

Hans-Jürgen Bucher und Steffen Büffel

## **V Weblogs – Journalismus in der Weltgesellschaft Grundstrukturen einer netzwerkorientierten Form der Medienkommunikation**

- 1 Online-Journalismus und Journalismus online
- 2 Weblogs – eine neue Kommunikationsform im Internet
- 3 Weblogs als Netzwerk-Journalismus
  - 3.1 Journalistische Handlungsweise und Programme in der Weblog-Kommunikation
  - 3.2 Die Selbst-Organisation der Weblog-Kommunikation
  - 3.3 Die kommunikative Funktion von Weblogs
- 4 Weblogs – evolutionär betrachtet oder: Journalismus in der Weltgesellschaft

Literatur



## 1 Online-Journalismus und Journalismus online

Das Jahr 2004 war in verschiedener Hinsicht das Jahr der Blogs: der amerikanische Wörterbuchverlag Merriam Webster wählte „Blog“ zum Wort des Jahres 2004 (<http://www.merriam-webster.com/info/04words.htm>), die Deutsche Welle vergab den ersten „International Weblog Award“ (<http://thebobs.de>), der US-Wahlkampf war erstmals geprägt von Weblog-Aktivitäten für und gegen Republikaner und Demokraten, Blogger waren, gleichberechtigt mit Journalisten, als direkte Beobachter zu den Parteitagen zugelassen, und die Zahl der Weblog-Leser in den USA stieg laut Pew-Internet-Research auf 32 Millionen ([http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_blogging\\_data.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_blogging_data.pdf)). Gerade hatte Mark Glaser (2004b) im Online Journalism Review kurz vor Weihnachten die Blogaktivitäten des ausklingenden Jahres als den Aufstand der kleinen Leute gegen die großen Medien gewürdigt, die begonnen hatten „to tell the gods of media what the public really wanted“, da hob die Tsunami-Katastrophe vom 27.12.2004 die Weblogs noch ein Stück weiter auf den Gipfel der öffentlichen Aufmerksamkeit. „For the first time, hundreds of ordinary people produced powerful coverage of a huge news event, along with traditional media“ (Srinivas 2005). Weblogs hatten sich mit dieser Katastrophe endgültig als neues Informationsmedium etabliert und dabei den grundlegenden Strukturwandel der Medienkommunikation noch ein Stück weiter vorangetrieben: Mit der Tsunami-Katastrophe haben Blogs nicht nur, wie das schon früher der Fall war, partiell journalistische Funktionen übernommen, sondern sind integraler Bestandteil der traditionellen Medienberichterstattung geworden – als eine Art unorganisiertes Korrespondentennetz und Nachrichtenquelle der professionellen Medien. „Bei der Flutkatastrophe in Asien haben sich die Grenzen zwischen traditioneller Berichterstattung und den Onlinebeiträgen und Kommentaren der Blogger verwischt“ (Gelinsky 2005).

Die Journalismusforschung tut sich mit dieser Entwicklung bislang noch schwer und hält an einem Begriff von Journalismus fest, für den die Einbindung in redaktionelle Organisationsformen oder die Anbindung an ein Medienunternehmen konstitutiv ist. Betrachtet man die verschiedenen Formen der selbst-organisierten Berichterstattung aber unter einem funktionalen Gesichtspunkt so wird deutlich, dass es im Internet mehr an Journalismus online gibt als nur den Online-Journalismus der Zeitungs-, Fernseh- und Rundfunkorganisationen. Beispiele für Formen dieses Journalismus „von unten“ hinter denen keine Medienorganisation stehen sind nicht nur die Weblogs, sondern auch die verschiedenen Mediawatch-Angebote, Verbraucher- und Expertenforen, sowie teilweise auch die so genannten Wikis, wie beispielsweise die kollektive Online-Enzyklopädie Wikipedia (<http://www.wikipedia.de>), die von jedem Nutzer frei editiert und verändert werden können. Aus Gründen der Forschungslogik ist die Begrenzung der Perspektive der derzeitigen Journalismusforschung nachvollziehbar, führt sie doch zu interessanten Befunden für den redaktionellen Online-Journalismus (vgl. Löffelholz u.a. 2003; Quandt 2002; Neuberger/Tonnemacher 2003). Gleichzeitig findet aber eine Reduktion der Komplexität des Forschungsgegenstandes statt, die vor allem zwei Dimensionen der neuen Onlinemedien ausblendet und dementsprechend in der Forschung zum Online-Journalismus auch bereits auf Kritik gestoßen ist (vgl. Hall 2001):

1. Die Dimension der Kommunikation und der Interaktivität: Das Internet in seinen verschiedenen Ausprägungen (WWW, E-Mail etc.) ist mehr als ein Distributionskanal für Informationen. Es ist ein neues Kommunikationsmedium mit einer netzwerkorientierten Struktur und typischen Entbettungsphänomenen entlang der Dimensionen Raum, Zeit, Zugänglichkeit, Rollen und

Kommunikationsmodi (vgl. Bucher 2004) „For journalism it has become clear, that the tried and tested top-down forms, developed over the past three centuries around print, have been made obsolete by the new media and are increasingly irrelevant to the lives of the readers” (Hall 2001, 3). Bezieht man die Rezipientenperspektive in die Funktionsbestimmung des Journalismus mit ein, so wird deutlich, dass die Entbettung der Medienkommunikation durch das Internet das klassische Modell des Distributionsjournalismus und der damit verbundenen Berufsrollen erheblich relativiert. „As readers become their own storytellers the role of ‚gatekeeper‘ is largely passed from the journalist to them” (Hall 2001, 5).

2. Die Dimension der Gemeinschaftsbildung: Dass das Verhältnis von Journalismus und Gemeinschaft auf der begrifflichen Ebene als analytisch zu betrachten ist, spiegelt sich deutlich bereits in den funktionalen Definitionen von Journalismus wieder: Wenn Journalismus „Hintergrundwissen bereit stellen und jeweils fortschreiben (soll), von dem man in der Kommunikation ausgehen kann“ (Luhmann 1996, 121), oder „die Selbstbeobachtung des Gesellschaftssystems dirigieren (soll)“ (Luhmann 1996, 173), oder für „die Herstellung und Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Kommunikation“ (Rühl 1980, 322) sorgen soll, so ist diese Gemeinschaftsbildung dabei immer mitgedacht. Allerdings findet sie in den Operationalisierungen der Funktionen keinen Niederschlag mehr, da diese auf das Modell des Informationsjournalismus und den Bereich der Aussagenproduktion beschränkt bleibt. Aufgrund der Netzartigkeit (Connectivity) der Internetkommunikation – die mehr ist als Peer-to-Peer-Interaktivität – ist die Gemeinschaftsbildung konstitutiv für das Funktionieren dieser Kommunikation. So wie Interaktion nur aufgrund der Aktionen von mindestens zwei Beteiligten möglich ist, so ist Netzwerk-Kommunikation auf die Aktivitäten mehrerer Knoten angewiesen. In der Zusatzetikettierung „virtuell“ kommt zum Ausdruck, dass diese Gemeinschaftsbildung eine spezifische und gegenüber Face-to-Face-Gemeinschaften dynamischere Form aufweist. Die Organisiertheit des netzwerkorientierten Journalismus zeigt sich gerade darin, dass es ihm gelingt, Gemeinschaften – also Publika – aufzubauen, innerhalb derer die entsprechende Medienkommunikation stattfindet. Die Redaktion als zentral organisiertes System wird von der Kommunikationsgemeinschaft als netzwerkartig und damit dezentral organisiertes System abgelöst.

Die Begrenztheit bisheriger Definitionen von Online-Journalismus beruht auf einem „methodologischen Nationalismus“ (Beck 2004, 54f), demzufolge die Einbettung der klassischen Medienkommunikation in eine global gewordene, transnationale Umwelt nicht hinreichend berücksichtigt wird. „The Internet should be understood as the first instance of a global communication system. That system in turn, is displacing a national system of communication which came into existence at the end of the nineteenth century, as a result of the railroad and the telegraph, and was perfected in subsequent innovations through television” (Carey in Pavlik 2001, XII). Aus der Tatsache, dass nicht nur die Journalismusforschung sondern auch der Journalismus selbst national verhaftet geblieben ist, erklärt sich die Entstehung selbstorganisierten Informationssysteme im Internet. Da das Funktionssystem Journalismus die globale Netzwerkorientierung der neuen Kommunikationsverhältnisse nicht hinreichend aufgenommen und als Anstoß zu Strukturveränderungen genutzt hat, haben sich andere Formen der Kommunikation herausgebildet, die journalistische Leistungen im globalen Maßstab erbringen können. Aus der Unzufriedenheit mit der klassischen Medienkommunikation unter globalen Kommunikationsbedingungen ist gewissermaßen

„von unten“ das Bedürfnis nach einer Gegenöffentlichkeit entstanden – vergleichbar mit der Bewegung der Piraten- und freien Radios oder der Alternativpresse in den 1970er Jahren. Damals stand die Absicht, „Menschen, die in der Öffentlichkeit sonst kein Gehör finden, zu Wort kommen zu lassen, Dinge aus der Sicht der Betroffenen darzustellen und Zerrbilder der bürgerlichen Medien zu korrigieren“ (Grieger/Kollert/Barney 1987) hinter der Ausdifferenzierung des Journalismus über die traditionellen Medienorganisationen hinaus. Die Parallelen zur heutigen Situation sind nicht zu übersehen, wenngleich die technischen Zugangsbarrieren um im Internet zu publizieren noch deutlich niedriger liegen, als dies beispielsweise bei den Piratenradios der Fall war. Die Philosophie dieser Gegenbewegung beschreibt der Herausgeber und Gründer der südkoreanischen Online-Zeitung OhmyNews (<http://www.ohmynews.com>), die als Open-Source-Medium von den Lesern selbst geschrieben wird, folgendermaßen: „With OhmyNews we want to say goodbye to 20-century journalism where people only saw things through the eyes of the mainstream, conservative media“ (Bowman/Willis 2003, 8).

