/idl/papers/opinions/opinions.pdf](http://www.hpl.hp.com/research/idl/papers/opinions/opinions.pdf).
- Zerfaß, Ansgar (2005): *Weblogs als Meinungsmacher: Neue Spielregeln für die Unternehmenskommunikation*. In: Bentele, Günter/Manfred Piwinger/Gregor Schönborn (Hg.): *Kommunikationsmanagement. Strategien, Wissen, Lösungen (Loseblattwerk)*. Neuwied.
- Zerfaß, Ansgar / Swaran Sandhu (2005): *CEO-Blogs: Personalisierung der Online-Kommunikation als Herausforderung für die Unternehmensführung*. In: Picot, Arnold / Tim Fischer (Hrsg.): *Social Software. Der Einsatz von Wikis, Weblogs und RSS im unternehmerischen Umfeld*. Hannover. Im Druck.

## Anhang 1: Dokumentation Gesprächsleitfaden Autoren

- „Weblog-Biographie“
  - Wie bist Du zum Bloggen und zu Twoday.net gekommen?
  - Wie verstehst Du Dein Bloggen?
- Publikationsroutinen
  - Wie bloggst Du?
  - Wie verfasst Du typischerweise ein Blogposting?
  - Ist twoday.net immer offen?
  - Wie schreibst Du Beiträge, eher spontan oder wie sonst?
  - Haben sich Deine Routinen im Kommentieren mit der wachsenden Anzahl von Besuchern verändert?
- Rezeptionsroutinen
  - Wieviele Weblogs liest Du?
  - Hast Du RSS-feeds abonniert?
  - Wie entscheidest Du, welche Weblogs Du liest?
  - Liest Du alles auf allen Weblogs?
  - Liest Du Weblogs ausserhalb twoday.net?
  - Verlinkst Du zu „externen Weblogs“?
- Soziale Netzwerke
  - Wieviele Blogger kennst Du persönlich?
  - Hast Du jemanden über das Blog erst kennengelernt?
  - Hast Du andere Leute oder Kollegen zum Bloggen gebracht?
  - Sind durch das Bloggen Freundschaften entstanden?

## Anhang 2: Dokumentation Gesprächsleitfaden Knallgrau

### **Gesprächsleitfaden Michael Schuster (20.1.2005) und Dieter Rappold (24.1.2005)**

- Entwicklung von twoday.net
- Eigene Aufgabe?
- Mitbewerber und eigene Stellung im Markt
- Finanzierungsmodell
- Praktiken
  - Wofür wird es genutzt?
  - Regelmäßige Aspekte
  - Nutzungsvereinbarungen
- Einschätzung der Routinisierung auf Seiten der Nutzer
- Community-Aspekte
  - Maßnahmen des Community building?
  - Verhältnis Building vs. Emergenz?
  - Subcommunities?

### **Gesprächsleitfaden Michael Platzer (28.1.2005), Matthias Platzer (02.02.2005)**

- Entwicklung von twoday.net, eigene Rolle
- Verhältnis zu antville: Lizenz-Modell, Spannungen wg. kommerzieller Nutzung?
- Technische Basis
- Wer ist für technischen Support bzw. Weiterentwicklung zuständig?
- Technische Features vs. soziale Übereinkünfte (AGB, Normen)
  - eigener Einschätzung nach: spezielle Features für Community-Building bzw. Vernetzung?
  - Warum kein Trackback etc?
- Einschätzung der technischen Expertise auf Seiten der Nutzer?