

## Weblogs - Diffusion und Einsatzfelder eines neuen kommunikativen Genres



Vortrag an der JKU Linz, 27.7.2005

## Worüber ich heute spreche

#2 von 26

Vielfalt von Weblogs

Analyse-  
rahmen

Fallstudie  
Twoday.net

Ausblick

1. Weblogs - ein Format, viele Einsatzfelder
2. Praktiken des Bloggens - eine kommunikationssoziologische Perspektive
3. Weblog-Praktiken bei [www.twoday.net](http://www.twoday.net)
4. Ausblick auf zukünftige Forschung

## Vielfältige Weblogs

#3 von 26

Vielfalt von Weblogs

Analyse-  
rahmen

Fallstudie  
Twoday.net

Ausblick



## Merkmale von Weblogs

#4 von 26

Vielfalt von Weblogs

Analyse-  
rahmen

Fallstudie  
Twoday.net

Ausblick

- Weblogs verbinden Merkmale von (persönlichen) Homepages und von Diskussionsforen
  - 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 entsteht ein Netzwerk von „verteilten Konversationen“ - die „Blogosphäre“
- Aber: innerhalb des Formats „Weblog“ gibt es große Unterschiede in Software, Reichweite und Stil

## Unterschiedliche Software

#5 von 26

Vielfalt von Weblogs

Analyse-  
rahmen

Fallstudie  
Twoday.net

Ausblick

- Zahlreiche Software-Systeme bieten unterschiedliche Funktionen zum Content Management und der Pflege von sozialen Netzwerken
- *Weblog-Skripten*: stand-alone software auf eigenem Server
  - Erfordert fortgeschrittene Kompetenzen und Serverplatz, bietet volle Kontrolle über Inhalte und Design
  - Z.B. MovableType, Wordpress, Serenpidity
- *Weblog-Plattformen*: von externen Dienstleistern
  - Einsteigerfreundlich, aber weniger Kontrolle über Daten und Design
  - Z.B. LiveJournal.com, blogg.de, twoday.net



## Unterschiedliche Reichweite

#6 von 26

Vielfalt von Weblogs

Analyse-  
rahmen

Fallstudie  
Twoday.net

Ausblick

- Weblogs erreichen unterschiedliche große Publika
  - Einige der leserstärksten Weblogs ähneln massenmedialen Publikationen, doch Mehrheit erreicht nur wenige Leser
  - Indikator: Rangfolge von Weblogs nach ‚incoming links‘ folgt Potenzgesetz (power law)
- Die hohe interne Vernetzung der Blogosphäre fördert die Sichtbarkeit von sich epidemisch verbreitenden Themen und Informationen sowie den PageRank von Weblogs bei Google
- verteilte Konversationen in Weblog-Netzwerken konstituieren Teilöffentlichkeiten

## Unterschiedliche Genres

#7 von 26

Vielfalt von Weblogs

Analyse-  
rahmen

Fallstudie  
Twoday.net

Ausblick

- Im Verlauf der Diffusion und Institutionalisierung von Weblogs sind unterschiedliche Formate oder „Sub-Genres“ entstanden, z.B. Weblogs als...
  - ... private Tagebücher (Alltagsleben, Reisen, ...)
  - ... thematisch spezialisierte Experten-Publikationen (IT, Wissenschaft, Recht, Medien, ...)
  - ... Medium der Organisationskommunikation (intern wie extern)
  - ... Medium der politischen Kommunikation (Politiker, Parteien, Journalisten, ...)
- ➔ **Gemeinsames Leitbild: persönliche Authentizität**
- These: Die Unterschiede in der technologischen Basis, der Reichweite und im Format deuten auf unterschiedliche „Praktiken des Bloggens“ hin

## Praktiken des Bloggens

#8 von 26

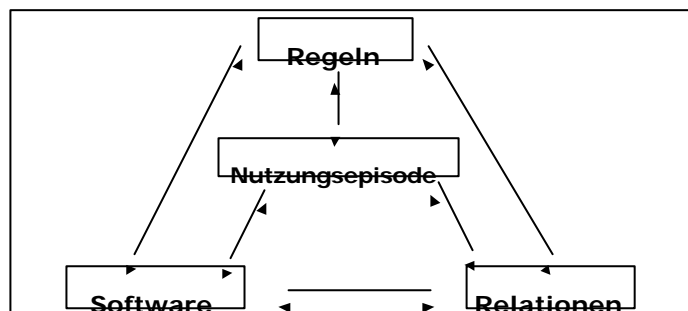
Vielfalt von Weblogs

Analyse-  
rahmen

Fallstudie  
Twoday.net

Ausblick

- Was verstehe ich unter „Praktiken des Bloggens“?
  - Handlungssequenzen, in denen sich Nutzer bestimmter Software bedienen, um kommunikative Ziele (die Publikation oder Rezeption von Texten) zu erreichen
  - korrespondierende Regeln und Relationen rahmen das Handeln und werden von diesem (re)produziert