Erweitert man das kategoriale Bezugssystem, so ist Online-Journalismus nicht nur als Ausdifferenzierung des klassischen Journalismus zu verstehen, sondern auch als Ausdifferenzierung der öffentlichen Kommunikation insgesamt. Mit den Weblogs ist eine Form des nicht-institutionalisierten Open-Source-Journalismus entstanden, die, insbesondere im Falle transnationaler Krisen, optimaler an eine globale Netzwerk-Umgebung angepasst ist als der klassische redaktionell organisierte (Online-) Journalismus.

## **2 Weblogs – eine neue Kommunikationsform im Internet**

Weblogs sind eine relativ neue Kommunikationsform im World Wide Web, die etwa seit 1999 zu beobachten ist. Entscheidend für die massenhafte Beteiligung an diesem Kommunikationsnetz waren zwei softwaretechnische Entwicklungen: zum einen die Entwicklung einfach zu handhabender Software, mit der der eigene Rechner mit wenig Aufwand zum Webserver und zur Editionsplattform konfigurierbar wurde, und zum anderen das Aufkommen von Weblog-Portalen wie beispielsweise Blogger (<http://www.blogger.com>), auf denen – analog zu einem Webmail-Account – ein eigenes Weblog eingerichtet werden kann (vgl. Fleishman 2001). Konstitutives Merkmal für alle Weblogs ist der individuelle, personenbezogene Charakter: Weblogs werden fast ausschließlich von Individuen betrieben, berichten oder kommentieren aus einer subjektiven Perspektive, die Selektion der Inhalte und der Verlinkungen erfolgt nach eigenen Kriterien. Darin eine „Renaissance der publizistischen Persönlichkeit“ (Neuberger 2003, 132) zu sehen, greift allerdings zu kurz: Es ist gerade der „Systemcharakter“, nämlich die dichte Vernetzung der Weblogs zur so genannten Blogosphäre als einer eigenen Form virtueller Öffentlichkeit, die als Strukturmerkmal für diese Kommunikationsform charakteristisch ist. Wie die Piratenradios in den verschiedenen Ländern zu unterschiedlichen Zeiten eine Gegenöffentlichkeit zu den kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Rundfunkangeboten aufbauten, so kann das Netz der Weblogs als individuelle Aneignungen und Wiederbelebungen der Kommunikationspotentiale des WWW betrachtet werden. Dan Gillmor beschreibt den durch die Weblog-Kommunikation ausgelösten Wandel des klassischen Journalismus folgendermaßen: „We're in the midst of a change, where journalism is changing from a lecture into something that resembles something between a conversation and a seminar“ (Gillmor in Lasica 2001/02b). Systematisiert man die kommunikativen Funktionen der Weblogs, so ergibt sich folgende Liste von Merkmalen. Weblogs zeichnen sich aus durch:

- Individualisierung der Kommunikation,
- Reflexivität hinsichtlich der Medienkommunikation,
- Verlinkung und Vernetzung der Webkommunikation,
- Filterung und Selektion der Medienkommunikation,
- Interaktivität aller Beteiligten,
- Aufhebung der Grenze zwischen Rezipient und Produzent und damit auch zwischen Profis und Laien.

Medienhistorisch betrachtet sind Weblogs die logische Konsequenz aus der bisherigen Internetentwicklung: Nachdem die interaktiven Kommunikationsmöglichkeiten bislang weitestgehend auf Foren, Chaträume, Newsgroups und Mailsysteme beschränkt blieben, sind sie nun in das WWW selbst integriert, das bisher von den Angeboten der klassischen Massenmedien, der Politik, der Wirtschaftsunternehmen und der großen Online-Dienste beherrscht war. Weblogs sind in diesem Sinne das, was Rebecca Blood „Desktop Broadcasting“ nennt (Blood 2002a, XII). Charakteristische Merkmale dieser Kommunikationsform sind: die hochgradige Vernetzung zur Blogosphäre, die Beschleunigung der Kommunikation und ihre Globalität, die Interaktivität und Multimedialität, aber auch die Grenzauflösung zwischen personeller, öffentlicher, institutioneller und journalistischer Kommunikation. Die Blogosphäre kann zwar als ein eingeständiges virtuelles Diskursuniversum angesehen werden, ist aber eng an die Medienkommunikation angekoppelt beispielsweise durch thematische Übernahmen, reflexive Kommentierungen oder aufgrund personeller Überschneidungen. Mit den Weblogs, so kommentiert Spiegel-Online „erlebt im immer kommerzieller geprägten Internet die informelle, freie Kommunikations- und Nachrichtenplattform ihr Revival“ (Patalong 2003). Die Steigerung der Nutzungszahlen für Weblogs auf rund 32 Millionen in den USA belegt die Angemessenheit dieser Aussage.

Die Streitfrage, ob und inwiefern Weblogs journalistische Leistungen erbringen oder aber dem Bereich der privaten Kommunikation zuzuschlagen sind, hat von Anfang an die Debatte um diese Kommunikationsform bestimmt (vgl. Lasica 2001/02a, 2001/02b; Nieman Reports 2003, 59-98). Betrachtet man die Weblogs unter einer funktionalen Perspektive, so ist es nahe liegend, sie als eine Form des Journalismus einzuordnen. Denn wie andere Formen des Online-Journalismus erfüllen sie die Funktion: „to offer citizens the information they need to be free and self-governing“ (Deuze 2002, 5).

Unter dieser Perspektive kann man die netzwerkbasierten journalistischen Kommunikationsformen auch als „Grassroots-“, „Peer-to-Peer-“ oder „Open-Source“-Journalismus bezeichnen. Diese Etikettierungen betonen die prinzipielle Offenheit und die flachen Hierarchien netzwerkbasierter Kommunikationsformen. Bowman und Willis schlagen eine weitere Bezeichnung vor. Sie sprechen in Bezug auf die neuen journalistischen Formen im Internet von „Participatory Journalism“ und meinen damit: „The act of a citizen, or group of citizens, playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing and disseminating news and information. The intent of this participation is to provide independent, reliable, accurate, wide-ranging and relevant information that a democracy requires“ (Bowman/Willis 2003, 10). Hochgradige Vernetzung und ein Höchstmaß an Selbstbestimmung stehen in der Blogosphäre den hierarchischen Organisationsstrukturen und publizistischen Kontrollmechanismen der traditionellen Massenmedien gegenüber. Der Selbstbestimmungsgrad der Blogosphäre bemisst sich dabei nach dem Grad der Partizipationsmöglichkeiten, wobei sich die Partizipation auf die aktive Rolle aller an

den netzwerkorientierten Kommunikationsprozessen beteiligten Akteure bezieht, was eine Umkehr der klassischen publizistischen Kommunikationsstrukturen darstellt: Der Prozess des Sammelns, Berichtens, Analysierens und Distribuierens von Nachrichten und Informationen ist in der Blogosphäre dezentral geregelt. Damit ist ein Organisationsmodell beschrieben, das in Kontrast zur Struktur der traditionellen Massenmedien steht. Denn: „Traditional media are created by hierarchical organizations that are built for commerce. Their business models are broadcast and advertising focused. They value rigorous editorial workflow, profitability and integrity. Participatory journalism is created by networked communities that value conversation, collaboration and egalitarianism over profitability” (Bowman/Willis 2003, 12). Dem klassischen Top-Down-Modell traditioneller massenmedialer Produktionsstrukturen wird im Web ein Bottom-Up-Modell des Netzwerk-Journalismus gegenüber gestellt, das unter Ausnutzung der spezifischen medialen Eigenschaften eine auf die Blogger-Community verteilte Dezentralisierung klassischer journalistischer Handlungsmuster erlaubt.

Dem Einwand, Weblogs könnten keine journalistischen Funktionen erfüllen, weil sie nicht die entsprechenden Qualitätskriterien erfüllen, wäre entgegenzuhalten, dass sich in der Blogosphäre bereits eigene Mechanismen der Qualitätssicherung etabliert haben. Die Etablierung von Grundsätzen einer Blogger-Ethik und die Sanktionierung von Weblogs, die gegen Prinzipien der Wahrheit und Wahrhaftigkeit verstoßen, machen deutlich, dass Weblogs eben auch an journalistischen Standards gemessen werden. Grundsätze wie „publish as fact only that which you believe to be true” oder „publicly correct any misinformation” oder „disclose any conflict of interest” gelten natürlich für Weblogs und Journalismus gleichermaßen (Blood 2003, 63; vgl. auch Blood 2002b). Das Kriterium der Qualität ist dementsprechend nicht geeignet, Weblogs und Journalismus kategorial zu unterscheiden und die Weblogs als eine Art „Amateurberichterstattung“ abzutun. Dies gilt auch für kollaborative Projekte wie Wikipedia, die genau auf dem soeben beschriebenen Selbstorganisations-Mechanismus des sich gegenseitigen Korrigierens und Redigierens basieren. Das Prinzip „Jederkontrolliert-jeden“ trägt hier zu einer kontinuierlichen Optimierung der Texte bei, die für viele Einträge in Wikipedia bereits zu einer erstaunlichen Beitragsqualität geführt hat. Darüber hinaus zeichnen sich zwischen Weblogs und Wikis interessante Zusammenhänge ab, wie sich beispielsweise im Kontext der Tsunami-Katastrophe zeigte: Während in den entsprechenden Tsunami-Weblogs unmittelbar nach dem Unglück aktuelle Augenzeugenberichte, Hilfeaufrufe und sogar Videoaufzeichnungen der Ereignisse verbreitet wurden, begann sich weltweit auf den diversen Wikipedia-Portalen durch die Kollaboration der Wikipedianer nach und nach Hintergrundwissen zu der Katastrophe anzusammeln, etwa in Form der Dokumentation der Ereignischronologie oder in Form fundierter Erklärungen zum Verlauf eines Tsunamis. Metaphorisch gesprochen haben die Weblogs in diesem Fall gewissermaßen das Kurzzeitgedächtnis der Blogosphäre und der Öffentlichkeit mit Informationen versorgt und damit die journalistische Funktion der klassischen tagesaktuellen Nachrichtenmedien übernommen, während parallel hierzu in den Wikis diese Informationen für das Langzeitgedächtnis sozusagen „on the fly“ verdichtet wurden.

