

Schmidt, Jan (2006) Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie. Konstanz: UVK.

Weblogs gibt es annähernd so lange wie das World Wide Web selbst, und auch der Begriff – eine Kombination von »Web« und »Logbuch« – wurde bereits 1997 geprägt. In technischer Hinsicht entsprechen Weblogs (bzw. kurz: Blogs) herkömmlichen Internetseiten, dennoch bilden sie ein spezielles Online-Format, das in den letzten Jahren sprunghaft an Bedeutung gewonnen hat: regelmäßig aktualisiert und in erster Linie ausgestattet mit Texten, die persönliche Stellungnahmen der BloggerInnen zu bestimmten Themen enthalten, erinnern Weblogs oft an Tagebücher. Allerdings werden sie nicht für den Eigenbedarf verfasst, sondern um sie einer Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Durch die häufig geübte Praxis der BloggerInnen, auf andere Weblogs zu verweisen, nimmt die Blogosphäre – die Gesamtheit aller Weblogs – den Charakter eines eigenen Netzwerks bzw. eines Konglomerats aus vielen Teil-Netzwerken an; und die Blogosphäre wächst rasant: 40.000 regelmäßig aktualisierte Weblogs soll es mittlerweile – vorsichtig geschätzt – allein in Deutschland geben, zwei bis drei Millionen weltweit.

Dabei präsentiert sich die Blogosphäre ausgesprochen heterogen: Weblogs können die unterschiedlichsten Inhalte behandeln, mit unterschiedlichen Absichten gestaltet werden, mit unterschiedlichem Aufwand und unter Einsatz diverser technischer Komponenten (Text, Grafiken, Audio-Dateien etc.). Häufig weisen sie interaktive Komponenten auf, insbesondere die Möglichkeit für die LeserInnen, Themen der Blogs oder einzelne

Eintragungen zu kommentieren. Zwingend notwendig ist dies aber nicht, und die Kontrolle der Inhalte bleibt den AutorInnen der Weblogs vorbehalten. An der Vielfalt der Ausprägungen des Bloggens setzt Jan Schmidt, Kommunikationswissenschaftler und stellvertretender Leiter der Forschungsstelle »Neue Kommunikationsmedien« an der Universität Bamberg, mit seinem Buch an: das Ziel besteht darin, Übereinstimmungen und Unterschiede zu erfassen und in einen gemeinsamen Ordnungsrahmen zu integrieren. Zu diesem Zweck entwickelt er ein Analysemodell, das auf drei Aspekte fokussiert: erstens auf die technischen Möglichkeiten und ihre Weiterentwicklung, zweitens auf Erwartungen und Regeln, die zum Gebrauch von Weblogs bestehen, und drittens auf die Netzwerke, die durch das Bloggen entstehen.

Anschließend wendet sich Schmidt der praktischen Anwendung von Weblogs zu: Als persönliche Online-Journale dienen sie Privatpersonen dazu, subjektive Eindrücke, Gedanken und Erlebnisse im Internet zu publizieren. Solche Online-Journale bilden den Großteil der Blogosphäre. Weblogs kommen aber auch zunehmend im Rahmen von Organisationskommunikation zum Einsatz: zum Zweck des Marketings und der PR von Unternehmen nach außen, ebenso zur internen Kommunikation zwischen den MitarbeiterInnen. Auch als Darstellungsweise im Feld des Journalismus hat sich Bloggen etabliert, und gerade diese Form von Weblogs hat in den letzten Jahren große Aufmerksamkeit erfahren, auch wenn das nicht ihrem Anteil an der Blogosphäre entspricht.

Nachdem Schmidt entlang dieser drei Anwendungsbereiche unterschiedliche

Regeln und Erwartungen sowie besondere Charakteristika der Netzwerke herausgearbeitet hat, erhält seine »kommunikationssoziologische Studie« zuletzt noch unmittelbar empirischen Charakter, indem er Ergebnisse eigener Erhebungen präsentiert. Aktive BloggerInnen werden hinsichtlich ihrer soziodemographischen Merkmale und ihrer individuellen Motivationen ins Blickfeld gerückt, und auch die Sichtweise der BetreiberInnen einer kommerziellen Multimedia-Agentur, die eine Weblog-Community betreuen, wird dargestellt.

Nimmt man das Buch als das, was es sein Autor ausgibt, d. h. als Analyse der praktischen Anwendungen von Weblogs mittels eines eigens entwickelten Modells, dann leidet dieses Vorhaben streckenweise unter sprachlicher Abgehobenheit. Ausgerechnet jener zentrale Abschnitt, in dem Schmidt das theoretische Modell entwickelt, scheint am Dogma orientiert, wonach ein Gebäude wissenschaftlich-theoretischer Ausführungen am eindrucksvollsten wirkt, wenn es auf ein Gebälk aus schwerfälligen Formulierungen gestützt und reich mit Fremdwörtern verziert wird.

Umgekehrt erreicht Schmidt aber in jenen Abschnitten, die er den Anwendungsmöglichkeiten von Weblogs widmet, einen hohen Grad an Anschaulichkeit, und zwar sowohl auf der sprachlichen Ebene als auch inhaltlich mit Hilfe zahlreicher Beispiele aus der Praxis. Mit dem Internet-Jargon sollte man allerdings vertraut sein: was etwa mit RSS-Feed, Wiki oder Flaming gemeint ist, sollte man wissen, erläutert werden nur wenige derartige Ausdrücke. Ohne entsprechende Sprachkenntnisse erschließt sich der Text sicher nicht bis ins letzte Detail, bleibt aber im Wesentlichen doch verständlich. Eben-

so ist das Buch mit Gewinn lesbar, auch wenn man das Analysemodell nicht exakt nachvollzieht. Anstatt einer kommunikationssoziologischen Studie bietet es dann eine kompakte Einführung in die Welt des Bloggens und in die wissenschaftliche Befassung mit dieser Welt.

Reinhold Gutschik
reinhold.gutschik@sws-rundschau.at