## Praktiken des Bloggens: Regeln I

#9 von 26

Vielfalt von  
Weblogs

Analyse-  
rahmen

Fallstudie  
Twoday.net

Ausblick

- Regeln sind Handlungsschemata, die situations-spezifisch bestimmte Aktionen und Erwartungen nahelegen
  - *Adäquanzregeln* bestimmen die Medienwahl - für welche kommunikativen Zwecke ist ein Weblog geeignet?
  - *Prozedurale Regeln* bestimmen dem Umgang mit dem Format - was muss ich tun, um meine gesuchten Gratifikationen zu erfüllen?
  - Haben kognitive und präskriptive Komponente
  - Für Autoren und Leser von Weblogs existieren rollenspezifische Regelsets

## Praktiken des Bloggens: Regeln II

#10 von 26

Vielfalt von  
Weblogs

Analyse-  
rahmen

Fallstudie  
Twoday.net

Ausblick

- Verschiedene Typen prozeduraler Regeln
  - *Rezeptionsregeln*: Welche Inhalte werden rezipiert, wann wird kommentiert? ➔ Informationsmanagement
  - *Publikationsregeln*: Welche Themen werden wie aufbereitet? ➔ Identitätsmanagement
  - *Vernetzungsregeln*: Wann wird in welcher Form auf welche anderen Inhalte verlinkt? ➔ Networking
- Unterschiedlicher Grad der Explizitheit und Sanktionierung
  - *Informelle Regeln* innerhalb von Verwendungsgemeinschaften (=Netiquette des Bloggens)
  - *Formalisierte Normen*, z.B. AGB oder rechtliche Impressumspflicht
  - Sonderstellung des *Software-Codes* (s.u.)



## Praktiken des Bloggens: Relationen II

# 13 von 26

Vielfalt von  
Weblogs

Analyse-  
rahmen

Fallstudie  
Twoday.net

Ausblick

- Spezifika blogbasierter Öffentlichkeiten
  - Zugangsbarrieren sind geringer als bei anderen Medien, redaktionelle Gatekeeper werden umgangen  
➔ „participatory journalism“
  - Prozesse des Agenda-Setting durch wechselseitige Beobachtung von Weblogs und Massenmedien
    - Weblogs kommentieren Berichte aus Massenmedien
    - Reichweitenstarke Weblogs werden zu „focal points“, die themenspezifisch Informationen bündeln und für Journalisten verfügbar machen
- Herausforderungen
  - Individuelle Strategien nötig, um mit informationeller Überlastung umzugehen
  - Mögliche Fragmentierung gesellschaftlicher Öffentlichkeit / „Cyberbalkanization“

## Cyberbalkanization?

# 14 von 26

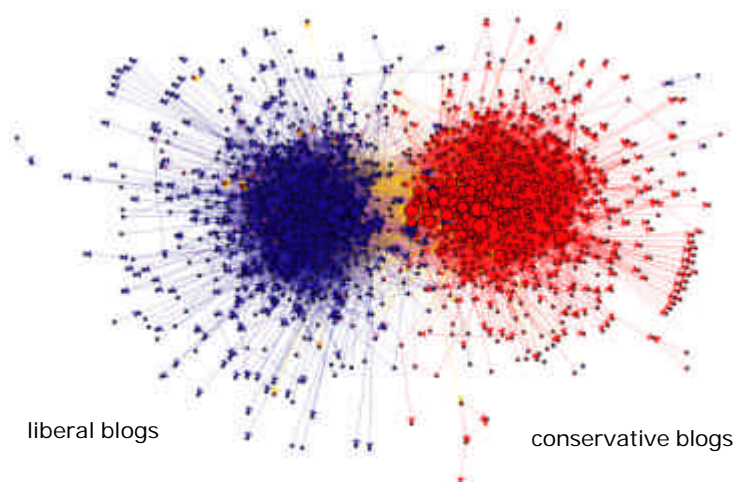
Vielfalt von  
Weblogs

Analyse-  
rahmen

Fallstudie  
Twoday.net

Ausblick

Abb. 2: Cluster von Weblogs zur amerikanischen Präsidentschaftswahl 2004



Quelle: Adamic/Glance 2005, <http://www.hpl.hp.com/research/idl/papers/politicalblogs/>