### **3 Weblogs als Netzwerk-Journalismus**

Die Analyse der Weblogs als Form des Journalismus muss auf folgenden drei Ebenen ansetzen: Auf der Ebene der für Journalismus konstitutiven Handlungen, Programme, Standards, auf der Ebene der Funktionen journalistischer Kommunikation und auf der Ebene der institutionellen Organisation. Für diese Vorgehensweise werden im Folgenden Beispiele aus der Weblog-Kommunikation und aus reflexiven Stellungnahmen dazu – also aus Weblog-Beobachtungen – verwendet.

### 3.1 Journalistische Handlungsweise und Programme in der Weblog-Kommunikation

Auf der Ebene der Handlungen ist in den Weblogs das gesamte Spektrum dessen zu finden, was Journalismus konstituiert, und zwar ganz unabhängig davon, ob die Akteure professionelle Journalisten oder Amateure sind: Berichte, Kommentierungen, Analysen und auch Unterhaltung. Das entscheidend neue Handlungsmuster gegenüber dem klassischen Journalismus ist die aktive Verlinkung, mit der die Weblogs ein eigenes Diskursuniversum in Form der Blogosphäre konstituieren. Die Schwerpunkte in der Umsetzung der genannten Handlungsmuster können je nach Weblog allerdings unterschiedlich verteilt sein: so sind die berichtenden Handlungs- und Darstellungsmuster sowie die Recherchen für Weblogs von Journalisten typisch, während Weblogs von Laien stärker Verlinkungen und Kommentierungen einsetzen. Im Falle der Berichterstattung über die Flutkatastrophe in Südostasien hatte die Verlinkung allerdings auch die Funktion, systematisierte Downloadplattformen für Videos und Audios, als auch die Suche nach Vermissten zu organisieren<sup>29</sup>.

Die Vor-Ort-Berichte des Weblog-Autors Salam Pax während des Irakkrieges standen den journalistischen Leistungen der professionellen Korrespondenten in nichts nach. So heißt es in einem Beitrag von MSNBC-online über dieses Weblog mit dem Namen "Where is Raed?" ([http://www.dear\\_raed.blogspot.com](http://www.dear_raed.blogspot.com)), der auch während der Bombardierung Bagdads aus der irakischen Hauptstadt berichtete: „For the almost uninterrupted glut of war coverage flowing from the media, none of it has captured the humanity and the practical reality of the Iraqi citizenry like the ‚Where is Raed?‘ Weblog” (<http://www.msnbc.com/news/809307.asp>).

Für den Guardian hat dieses Weblog durch „the most compelling description of life during the war“ (McCarthy 2003) alle professionellen Korrespondenten ausgestochen, so dass es ab Anfang Juni auf der Homepage des Guardian selbst angesiedelt wurde (<http://www.guardian.co.uk/Iraq/blogger>) und später sogar in Buchform publiziert wurde (<http://www.thebaghdadblog.com/home/>). Die Exklusivität dieses Weblogs und seine irakische Perspektive führte dazu, dass es das am meisten erwähnte Weblog in der Berichterstattung wurde und in der ersten Kriegswoche rund 86 Prozent des gesamten Weblog-Verkehrs der USA auf sich ziehen konnte (vgl. Nielsen-Rating vom 27.03.2003 unter [www.nielsen-netratings.com](http://www.nielsen-netratings.com)).

Ein weiteres Beispiel: Wie aus der Selbstdarstellung des Weblogs „The Command Post“ hervorgeht, sind sich dessen Betreiber sehr wohl des Unterschiedes zum klassischen Journalismus bewusst: „This is not a professional news service. We are just a group of bloggers from around the world trying to post the latest professional news that we have seen, heard, or read. In doing so we’ll always cite, and where possible provide a link to, the original source, and we encourage you to follow those links and see the original sources yourself as well” (<http://www.command-post.org/>). Was allerdings auch aus dieser Selbstdarstellung erkennbar wird: Die geltenden Weblog-Standards wie Aktualität, Universalität, Zitiersorgfalt sind durchaus mit journalistischen vergleichbar. Eine entscheidende Erweiterung der journalistischen Handlungsmöglichkeiten durch die Weblogs – auch das wird aus dem Zitat deutlich – liegt in der Interaktivität begründet. Kevin Sites, ein CNN-Korrespondent im Nordirak, der parallel zu seiner Reportertätigkeit für CNN ein eigenes Weblog führte, begründet seine Doppelberichterstattung folgendermaßen: „This experience has really made me rethink my rather orthodox views of reaching folks via mass media. Blogging is an incredible tool, with amazing potential. The feedback readers are posting motivates me to provide

---

<sup>29</sup> vgl. [http://www.masternewmedia.org/2005/01/02/full\\_tsunami\\_video\\_footage\\_pictures.htm](http://www.masternewmedia.org/2005/01/02/full_tsunami_video_footage_pictures.htm) und <http://www.waveofdestruction.org>

as much as I can for all of these folks hungry for first-hand info” (<http://www.kevinsites.net>). Die Tatsache, dass CNN den Korrespondenten zwang, sein Weblog zu schließen, ist ein deutliches Indiz dafür, dass Unverträglichkeit und Konkurrenz mit der kommerziellen Medienberichterstattung befürchtet wurden. Im Falle des eingebetteten Fotografen der St. Petersburg Times, John Pandygraft, führte dessen Weblog (<http://www.tampabay.com/live-online/index.cfm?eid=22>) zu einer neuen Art Cyberspace-Lokalberichterstattung: Das Weblog-Angebot wurde von Angehörigen der Einheit, der der Korrespondent zugeordnet war, als Informationsquelle über Väter, Söhne, Ehemänner und Bekannte sowie als Informationskanal für Grüße genutzt. Dementsprechend persönlich fielen die Leserrückmeldungen im Weblog aus: „We appreciate the Press reporting on the War and also the Human Interest stories not only on our troops but on the local people. Keep up the great job stay safe and hope our Men and Women come home soon. A special hello to our son Shane Merrick. His family misses and supports him”. Wie das Beispiel zeigt: Weblogs sind – im Unterschied zu Fernseh- und Hörfunksendungen und auch zur Tageszeitung – interaktive Kommunikationsplattformen, die für die Rezipienten eine leicht zugängliche Rückmeldung eröffnen, mit der der Autor auch kalkuliert. Dan Gilmor, Journalist und einer der Vorreiter im Bereich der journalistisch orientierten Weblogs, beschreibt die Motivation hinter diesem Kalkül folgendermaßen: „I’ve found that my readers definitely know more than I do, and, to my benefit, they share their knowledge” (Bowman/Willis 2003, 54).

Eine Schwerpunkt-Verschiebung in den journalistischen Handlungsprogrammen stellt auch die Gewichtung der reflexiven Handlungsweisen in den Weblogs dar: Medien sind eines der zentralen Themen der Weblog-Kommunikation, die Analyse der Berichterstattung eines der dominierenden Handlungsmuster. Durch diese Weblogs erlebt der Medienjournalismus eine Ausweitung (vgl. von Streit 2005). Im US-Präsidentenwahlkampf 2004 beispielsweise wurde unter dem Motto „Adopt a Journalist“ (vgl. [http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/01/10/reporter\\_adopt.html](http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/01/10/reporter_adopt.html)) von speziellen Weblogs die Berichterstattung einzelner Korrespondenten klassischer Medienanbieter kontinuierlich verfolgt und in so genannten „Watch-Blogs“ kritisch diskutiert. Politische Kommunikation erhält hierdurch ebenso eine weitere Facette und neue Qualität wie durch die bereits erwähnten Weblogs der US-Präsidentenwahlkandidaten selbst. Aber auch schon vorher, etwa in den medienkritischen Beiträgen zur Irakkrieg-Berichterstattung, hat sich der reflexive Charakter der Weblog-Kommunikation gezeigt: Die Überführung manipulierter Fotos, beispielsweise eines Titelfotos des Evening Standards in London durch das Weblog „thememoryhole.org“ (<http://www.thememoryhole.org/media/evening-standard-crowd.htm>), die Analyse der BBC-Berichterstattung im Hinblick auf Tendenzen und Einseitigkeiten durch „biased-bbc.blogspot.com“ (<http://biased-bbc.blogspot.com/>), oder die Aufdeckung der Inszenierung des Falles der Saddamstatue in Bagdad durch Militärs und Journalisten in einem der bekanntesten Warblogs „warblogging.com“ (<http://www.warblogging.com/archives/000620.php>). In diesen Fällen tragen die Weblogs ebenso zum Aufbau einer Gegenöffentlichkeit bei, wie das die verschiedenen Webangebote von Antikriegs-Gruppierungen wie „Indymedia“ (<http://www.indymedia.org>), „Informationclearinghouse“ (<http://www.informationclearinghouse.info>), das Institute für War & Peace Reporting (<http://www.iwpr.net>) oder die Initiative „Iraq-Body-Count“ (<http://www.iraqbodycount.net>) tun, die als Gegeninformation zu den Militärs eigene Verlustzahlen recherchierten und veröffentlichten.

### 3.2 Die Selbst-Organisation der Weblog-Kommunikation

Trotz der subjektiven Autorenschaft der meisten Weblogs sind diese dennoch Bestandteil einer Organisationsstruktur. Eine Beschreibung nur auf der Ebene individuellen Handelns greift dementsprechend zu kurz. Ihre Funktion entfalten sie nämlich erst innerhalb des Kommunikationsnetzes, in das sie eingebunden sind. Ausgehend von diesem Kommunikationsnetz können Beiträge in Weblogs über ihre rein inhaltliche Ebene hinaus als Indikator dafür betrachtet werden, welche anderen Medienangebote der Autor zuvor genutzt hat. Greift ein Blogger beispielsweise die Berichterstattung über ein Ereignis auf einer anderen Internetseite auf und setzt einen Link zu diesem Angebot, so macht er seinen Navigationspfad nachvollziehbar. Die Leser des Beitrags haben dadurch die Möglichkeit, dem Pfad des Autors zu folgen. Diese kleinste Einheit von Interaktion wird als „social navigation“ bezeichnet: „Social navigation encompasses all activities where two or more users collaborate directly or indirectly in a navigational task. [...] It may encompass finding information, deciding on the usefulness of information based on other peoples' recommendations, or deciding whether to join a group of people for a chat“ (Dieberger 1999, 37). Entscheidend für die Weblogs ist deshalb „not the publication of a first-person journal but the chain of interaction it often ignites“ (Lasica 2001/02a). Indikator dieser Organisationsstruktur ist das für alle Weblogs typische Blogrolling, die als Linkliste mit teilweise über 100 Einträgen in einer rechten oder linken Randspalte auf den Weblogs untergebracht ist. Im Blogrolling manifestiert sich die hochgradige Vernetzung der Weblog-Kommunikation in besonderem Maße: Da Weblogs in der Regel von Einzelpersonen betrieben werden, können die bewusst vom Autor gesetzten Verlinkungen zu anderen Weblogs auf der Blogrolling-Liste auch als Verlinkungen zwischen Personen betrachtet werden. Das Blogrolling ist somit auch Ausdruck für das beschriebene Phänomen der Social Navigation und beschreibt ein interpersonales soziales Netzwerk, das sich auf der höchsten Abstraktionsebene als Blogosphäre konstituiert. Die Analyse dieser sozialen Netzwerkstrukturen auf Basis der hypertextuellen Verlinkungen machen sich sowohl die Betreiber verschiedener Weblog-Analyse-Tools, als auch Wissenschaftler (vgl. z.B. Herring 2005; Park/Thelwall 2003; Howard 2002) zu Nutze, um so Aufschluss über die thematischen und sozialen Strukturen in der Netzwerkkommunikation der Blogosphäre zu erlangen. Weblog-Indizes und Analysetools wie zum Beispiel Technorati, Daypop, Blogpulse oder Blogstats (<http://www.technorati.com>; <http://www.daypop.com>; <http://www.blogpulse.com>; <http://www.blogstats.de>) übernehmen in der Blogosphäre die Funktion, die dort herrschenden Organisationsstrukturen, Kommunikationsdynamiken und thematischen Trends – also gewissermaßen die öffentliche Meinung der Blogosphäre –, an die Blogger-Community zurückzuspiegeln und diesen somit Einstiegs- und Orientierungshilfen zu bieten. Links sind unter dieser Perspektive nicht einfach technische Verknüpfungen, sondern Manifestationen einer sozialen Beziehung. „You are what you link“.

Die Organisiertheit der Blogosphäre zeigt sich aber auch in der Selbststeuerung der Kommunikationsstrukturen und der Qualitätskontrolle. So stellt Lasica beispielsweise fest, dass ein Weblog erst durch kollektive Bestätigung zu einer autorisierten Informationsquelle wird: „So what we have is a marketplace in which we grant to those we trust to alter or author our own opinion“ (Lasica 2001/2b). Diese Form der dezentralisierten Qualitätskontrolle in der Blogosphäre steht im Gegensatz zur zentralistischen Qualitätssicherung der Massenmedien. Während bei Letzteren die klassischen journalistischen Organisationsstrukturen und Standards die Qualitätssicherung vorab steuern, findet diese in der Weblog-Community im Nachhinein statt. Clay Shirky bringt diesen Unterschied folgendermaßen auf den Punkt: „The order of things in broadcast is ‚filter, then publish‘. The order in communities is ‚publish, then filter‘“ (Shirky zitiert in Bowman/Willis 2003, 12).

Die Funktion der Weblogs besteht nicht darin, die klassischen Medien zu ersetzen, sondern vielmehr darin, sie zu ergänzen (vgl. Mooney 2003). In der Online-Kommunikation zum Irakkrieg lassen sich deutlich zwei dieser Ergänzungsfunktionen unterscheiden: Weblogs sind erstens Meta-Medien – also eine Art Informationsassistent –, die zweitens Orientierung im Netz der Informationen bieten. Während es das Ziel der klassischen linearen Medien ist, den Nutzer möglichst an die entsprechende Zeitungsausgabe, Sendung oder Website zu binden, besteht die Funktion eines Weblogs gerade darin, die Aufmerksamkeit des Nutzers im Netz zu verteilen. In diesem Zusammenhang kommt Weblog-Indizes und den bereits erwähnten Analysetools eine wichtige Rolle zu. Diese Einstiegs- und Übersichtsportale werten die hypertextuellen Verlinkungsstrukturen und Daten zur Social Navigation quantitativ aus, die zum gegebenen Zeitpunkt in der Blogosphäre stattfindet. Daypop.com ist in dieser Hinsicht ein typisches Angebot: Auf Basis der Daypop-Datenbank, in der sowohl Nachrichtenangebote als auch Weblogs verzeichnet sind werden drei Top-40-Linklisten mit täglicher Aktualisierung zusammen gestellt: Der in Weblogs am meisten zitierten Internetseiten, die am meisten zitierten Nachrichtenseiten und die am meisten verwendeten Begriffe. Durch eine entsprechende optische Aufbereitung, die auch die Veränderungen im Ranking zeigt, übernimmt dieses Meta-Angebot journalistische Selektions- und Transparenzfunktionen auf mehreren Ebenen: Es werden relevante Links herausgefiltert, die Links werden hierarchisiert, Verbindungen zu den klassischen Medien werden hergestellt, Einstiegspunkte in die Netzstruktur der Weblogs werden angeboten und die Dynamik der Weblog-Kommunikation wird visualisiert. In den Worten des Betreibers von daypop.com: „The Top 40 is an excellent indicator of the blogging world's collective consciousness, where concepts and ideas tend to gain momentum before the rest of the internet population embraces them” (<http://www.daypop.com/info/technology.htm>).

Es wird deutlich, dass den Verlinkungen eine zentrale Rolle innerhalb der Blogosphäre zukommt: Sie lassen das dezentral strukturierte Netzwerk der Weblog-Kommunikation erst als solches entstehen und ermöglichen so die von räumlichen und zeitlichen Restriktionen losgelöste Kollaboration und Kommunikation der Blogger. Es können dabei Verlinkungsstrukturen auf drei unterschiedlichen Ebenen beobachtet werden, die jeweils Hinweise darauf liefern, wie sich die Blogosphäre als soziales Kommunikationsnetz konstituiert: Auf der Mikroebene sind dies erstens die Verlinkungen der Weblogpostings, zweitens auf einer mittleren Ebene die bereits beschriebenen Verlinkungen auf der Blogrolling-Liste und drittens auf der Makroebene die Aggregation und Visualisierung von Verlinkungshäufigkeiten und -strukturen in den Angeboten der erwähnten Weblog-Indizes und -Analysetools. Gerade auf dieser dritten Ebene lässt sich der dezentrale Charakter der Blogosphäre gut erkennen. Es wird außerdem ersichtlich, wie das Phänomen der Social Navigation dort durch eine systematische Auswertung der Weblog-Kommunikation und der vorzufindenden Verlinkungen instrumentalisiert wird. Die Gatekeeping-Funktion etwa, die bei den klassischen Medien zentral durch die jeweilige Redaktion übernommen wird, wird in der Weblog-Kommunikation gerade durch die beschriebene dezentrale Organisationsstruktur kompensiert und als Teil der Selbststeuerung in der Blogosphäre umgesetzt.