## Regeln und Relationen

# 15 von 26

Vielfalt von  
Weblogs

Analyse-  
rahmen

Fallstudie  
Twoday.net

Ausblick

- Wechselwirkung zwischen Regeln und Relationen
  - Vernetzungsregeln beeinflussen Größe und Zusammensetzung der Netzwerke
  - Innerhalb von Nutzungsgemeinschaften, die durch Relationen aufrecht erhalten werden, können unterschiedliche Regeln und Erwartungen gelten
- „Dualität der Struktur“ bei Praktiken des Bloggens
  - Regeln und Relationen sind strukturelles Merkmal von Weblog-Praktiken, die die einzelnen Nutzungsepisoden rahmen
  - Sind aber nicht statisch-deterministisch, sondern unterliegen Aushandlung und Wandel, weil sie in den einzelnen Nutzungsepisoden beständig (re)produziert werden müssen

## Praktiken des Bloggens: Software I

# 16 von 26

Vielfalt von  
Weblogs

Analyse-  
rahmen

Fallstudie  
Twoday.net

Ausblick

- Weblog-Software ist Grundlage für Nutzungsepisoden und wirkt sich auf strukturelle Merkmale aus
- Regeln
  - Präskriptive Komponente: Code ermöglicht spezifische Gebrauchsweisen und schließt andere aus
  - Kognitive Komponente: Bedienbarkeit und Modifikation der Software setzt Nutzungskompetenzen voraus
- Relationen
  - Code ermöglicht Aufbau und Pflege von Netzwerken durch Funktionen wie Permalinks oder RSS Feeds
  - Software stellt Sichtbarkeit her, z.B. durch Auflistung neuer Beiträge auf Portalseiten oder Visualisierung von Netzwerkstrukturen

# Praktiken des Bloggens: Software II

# 17 von 26

Vielfalt von Weblogs

Analyse-rahmen

Fallstudie Twoday.net

Ausblick

- Software unterliegt sozialen Einflüssen; Technikdeterminismus greift zweifach zu kurz
1. Technikgenese
    - (Weiter-)Entwicklung von Weblog-Software bezieht zahlreiche soziale Personen mit unterschiedlichen Wissensniveaus ein (oft Open Source)
    - Hohe soziotechnische Innovationsrate: „When any sizable number of bloggers start doing something, someone will construct a tool to automate it - further popularizing the activity“ (Rebecca Blood)
  2. Technikaneignung
    - Interpretative Flexibilität der Nutzer
    - kreative Aneignung bestimmter Funktionen
    - unintendierte Nutzung (z.B. Spam, google bombs)

# Komplettes Analysemodell

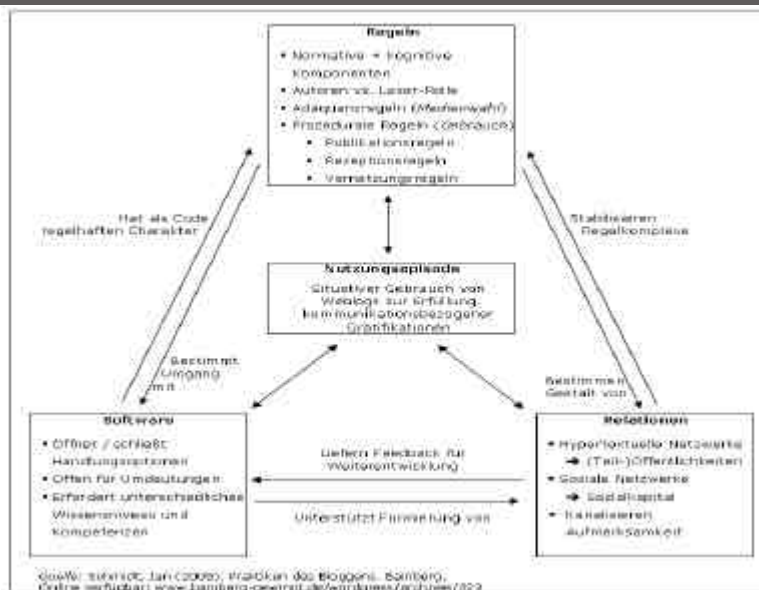
# 18 von 26

Vielfalt von Weblogs

Analyse-rahmen

Fallstudie Twoday.net

Ausblick



## Blogging-Praktiken bei twoday.net

# 19 von 26

Vielfalt von Weblogs

Analyse-rahmen

Fallstudie Twoday.net

Ausblick



## Charakteristika von twoday.net

# 20 von 26

Vielfalt von Weblogs

Analyse-rahmen

Fallstudie Twoday.net

Ausblick

- twoday.net bietet seit 02/2003 Weblogs an
  - Sowohl kostenfreie als auch -pflichtige Weblogs
  - Zur Zeit etwa 30.000 Nutzer und 12.000 Weblogs
  - Etwa gleiche Anteile von Männern und Frauen
  - Mehrheit älter als 25 Jahre
- Ausgewählte Merkmale der Software
  - Aus Weblog-Plattform „antville“ hervorgegangen
    - ➔ Open Source
  - Registrierung auch für Kommentare nötig
    - ➔ erhöht Verbindungen innerhalb von twoday.net
  - Jüngste Beiträge werden auf Startseite gelistet
    - ➔ erhöht Sichtbarkeit, führt zu ungeplanter Nutzung