Die Selbststeuerung der Blogosphäre wird aber nicht nur an den reflexiven Transparenzmaßnahmen und der Medienkritik deutlich, sondern auch in den Ansätzen, Regeln und Prinzipien für diesen Kommunikationsraum zu formulieren. Regulierungsbedarf entstand während des Irak-Krieges beispielsweise hinsichtlich der Frage, ob professionelle Journalisten neben ihrer Korrespondententätigkeit ein Weblog führen können, oder aber auch hinsichtlich der Probleme der Quellentransparenz, des Vertrauens in die Quellen und der Informationsqualität. Nachdem verschiedene Medien

Weblogs ihrer Mitarbeiter geschlossen hatten – beispielsweise CNN das Weblog des Korrespondenten Kevin Sites, der Hartford Courant das Weblog eines Redakteurs oder die Times das Weblog eines freien Mitarbeiters –, wurde über die Weblogs hinweg eine breite Diskussion über Rechte, Freiheiten und Zwänge von Online-Journalisten geführt. Hierbei spielten Argumente zur Selbstbestimmung und freien Meinungsäußerung oder zur ökonomischen Abhängigkeit ebenso eine Rolle wie das journalistische Selbstverständnis: „CNN.com prefers to take a more structured approach to presenting the news. We do not blog” (Mernit 2003) lautete das Argument für die Schließung des Weblogs des eigenen Korrespondenten. Der Herausgeber des Hartford Courant formuliert die Konkurrenz-Situation zwischen seinem Blatt und dem Weblog des Redakteurs Denis Horgan bedeutend offener: „Denis Horgan's entire professional profile is a result of his attachment to the Hartford Courant, yet he has unilaterally created for himself a parallel journalistic universe where he'll do commentary on the institutions that the paper has to cover without any editing oversight by the Courant. That makes the paper vulnerable” (Glaser 2003). Diese Konfliktfälle machen deutlich, dass die Komplementärfunktion der Weblogs gegenüber journalistischen Angeboten noch längst nicht geklärt ist und die klassischen Massenmedien weitestgehend noch an der bereits weiter oben erwähnten Strategie „filter, then publish“ festhalten. In der Blogosphäre werden Beiträge dezentral durch die Community nach deren Veröffentlichung in Form von Bewertungen und Kommentierungen oder eigenen Beiträgen anderer User gefiltert, eingeordnet und damit multiperspektivisch ergänzt. Klaus Eck, Betreiber des Weblogs „PR-Blogger“ (<http://klauseck.typepad.com/prblogger/>) formuliert die Vorteile, die diese Umkehr des klassischen Modells mit sich bringt, folgendermaßen: „Ich erhalte dadurch wichtiges Feedback für meine Arbeit, das Web redigiert mich praktisch. Damit kann kein anderes Medium konkurrieren“ (Mrazek 2003). Andere Medienunternehmen, wie beispielsweise MSNBC, Slate oder der Guardian haben dieses Potential erkannt und statt der Konfrontationsstrategie eine Integrationsstrategie eingeschlagen: Sie haben mit der Kriegsberichterstattung zum Irakkrieg Weblogs in ihr eigenes Online-Angebot eingebaut. Auch in Deutschland haben klassische Medienanbieter Blogs mittlerweile für sich entdeckt. So hat beispielsweise das ZDF im Zuge des US-Präsidentsschaftswahlkampfes 2004 in Kooperation mit der Deutschen Welle (<http://us-blog.zdf.de>) ein eigenes Weblog eingerichtet und in Reaktion auf die Rolle der Weblogs während der Tsunami-Katastrophe in Asien wurden weitere Weblogs in die Onlineangebote verschiedener Rundfunkanstalten integriert (z.B. <http://blog.tagesschau.de>; <http://tsunami-blog.zdf.de>). Ein weiteres Beispiel ist das „Global Reporting“-Projekt des Handelsblattes (<http://services.handelsblatt.de/global-reporting/default.asp>), bei dem seit Anfang 2005 28 Korrespondenten aus aller Welt berichten.

Dass die Selbststeuerung in der Blogosphäre bereits funktioniert, zeigt das Beispiel eines Plagiatfalles: Nachdem einem Weblogger nachgewiesen werden konnte, dass er seine Informationen zum Irak-Krieg aus einem kommerziellen Nachrichtendienst abgeschrieben hatte, sanken die Abrufe von einem Spitzenwert von rund 120000 Hits um 40 bis 45 Prozent (vgl. Glaser 2003). Auch Probleme der Quellenüberprüfung werden in der Blogosphäre kollektiv gelöst: Als mit Beginn des Krieges Mutmaßungen auftauchten, der Weblog-Autor Salam Pax in Bagdad sei eventuell ein Agent der CIA oder des Mossad oder sitze in London und täusche die Vor-Ort-Präsenz in Bagdad nur vor, wurden diese Zweifel und Mutmaßungen in der Weblog-Community selbst diskutiert. Datentechnische Recherchen eines versierten Bloggers, der die Übertragungswege des Weblogs aus Bagdad mit Hilfe der IP-Adresse im Kopf einer Mail aus Bagdad rekonstruierte, wurden dabei ebenso berücksichtigt wie die persönlichen Erfahrungen einer Israelin, die seit sechs Monaten mit Salam Pax in Mailkontakt stand. Natürlich ist die Identifizierung einer Person in der virtuellen

Kommunikation nicht endgültig zu klären, was auch Salam Pax selbst formulierte: „Please stop sending e-mails asking if I were for real, don't believe it? then don't read it“ ([http://dear\\_raed.blogspot.com](http://dear_raed.blogspot.com)). Bis ein Guardian-Korrespondent dann Ende Mai den 29-jährigen Architektur-Studenten aufsuchen konnte, mussten die Leser des Weblogs aus Bagdad sich mit dem Ratschlag eines der Rechercheure begnügen: „In the end, it's still a matter of faith“ (Boutin 2003).

Neben solchen Selbststeuerungsprozessen, oder der Einrichtung eines Ausbildungsangebotes für Weblogging an der University of California Graduate School of Journalism ist auch die für Weblogs begonnene Debatte um einen „Blogger's Code of Ethics“ ein deutliches Anzeichen für eine Institutionalisierung der Blogosphäre. Die Vorschläge für Qualitätskriterien, beispielsweise vom American Press Institute, orientieren sich dabei an einer öffentlichen Funktion, die Weblogs ausüben, wenn für die Blogger vorgeschlagen wird: „They shouldn't be expected to follow the same ethics codes journalists are. But responsible bloggers should recognize that they are publishing words publicly and therefore have certain ethical obligations to their readers, the people they write about, and society in general“ ([www.cyberjournalist.net](http://www.cyberjournalist.net)). Im Selbstverständnis der Blogger übernehmen auch sie, wie die Massenmedien, eine öffentliche Aufgabe.

### **3.3 Die kommunikative Funktion von Weblogs**

Der Sinn einer funktionalen Analyse besteht darin, bestimmte Leistungen – beispielsweise die Kommunikationsleistung der Weblogs – als Lösungen eines bestimmten Problems zu verstehen. Versteht man die Kategorie der Funktion im Sinne eines „Vergleichsgesichtspunktes“ (Luhmann 1995, 223), dann setzt eine funktionale Erklärung der Weblogs zunächst eine Gegenüberstellung mit anderen Kommunikationssystemen voraus: dem klassischen Print-, Hörfunk- oder Fernsehjournalismus, der politischen Kommunikation, der Wissenschaftskommunikation aber auch der privaten Kommunikation. Bei diesem Vergleich kann man sich auf die Merkmale stützen, die typisch für Online-Kommunikationen sind und die diese von den anderen genannten Kommunikationsbereichen unterscheidet: Dazu gehören die Globalität, der Netzwerkcharakter (Connectivity), die Interaktivität, die Nonlinearität und die Hypermedialität. Während der klassische Journalismus die Kommunikationsmerkmale der Multimedialität, der Nonlinearität, der Hypermedialität und partiell auch die Interaktivität in seiner Ausdifferenzierung als Online-Journalismus integriert hat, blieben die Merkmale Globalität und Netzwerkcharakter bislang weitgehend unberücksichtigt. Für eine funktionale Analyse der Weblog-Kommunikation ist dementsprechend zu klären, in welcher Weise diese beiden Kommunikationsmerkmale die für den Journalismus typischen Basisfunktionen, nämlich die Bereitstellung von Themen für die öffentliche Kommunikation und die Organisation der Selbstbeobachtung der Gesellschaft, beeinflussen.

Ein erster Schritt zur Klärung dieser Frage besteht darin, die neue Kommunikationsstruktur als offenes Netzwerk zu begreifen, in das der Journalismus eingebunden ist. Netzwerke zeichnen sich als Organisationsformen durch Flexibilität, Anpassungsfähigkeit, Dezentralisierung, horizontale Strukturen und flache Hierarchien aus, was ihnen ein Überleben in sich schnell ändernden Umgebungen ermöglicht. Das Gegenstück, die hierarchischen Organisationsformen, zeichnen sich aus durch Zentralismus, Effizienz, schnelle Instrumentalisierbarkeit und vertikale Strukturen. Aufgrund der Distributionsverhältnisse, der Besitzverhältnisse und der Massenproduktion gehört die Medienkommunikation bislang zur letzteren der beiden Organisationsformen.

Welches Potential in Netzwerkstrukturen steckt, hat Manuel Castells in seinem dreibändigen Werk „The Information Age“ von 1996 herausgearbeitet. Dessen erster Band trägt bezeichnenderweise den Titel „The Rise of the Network Society“. Nach Auswertung von Daten aus den USA, Lateinamerika, Asien und Europa kommt Castells zu dem Ergebnis, „dass die herrschenden Funktionen und Prozesse im Informationszeitalter zunehmend in Netzwerken organisiert sind“ (Castells 2003, 527). Die „Vernetzungslogik“ hat die traditionellen hierarchischen, vertikalen Organisationsformen der Über- und Unterordnung abgelöst. „Netzwerke bilden die neue soziale Morphologie unserer Gesellschaften, und die Verbreitung der Vernetzungslogik verändert die Funktionsweise und die Ergebnisse von Prozessen der Produktion, Erfahrung, Macht und Kultur wesentlich“ (ebenda). Für diese fundamentale Transformation der Gesellschaft ist das Internet zum Hebel und für die neue Struktur zum Sinnbild geworden. Es erlaubt zum ersten Mal in der Mediengeschichte eine Kommunikation „von vielen zu vielen“: Die hierarchischen Kommunikationsstrukturen, über die die klassischen Medien ihre Inhalte von einem (Anbieter) an viele (Zuhörer, Leser, Zuschauer) verteilen, werden abgelöst durch Netzwerk-Kommunikationen, in denen die Grenzen zwischen Sender und Empfänger fließend sind. „As the diffusion of the printing press in the West created what McLuhan named the ‚Gutenberg Galaxy‘ we have now entered a new world of communication: the Internet Galaxy“ (Castells 2001, 3).

Hinsichtlich der genannten Basisfunktionen des Journalismus bedeutet der Wandel von der hierarchischen Distributionsstruktur zur offenen Netzwerkstruktur:

- Ausweitung der Themenvielfalt und Liberalisierung der Themensetzung;
- Ausweitung des Informationsangebotes und der Informationsquellen;
- Erweiterung der Zugangsmöglichkeiten zur Medienkommunikation über die professionellen Akteure hinaus;
- Verdichtung und Dezentralisierung der Kommunikation unter Beteiligung verschiedener Akteurstypen (Experten, Laien, Politiker, Wirtschaftsvertreter, Journalisten, Öffentlichkeitsarbeiter etc.);
- Steuerungsverlust für die klassischen Hauptakteure der Medienkommunikation: Journalismus, Politik, Öffentlichkeitsarbeit;
- Ausweitung der Reflexivität der Medienkommunikation (Kritik, Analyse, Referenzen);
- globale Distribution und Recherchierbarkeit lokaler Angebote, so dass man von einer „Glokalisierung“ der Medienkommunikation sprechen kann.

Einige der genannten Kommunikationsoptionen machen deutlich, dass der Netzwerk-Journalismus als Erweiterung oder Radikalisierung des so genannten „Public-, Civic- oder Community-Journalism“ verstanden werden kann. Aufgrund der Einsicht, dass „telling the news is not enough – so der Untertitel des Buches von Merritt – wird ein Journalismus-Konzept entwickelt, demzufolge es eine konstitutive Aufgabe von Journalismus ist, ein Forum für öffentliche Kritik und Kommentierung zu errichten und die Rezipienten nicht als Käufer und Leser, sondern als Bürger zu sehen. Diese Modifikation wird mit folgenden Transformationen charakterisiert (vgl. Merritt 1995; Charity 1995; Kovach/ Rosenstiel 2001): Public Journalism

- erweitert die Aufgabe der Nachrichtenvermittlung um die Aufgabe der Moderation von Gemeinschaften,

- wandelt sich vom neutralen Beobachter zum fairen Teilnehmer des öffentlichen Lebens,
- sieht das Publikum nicht mehr als Konsumenten, sondern als Partner und Akteur in einem demokratischen Prozess.

Die Idee der Blogosphäre, derzufolge Journalismus und Weblogs ein gemeinsames Ökosystem der Kommunikation bilden, lässt sich als die digitale Variante des Public Journalism betrachten. Die Weblogs stehen dabei für eine Community, die verschiedene Anschlussstellen an den klassischen Journalismus ausgebildet hat: Sie beliefert ihn mit Informationen, sie analysiert und distribuiert seine Beiträge durch systematische Verlinkung und schafft durch Diskussion eine thematische Struktur der Öffentlichkeit. Auf der Basis von Einzelfall-Analysen aus der Weblog-Kommunikation hat John Hiler das Modell eines „Iterative Journalism“ (Hiler 2002) entwickelt, in dem das Zusammenspiel von Weblogs und Journalismus systematisiert ist: in einem ersten Schritt werden Beiträge und Themen durch „Grassroot-Reporting“ in den Weblogs in Umlauf gebracht. Zweitens selektieren die bereits beschriebenen Filtersysteme der Blogosphäre bestimmte Beiträge und Themen aus. Im dritten Schritt werden von Journalisten, die der Weblog-Community angehören oder Zugang haben, Themen und Beiträge aufgegriffen und in die klassische Medienkommunikation eingebracht. Im nächsten Schritt wird die Berichterstattung in Printmedien, Hörfunk und Fernsehen an die Weblog-Kommunikation rückgekoppelt, indem Beiträge überprüft, diskutiert und in das Verlinkungssystem aufgenommen werden. Durch Nachrecherche und neue Fakten kann der Prozess dieses iterativen Journalismus dann wieder von vorne beginnen.

Dass wir es tatsächlich bereits mit einem integrierten Funktionssystem zu tun haben, dessen Hauptmerkmal die globale Vernetzung darstellt, soll an zwei Beispielen verdeutlicht werden:

Das erste Beispiel zeigt, in welcher Weise die Organisationsform der Blogosphäre zur globalen Distribution eines zunächst privaten Tagebucheintrags über die Leiden einer Schülerin beiträgt. Das Private wird öffentlich und zwar im globalen Maßstab, beschreibbar als Glokalisierung. Unter dem Pseudonym Cecile deBois berichtet eine 14-jährige Amerikanerin in ihrem Blog darüber, wie ihre Lehrerin sie öffentlich als rassistisch dargestellt habe, weil sie sich in einem Essay negativ über die Frauenemanzipation und die Förderungsprogramme für Minoritäten ausgesprochen hatte. Blogs in England griffen die Geschichte auf, die schließlich auf einem der zentralen konservativen US-Blogs, Instapundit, landete und von dort aus vielfach weiterverlinkt wurde. Die Abrufzahlen des Blogs der Schülerin nahmen dadurch von 100 am Tag auf 100 pro Stunde zu, bis der Online-Dienst „National Review online“ schließlich einen Beitrag der Mutter „My daughter gets cyber-discovered“ veröffentlichte (Seipp 2004). In diesem Beitrag wird nicht nur die Kommunikationsgeschichte des Falles aufgerollt, sondern es werden auch Reflexionen über die Funktionsweise der Blogosphäre angestellt: „The Internet really has folded certain corners of the planet into the small town of Blogville, Planet Earth; conversely, the traditionally small, closed world of high school can no longer be so small and closed – not when any kid can find countless informed opinions that differ from what the teacher thinks with just a few mouse clicks“. Ähnlich gelagerte Beispiele machten in jüngerer Zeit die Runde in der Blogosphäre, bei denen Angestellte in ihren privaten Weblogs über ihren Arbeitgeber berichteten, entlassen wurde und damit über lokale Grenzen hinaus Aufmerksamkeit in der Blogosphäre auf sich zogen<sup>30</sup>. Strukturell liegt

---

<sup>30</sup> Beispiele: Google-Mitarbeiter: <http://www.netzeitung.de/internet/325026.html>; (Abruf 6.5.2005);  
 Stewardess: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,328220,00.html> (Abruf 3.3.2005);  
 Buchverkäufer: <http://www.taz.de/pt/2005/01/18/a0187.nf/text.ges,1> (Abruf 6.5.2005)

hier jeweils ein Fall von kommunikativer Glokalisierung vor, was sich darin widerspiegelt, dass vom singulären Ereignis ausgehend grundlegende Prinzipien der schulischen Ausbildung oder der offenen Meinungsäußerung über seinen Arbeitgeber diskutiert werden – und zwar global. Entlang eines Themas ist so eine virtuelle Gemeinschaft entstanden, die kollektiv Öffentlichkeit im Luhmannschen Sinne als eine thematische Struktur konstituiert. Während in der Welt der traditionellen Medien der Journalismus durch Selektion die Themen für öffentliche Meinungsbildung auswählt, geschieht dies in der Blogosphäre selbstgesteuert durch das beschriebene Netzwerk und die spezifischen Mechanismen der Online-Kommunikation.

Die Beispiele machen nicht nur deutlich, dass die journalistische Äquivalenzfunktion durch die innere Ausdifferenzierung des Kommunikationssystems umgesetzt wird. Sie zeigen auch, dass diese innere Ausdifferenzierung eng mit Änderungen der System-Umwelt-Beziehung – also die Beziehung der Weblog-Kommunikation zur privaten und zur institutionellen Kommunikation – verbunden ist. Themen, die in den klassischen Medien höchstens in die Daily Talks des Fernsehens Eingang finden, können durch die Weblogs eine globale Form der Öffentlichkeit erzielen, ohne dass ein weiterer journalistischer Selektionsprozess notwendig wird. Was unter der Etikette Public Journalism bislang als Projekt der professionellen journalistischen Akteure konzipiert war, ist zu einem Projekt der Gemeinschaft selbst geworden.

Unter dem Gesichtspunkt der veränderten System-Umwelt-Beziehung erscheinen die weiter vorne dargestellten Fälle der globalen Krisenkommunikation in Weblogs nochmals in einem anderen Licht. Funktional sind sie erklärbar als Ausdifferenzierung eines Kommunikationssystems, mit der dem globalen Charakter von Krisen ebenso begegnet wird, wie dem bereits verschiedentlich diagnostizierten Ende des Journalismus (vgl. Katz 1992) angesichts der Deutungsmacht von Öffentlichkeitsarbeit – sei sie militärischer oder wirtschaftlicher Art.

Ein zweites Beispiel für die Übernahmen journalistischer Äquivalenzfunktion durch die Weblog-Kommunikation bietet der US-amerikanische Präsidentschaftswahlkampf 2004. Die Effektivität der selbst gesteuerten Netzwerk-Kommunikation wurde nicht nur durch die äußerst erfolgreiche Einwerbung von Wahlkampfgeldern des Kandidaten Howard Dean über verschiedene Internet-Werkzeuge unter Beweis gestellt. Dean gelang es auch, mit seinem Weblog „Blog for America“ die lokalen Wahlkampfauftritte und -aktivitäten durch eine digitale Dauerbegleitung zu nationalisieren und die Aufmerksamkeit der Medien verstärkt auf diese neue Form der politischen Kommunikation zu lenken. Mit den bereits erwähnten Watchblogs wird wie im Falle der Initiative „Adopt a Journalist“ eine Metaform der Wahlkampf-Berichterstattung etabliert. Glaser sieht in den Watchblogs „another step in the evolution of reader feedback and media criticism“ (vgl. Glaser 2004a), der entscheidend zur Qualitätssicherung des klassischen Journalismus beitragen kann. Bereits die in der Blogosphäre erreichten Enttarnungen einer Fotomanipulation, die den Kandidaten J.F. Kerry mit Jane Fonda auf einer Rednertribüne zeigen soll, belegen, dass in den Weblogs auch eigenständige Recherche zum Wahlkampf stattfindet. Die klare Parteinahme der meisten Weblogs, seien es die der Kandidaten selbst oder ihrer Anhänger, lässt sich durchaus als Optimierung der Wahlkampf-Kommunikation sehen. So sieht der ehemalige Berater von Howard Dean, Markos Moulitsas Zúniga, der selbst das Weblog „Daily Kos“ (<http://www.dailykos.com>) betreibt, den Erfolg der Blogosphäre gerade darin begründet, „dass sich die Leute nach klar positionierten Informationen sehnen“ (Lerche 2004).