## Regeln @ twoday.net

#21 von 26

Vielfalt von  
Weblogs

Analyse-  
rahmen

Fallstudie  
Twoday.net

Ausblick

- Allgemeine Geschäftsbedingungen
  - Keine kommerzielle Nutzung von kostenfreien Weblogs
  - Keine Beiträge mit vulgären oder rassistischen Inhalten
- Community reguliert abweichendes Verhalten
  - Beispiel: Nutzer berichtet in einem Sexblog über Erlebnisse in der Swinger-Subkultur
  - Ein Beitrag erzeugte Kontroverse, die in den Kommentaren (>200 Wortmeldungen) und in eigenen Weblogs geführt wird
  - Einige Mitglieder mit hoher Zentralität im Netzwerk (= hohe Sichtbarkeit und Status) koordinieren sich über andere Kanäle (E-Mail, Instant Message)
  - Ergebnis: Nutzer entfernt anstößigen Beitrag

## Regeln @ twoday.net

#22 von 26

Vielfalt von  
Weblogs

Analyse-  
rahmen

Fallstudie  
Twoday.net

Ausblick

- Ausgewählte geteilte Routinen und Erwartungen
  - Unterschiedliche Selbstverständnisse des Bloggens: Archiv für Selbstreflexionen, Forschungs- und Lern-tagebuch, thematisch spezifisches Informationsforum
  - „idealtypischer Leser“ geht über Erwartungs-erwartungen in Publikationsroutinen ein (Häufigkeit von Beiträgen, Themenwahl, Feedback)
  - Zielgruppe: Freunden vs. allgemeine Öffentlichkeit
  - Auswahl der Themen Gegenstand von „Informations-management“: Blogspaziergänge vs. feste Repertoires (z.B. über RSS Feeds)
- Routinen und Erwartungen stabilisieren sich im Verlauf der Nutzung

## Relationen @ twoday.net

#23 von 26

Vielfalt von  
Weblogs

Analyse-  
rahmen

Fallstudie  
Twoday.net

Ausblick

- Soziale Netzwerke stellen Sozialkapital bereit
  - „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“
  - „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.“
- Räumliche Metaphern: Weblog als Wohnung, twoday.net als Dorf

## Weitere Entwicklung

#24 von 26

Vielfalt von  
Weblogs

Analyse-  
rahmen

Fallstudie  
Twoday.net

Ausblick

- Hohes Wachstum der Nutzerzahlen sorgt für stärkere Differenzierung von Subcommunities nach Themen und sozialer Nähe
  - Für Entwickler konfligierende Anforderungen: Offenheit für Modifikationen durch technisch versierte Nutzer vs. Einfachheit der Bedienung für Neueinsteiger
  - Für Nutzer: Bedeutung der Startseite für Orientierung sinkt, plattformweites Community-Gefühl schwindet
- Soziale Dynamik soll durch technische Merkmale unterstützt werden, um Formierung von „Mikroportalen“ und die Selbstorganisation von Netzwerken zu fördern
  - ➔ Weitere Aggregationsfunktionen für 2005 geplant (z.B. RSS feeds)

## Ausblick: Laufende Forschung

#25 von 26

Vielfalt von  
Weblogs

Analyse-  
rahmen

Fallstudie  
Twoday.net

Ausblick

- Analyserahmen liegt verschiedenen laufenden Projekten zugrunde
  - standardisierte onlinebasierte Befragung von Bloggern im deutschsprachigen Raum
    - ➔ Soziodemographie, Routinen, Erwartungen, Motive von Autoren und Lesern
  - Analyse der sozialen Netzwerke bei twoday.net
  - Weblogs im Bundestagswahlkampf 2005
  - Methodisch: Weblogs als Kanal der Ankündigung von Online-Befragungen
  - Mittelfristig: Vergleich mit anderen Anwendungen für online-gestütztes *networking*

## Vielen Dank für die Aufmerksamkeit

Dr. Jan Schmidt

Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“

Otto-Friedrich-Universität Bamberg

An der Universität 9 / 501, 96047 Bamberg

++49 (0)951 863-2213

[jan.schmidt@split.uni-bamberg.de](mailto:jan.schmidt@split.uni-bamberg.de)

<http://www.uni-bamberg.de/split/kowi/fonk/index.html>

<http://www.bamberg-gewinnt.de/wordpress>