Generell lässt sich festhalten, dass die Weblog-Kommunikation eine entscheidende Ausweitung der bisherigen Wahlkampf-Kommunikation darstellt, die sich traditionell aus der politischen PR der Parteien und ihrer Kandidaten sowie der entsprechenden

massenmedialen Kommunikation zusammengesetzt hat. Mit den Weblogs hat diese Form der Wahlkampf-Kommunikation nicht nur in den USA, sondern beispielsweise auch bei den Parlamentswahlen 2005 in Großbritannien ([http://news.com.com/Blogging+blossoms+in+British+election/2100-1028\\_3-5693876.html](http://news.com.com/Blogging+blossoms+in+British+election/2100-1028_3-5693876.html)) eine neue Ebene, neue Akteure und eine neue Dynamik erhalten, die entscheidend durch den Netzwerkcharakter der Kommunikation bedingt ist.

#### **4 Weblogs – evolutionär betrachtet oder: Journalismus in der Weltgesellschaft**

Fasst man die bislang beschriebenen Phänomene der Weblog-Kommunikation zusammen, so lassen sich diese Tendenzen als Reaktionen auf die Irritationen des Journalismus durch die Globalisierung der Kommunikation auffassen. Insbesondere die globalen Krisen des letzten Jahrzehnts haben gezeigt, dass die Thematisierungsfunktion für die öffentliche Meinungsbildung nicht mehr ausschließlich dem traditionellen Journalismus überlassen werden kann. Die verschiedentlich geäußerten Forderungen nach einer Transformation des Journalismus vom Gatekeeper- zum Informations-Guide (Hall 2000, 393; vgl. auch Bucher 2001, 2002) ist die Kehrseite dieses funktionalen Defizits. Mit dem Internet als globalem Netzwerkmedium ist eine kommunikative Infrastruktur entstanden, die die Voraussetzungen für die Entstehung globaler Öffentlichkeiten bereithält. Die damit verbundene Entbettung der Medienkommunikation, mit all ihren Risiken (vgl. Bucher 2002), ist die Bedingung der Möglichkeit eines Journalismus in der Weltgesellschaft. Wie die Alternativpresse und die Piratenradios der 1960er und 1970er Jahre nur im Zusammenhang einer alternativen Öffentlichkeit zu verstehen sind, die durch die klassischen Medien nicht mehr abgedeckt war, so entwickeln sich die netzwerkorientierten Kommunikationsformen des Internets Hand in Hand mit einer globalen Öffentlichkeit, die bislang durch die klassischen Massenmedien unberücksichtigt geblieben sind. Global distribuierte Medienangebote wie beispielsweise CNN, können diese Funktionen nicht erfüllen, da sie zu sehr in nationalen Kulturen verankert bleiben. Die ebenfalls global agierenden Bild- und Textagenturen liefern zwar mögliche Themen und Nachrichten, gewissermaßen den Stoff für den Journalismus, können aber selbst keine Öffentlichkeiten konstituieren.

Die Frage, inwiefern die beschriebene Entwicklung Teil eines Strukturwandels der Medienkommunikation darstellt, soll sie zum Abschluss an den Kriterien bemessen werden, die für derartige Wandlungsprozesse formuliert worden sind. Ein Strukturwandel kann nach einem Modell von Siegfried Schmidt (Schmidt 2000, 175-195) angenommen werden, wenn sich unter anderem folgende Entwicklungskonstanten beobachten lassen: eine Disziplinierung der Wahrnehmung, die Aussicht auf Demokratisierung, Kommerzialisierung, Individualisierung, Kontingenzerfahrungen der Rezipienten, sowie Intermedialität und Reflexivität. Alle Veränderungsdimensionen lassen sich auf die Weblog-Kommunikation anwenden.

Hinsichtlich einer Disziplinierung der Wahrnehmung müssen Teilnehmer der Weblog-Kommunikation lernen, sich selbst als Bestandteil eines Netzwerkes zu sehen, was eine enorme Ausweitung des Mead'schen Identitätskonzeptes darstellt. Nicht der generalisierte andere aus der eigenen Kultur wird zur Orientierung des eigenen Handelns sondern dessen globale und kulturelle Vervielfältigung. Die Dynamik der Identitätsgewinnung und die Ausbildung hybrider Identitäten in virtuellen Gemeinschaften hat hier ihren Ausgangspunkt (Burnett/Marshall 2003, 61-80). Während die one-to-many-Medien die „operative Fiktion universeller Informiertheit“ (Luhmann 1981, 314) erzeugen – ein Wissensstand wird als gemeinsam geteilter unterstellt –, ist es für many-to-many-Medien typisch, dass die Teilnehmer von der

Voraussetzung einer universellen kommunikativen Erreichbarkeit ausgehen. Es ist genau diese Art einer „operativen Fiktion“ die erst die raum-zeitlichen Bedingungen für globale Öffentlichkeiten schafft. Das von Schmidt als Entwicklungskonstante der Mediengeschichte angeführte Demokratieversprechen ist in der Agora-Metapher für die Online-Kommunikation explizit angesprochen und durch die Weblogs in idealtypischer Weise auch realisierbar. Die Kontingenzerfahrung der Rezipienten, also die Erfahrung begrenzter Verständigungsmöglichkeiten, ist im Falle der Weblog-Kommunikation gegenüber der klassischen Medienkommunikation um ein vielfaches gesteigert: Die Quantität der Informationsangebote, die anonyme Quellenlage, die noch nicht umfassend etablierte Qualitätskontrolle und die Unübersichtlichkeit der Kommunikationsstrukturen macht eine begründete Auswahl dessen, was relevant ist, um einiges schwieriger als im Falle der traditionellen Print-, Hörfunk- oder Fernsehangebote. Ein Bestandteil dieser Kontingenzerfahrung ist das Problem des Vertrauens, das für digital vermittelte Kommunikationsformen virulent ist (vgl. Bucher 2002; Büffel 2002). Die beschriebenen Metamedien wie Suchmaschinen, Metablogs und Analysetools zeigen auch für die Weblogs, dass mediale Entwicklungen immer mit einer verstärkten Reflexivität des Mediensystems einhergehen, in der sich die durch das zusätzliche Medium erweiterten Selbstbeobachtungsmöglichkeiten spiegeln. Während sich die bislang behandelten „Entwicklungskonstanten“, die Schmidt für Mediengeschichte ansetzt, auf die Weblog-Kommunikation übertragen lassen, verhält sich das Kriterium der „Kommerzialisierung“ zunächst sperrig. „Ein Medium setzt sich erst dann durch, wenn es eine gewinnbringende Vermarktung in Aussicht beziehungsweise bereits unter Beweis stellt“ (Schmidt 2000, 190). Das tun die Weblogs gerade nicht. Allerdings lässt sich das von Schmidt formulierte ökonomische Prinzip in anderer Weise anwenden: Weblogs setzen sich durch, weil die Kosten für diese Kommunikationsform – sowohl die materiellen wie die ideellen – gegen Null tendieren. Wer bereits über Alltags-Internet-Kompetenz verfügt, kann auch ein Weblog betreiben, da die entsprechende Software und die Provider-Angebote die kommunikative Infrastruktur bereitstellen.

Die Übertragbarkeit der Entwicklungskonstanten der Mediengeschichte auf die neu entstandene Netzwerk-Kommunikation liefert also starke Indizien dafür, dass wir es mit einem Strukturwandel des Journalismus und im weiteren mit einem Strukturwandel der öffentlichen Kommunikation zu tun haben. Konstitutiv für die Entstehung einer Blogosphäre sind die in diesem Beitrag beschriebenen Koordinationsverfahren und die funktionale Angemessenheit der Operationen an eine globale Kommunikationsumwelt der Weltgesellschaft. „Tatsache ist, dass eine Weltgesellschaft sich als einheitliches System längst konstituiert hat. Es sind die Denk- und Wahrnehmungsstrukturen der Tradition, die es uns erschweren, diesen Tatbestand zu erkennen und anzuerkennen“ (Luhmann 1981, 310). Die weitsichtige Diagnose Luhmanns aus dem Jahre 1981 ist angesichts der beschriebenen Transformationen der Medienkommunikation zu einer Zustandsbeschreibung geworden. Die Tatsache, dass der klassische Journalismus sich im Sinne des Zitats äußerst traditionell verhält, ist ein zentraler Faktor für die Erklärung der Weblog-Kommunikation. Sie verkörpert den Strukturwandel des Journalismus unter den Bedingungen einer Weltgesellschaft.

## **Literatur**

Beck, U. (2004): *Der kosmopolitische Blick oder: Krieg ist Frieden*. Frankfurt (Suhrkamp).

- Bieber, C. (2004): *Deans Fehler im Online-Wahlkampf. Und wieder ist eine politische Online-Kampagne gescheitert - aber nicht das Internet als Politikarena. Eine kritische Würdigung des US-Internet-Wahlkampfes.*  
<http://www.politik-digital.de/edemocracy/wahlkampf/us04dean.shtml>,  
 18.02.2004.
- Blood, R. (2002a): *We've got blog. How weblogs are changing our culture. Introduction* by Rebecca Blood. Cambridge, (Perseus Publishing).
- Blood, R. (2002b): *Weblog Ethics.*  
[http://www.rebeccablood.net/handbook/excerpts/weblog\\_ethics.html](http://www.rebeccablood.net/handbook/excerpts/weblog_ethics.html),  
 10.12.2002.
- Blood, R. (2003): *Weblogs and Journalism: Do they connect? In: Nieman Reports, Vol. 57, No. 3, Fall 2003 (The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University), 61-63.*
- Boutin, P. (2003): *Q: Is the Baghdad Blogger for real?,*  
<http://paulboutin.weblogger.com/2003/03/20>, 28.3.2003.
- Bowman, S. / Willis, C. (2003): *We Media. How audiences are shaping the future of news and information.*  
[http://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf), 16.7.2003.
- Bucher, H.-J. (2001): *Internet und globale Kommunikation. Strukturwandel der Öffentlichkeit? In: Hepp, A./ Löffelholz, M. (Hrsg.): Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation, Konstanz (UVK / UTB), S. 500-530.*
- Bucher, H.-J. (2002): *Crisis Communication and the Internet. Risk and Trust in Global Media.* [http://www.firstmonday.org/issues/issue7\\_4/bucher/index.html](http://www.firstmonday.org/issues/issue7_4/bucher/index.html), 4.9.2002.
- Bucher, H.-J. (2004): *Krieg im Internet. Informationsrisiken und Aufmerksamkeitsökonomie in der vernetzten Kriegskommunikation. In: Löffelholz, M. (Hrsg.): Krieg als Medienereignis II. Wiesbaden (Westdeutscher Verlag).*
- Büffel, S. (2002): *Usability und Vertrauen bei der Nutzung von Internet-Angeboten: Theoretische Überlegungen und empirische Befunde. In: Bucher, H.-J./ Jäckel, M. (Hrsg.): Die Kommunikationsqualität von E-Business-Plattformen. Empirische Untersuchungen zu Usability und Vertrauen von Online-Angeboten. Trier (Eigenverlag), S. 145-173.*
- Burnett, R./ Marshall, P. D. (2003): *Web Theory. An Introduction.* London, New York (Routledge).
- Castells, M. (2001): *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business, and Society.* Oxford (University Press).
- Castells, M. (1996): *The Rise of the Network Society. (deutsch: Das Informationszeitalter I: Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft, 2003) Oxford (Blackwell).*
- Charity, A. (1995): *Doing Public Journalism.* New York (The Guilford Press).

- Deuze, M. (2002): *The Internet and its Journalisms, Part I: A Typology of Online Journalism*. <http://www.ojr.org/ojr/future/1026407729.php>, 8.11.2002.
- Dieberger, A. (1999): *Social Connotations of Space in the Design of Virtual Communities and Social Navigation*. In: Munro, A. J. et al. (Hrsg.): *Social Navigation of Information Space*. London u.a. (Springer), S. 35-80.
- Fleishman, G. (2001): *Been 'blogging'? Web discourse hits higher level*. *The Seattle Times*, 10.4.2001.
- Gelinsky, K. (2005): *Erlebtes und „Erlebtes“*. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 6.1.2005.
- Glaser, M. (2003): *Journalists debate closure of another blog*. <http://www.ojr.org/ojr/glaser/1051593413.php>, 29.4.2003.
- Glaser, M. (2004a): *'Watchblogs' put the political process under the microscope*. <http://ojr.org/ojr/glaser/1076465317.php>, 11.2.2004.
- Glaser, M. (2004b): *Bloggers, Citizen Media and Rather's Fall -- Little People Rise Up in 2004*. <http://www.ojr.org/ojr/stories/041221Glaser/>, 21.12.2004.
- Grieger, K.-H./ Kollert, U./ Barnay, M. (1987): *Zum Beispiel Radio Dreyeckland. Wie freies Radio gemacht wird – Geschichte, Praxis, politischer Kampf*. Freiburg.
- Hall, J. (2000): *The First Web War. Bad Things Happen in Unimportant Places*. *Journalism Studies* 1(3): 387-404.
- Hall, J. (2001): *Online Journalism. A Critical Primer*. Sterling (Pluto Press).
- Herring, S. et al. (2005): *Conversations in the blogosphere: An analysis "from the bottom up"*. *Proceedings of the Thirty-Eighth Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-38)*. Los Alamitos (IEEE Press).
- Hiler, J. (2002): *Blogosphere: the emerging Media Ecosystem. How Weblogs and Journalists work together to Report, Filter and Break the News*. <http://www.microcontentnews.com/articles/blogosphere.htm>, 28.04.2004.
- Howard, P. (2002): *Network ethnography and the hypermedia organization: New organizations, new media, new methods*. In: *New Media & Society*, 4(4), 551-575.
- Katz, E. (1992): *The End of the Journalism? Notes on Watching the War*. In: *Journal of Communication* 3, 5-13.
- Kovach, B./ Rosenstiel, T. (2001): *The Elements of Journalism. What News People should know and the Public should expect*. New York (Crown).
- Lasica, J.D. (2001/02a): *Blogging as a Form of Journalism*. gepostet: 24.5.2004, modifiziert: 29.4.2002, <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017958873.php>, 25.5.2004/ 3.5.2003.

- Lasica, J.D. (2001/02b): *Weblogs: A New Source of News. Blogs will supplement, not supplant, traditional media.* geposted: 31.5.2001, modifiziert: 18.4.2002, <http://www.ojr.org/ojr/lasica/1019165278.php>, 3.6.2001/ 19.4.2002.
- Lerche, C. (2004): *Erfolg der Blogosphere wird steigen.* <http://www.politik-digital.de/edemocracy/wahlkampf/webloginterview.shtml>, 18.02.04.
- Löffelholz, M. et al. (2003): *Onlinejournalisten in Deutschland. Zentrale Befunde der ersten Repräsentativbefragung deutscher Online-Journalisten.* In: *Media Perspektiven* 10/ 2003, S. 477-486.
- Luhmann, N. 1981. *Veränderungen im System gesellschaftlicher Kommunikation und die Massenmedien.* In: *ders.: Soziologische Aufklärung. Aufsätze zur Theorie sozialer Systeme, Band 3, Opladen (Westdeutscher Verlag)*, S. 309-320.
- Luhmann, N. (1995); *Die Kunst der Gesellschaft.* Frankfurt a. M. (Suhrkamp).
- Luhmann, N. (1996). *Die Realität der Massenmedien.* Wiesbaden (Westdeutscher Verlag).
- Luhmann, N. (1997). *Die Gesellschaft der Gesellschaft.* Frankfurt a. M.(Suhrkamp).
- McCarthy, R. (2003): *Salam's Story.*  
<http://www.guardian.co.uk/Iraq/Story/0,2763,966819,00.html>, 1.6.2003.
- Mernit, S. (2003): *Kevin Sites and the Blogging Controversy.*  
<http://www.ojr.org/ojr/workplace/1049381758.php>, 12.4.2003.
- Merritt, D. (1995). *Public Journalism and Public Life. Why Telling the News is not Enough.* Hillsdale (Lawrence Erlbaum Associates).
- Mooney, C. (2003): *How blogging changed Journalism – almost.* In: *Pittsburgh Post Gazette*, 2. Februar 2003.
- Mrazek, T. (2003): *Journalisten-Weblogs: I bLog, You bLog, We bLog? Web Log!.*  
<http://www.onlinejournalismus.de/webwatch/weblogs.php>, 12.9.2003.
- Neuberger, C. (2003). *Onlinejournalismus: Veränderungen - Glaubwürdigkeit - Technisierung. Eine Sekundäranalyse bisheriger Forschungsergebnisse und wissenschaftlicher Analysen.* In: *Media Perspektiven* (3), 131-138.
- Neuberger, C./ Tonnemacher, J. (Hrsg.) (2003): *Online – Die Zukunft der Zeitung? Das Engagement deutscher Tageszeitungen im Internet. 2., vollständig überarbeitete und aktualisierte Auflage.* Opladen (Westdeutscher Verlag).
- Nieman Reports (2003): *Journalist's Trade: Weblogs and Journalism.* In: *Nieman Reports* 57 (3), (The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University).
- Park, H. W./ Thelwall, M. (2003): *Hyperlink Analyses of the World Wide Web: A Review.* <http://www.ascusc.org/jcmc/vol8/issue4/park.html>, 6.5.2005.
- Patalong, F. (2003): *Warblogging: Ganz andere Kriegsnachrichten.*  
<http://www.spiegel.de/netzwelt/netzkultur/0,1518,241981,00.html>, 27.3.2003.
- Pavlik, J.V. (2001): *Journalism and new media.* New York (Columbia University Press).

- Quandt, T. (2002): Virtueller Journalismus im Netz? Eine strukturationstheoretische Annäherung an das Handeln in Online-Redaktionen. In: Baum, A./ Schmidt, S. J. (Hrsg.): Fakten und Fiktionen. Über den Umgang mit Medienwirklichkeiten. Konstanz (UVK), 233-253.*
- Rühl, M. (1980): Journalismus und Gesellschaft: Bestandsaufnahme und Theorieentwurf. Mainz (v. Hase und Koehler).*
- Schmidt, S. J. (2000): Kalte Faszination. Medien, Kultur, Wissenschaft in der Mediengesellschaft. Weilerswist (Velbrück Wissenschaft).*
- Seipp, C. (2004): She Was a Teenaged Blogger. My daughter gets cyber-discovered. <http://nationalreview.com/comment/seipp200402120821.asp>, 14.3.2004.*
- Srinivas, S. (2005): Online Citizen Journalists Respond to South Asian Disaster. <http://www.ojr.org/ojr/stories/050107srinivas>, 9.1.2005.*
- von Streit, A. (2005): Vernetzte Beobachter. Wie Weblogs den Medienjournalismus ausweiten. [http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k23\\_vonStreitAlexander.html](http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k23_vonStreitAlexander.html), 6.4.2005.*