

Gliederung:

1	Einleitung: Das Internet und die Demokratie.....	3
2	Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit	6
2.1	Zum Begriff der Öffentlichkeit	6
2.2	Voraussetzungen für eine politische Öffentlichkeit	7
2.3	Die Funktion von Öffentlichkeit	8
2.4	Zum Begriff der Teil- und Gegenöffentlichkeit	11
3	Medien und ihre Auswirkung auf kommunikatives Handeln und Öffentlichkeit.....	15
3.1	Vier Pfade der Diffusion neuer Medien	15
3.2	Meinungsbildung zwischen massenmedialer und interpersonaler Kommunikation	17
4	Weblogs – die Rettung der modernen Demokratie?	20
4.1	Die Entwicklung von Weblogs in den letzten 10 Jahren.....	20
4.2	Eigenschaften von Weblogs und ihr spezifisches kommunikationstheoretisches Potential.....	21
4.3	Die Rolle von Weblogs in der politischen Kommunikation	23
4.3.1	Weblogs als Teil der politischen Öffentlichkeit.....	23
4.3.2	Weblogs als Teil- oder Gegenöffentlichkeit.....	29
4.3.3	Weblogs und Meinungsbildung.....	30
4.4	Weblogs von Politikern.....	31
4.5	Weblogs in repressiven Systemen.....	34
4.6	Zwischenfazit: Weblogs als Weg aus der Krise?	35
5	Hypothesen zur Auswirkung des Mediums Weblog auf Öffentlichkeit und Politik.....	37
5.1	Weblogs und netzbasierte Öffentlichkeit	38
5.2	Weblogs und ihr Zusammenhang mit Politik.....	42
6	Empirische Bewertung von Weblogs	45
6.1	Bemerkungen zur Methodik.....	45
6.1.1	Chancen und Risiken von standardisierten Online-Befragungen.....	45
6.1.2	Zur Studie „Wie ich blogge!“	47
6.2	Datengrundlage	49
6.3	Soziodemographie.....	50
6.4	Zugangsbeschränkungen in der politischen Blogosphäre	55
6.5	Kommentare.....	56
6.6	Motive für das Bloggen.....	58
6.7	Anonymität in der politischen Blogosphäre.....	59
6.8	Politblogger und politische Partizipation	60
6.9	Themen in politischen Weblogs.....	65

6.10	Parteineigung unter politischen Bloggern.....	67
6.11	Erwartungen von Lesern politischer Weblogs	70
6.12	Zusammenfassendes Modell: Determinanten für politisches Bloggen	71
7	Bewertung der Hypothesen	73
8	Fazit	79
	Literaturverzeichnis:	80
	Abbildungsverzeichnis:	84
	Tabellenverzeichnis:	84

1 Einleitung: Das Internet und die Demokratie

„Das Internet ist ohne Zweifel eine der gegenwärtig wichtigsten technischen Entwicklungen mit dem Potential zur Veränderung der kulturellen Grundlagen demokratischer Politik“ (Grunwald, 2005, S. 53).

Moderne Demokratien sehen sich aktuell mit einer Reihe von Problemen konfrontiert, die ihr Fortbestehen auf Dauer gefährden könnten. Internationaler Terrorismus, globale Umweltverschmutzung und ein durch Globalisierung ausgelöster weltweiter wirtschaftlicher Druck sind dabei jedoch nur einige Sorgen westlicher Industrienationen. Im Gegensatz zu diesen in den Medien stark präsenten Themen, die eine Bedrohung von „außen“ darstellen, sind Politikverdrossenheit, Wahlmüdigkeit und „Legitimitätsprobleme des repräsentativen Demokratiemodells in zunehmend weniger hierarchisch strukturierten Gesellschaften“ (Grunwald, 2005, S.9) Gefahren, die unsere Gesellschaften von „innen“ auszuhöhlen drohen.

Auch wenn ihre mediale Präsenz zurzeit vergleichsweise gering ist, so sind diese Probleme dennoch nichtsdestotrotz gefährlich, da sie die Grundpfeiler unserer Zivilisation stetig erodieren. Ein System, das auf der Beteiligung aller an der politischen Willensbildung aufgebaut ist, braucht politisch interessierte, informierte und engagierte Bürger.

Zwar halten aktuell immer noch rund 77% der Bevölkerung die Demokratie für die beste Regierungsformen (vgl. Kornelius et al., 2004, S.12 ff.), doch sehen viele Bürger ihr Fortbestehen bedroht. Fast die Hälfte der Menschen in Deutschland sieht die Gesellschaft mit größeren Problemen konfrontiert, 36% gehen von einer schweren Krise aus und 11% glauben, dass wir „uns auf eine Katastrophe zu bewegen“ (vgl. Kornelius et al., 2004, S.13). Die Verantwortung hierfür liegt vor allem im Bereich der Politik: 73% meinen, dass die politischen Führungskräfte ihre Aufgaben nicht zur Genüge erfüllen. Parteien und Politiker haben ein deutlich unterdurchschnittliches Image, auch da 68% der Bürger ihnen mangelnde Responsivität zuschreiben und 55% für sich keine Möglichkeit sehen, auf das Regierungshandeln Einfluss zu nehmen (vgl. Kornelius et al., 2004, S.12 ff.). Dies alles führt zu einer generellen Unzufriedenheit mit Demokratie bei über der Hälfte der Bevölkerung und zu sinkenden Wahlbeteiligungen.

Um dieser Krise entgegenzuwirken und so deren Fortbestand zu sichern, werden seit längerer Zeit Wege gesucht, die Bürger wieder mehr in den politischen Entscheidungsprozess einzubinden und Kanäle zu einer verbesserten Bürger-Politiker-Kommunikation zu eröffnen. Daher war zu Beginn der Ausbreitung des Internets als Massenmedium in den 1990er Jahren

die Euphorie zunächst groß: „computer mediated communication (...) will undo the damage done to politics by the old media (...) new media hails a rebirth of democratic life” (Bryan/Tsagarousianou/Tambini nach Schmidt, 2005, S.152). Im Sinne der Mobilisierungsthese wurde vom Ende der Demokratiekrise gesprochen. Diese geht davon aus, dass ein Anwachsen der internetbasierten Kommunikation zu einer Zunahme der kommunikativen Aktivitäten insgesamt und folglich zu mehr öffentlichem Diskurs und einer Belebung der Demokratie führt. Es war die Rede von einer neuen Ära der Cyberdemokratie, in der alle Bürger aktiv in die demokratischen Entscheidungsprozesse auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene eingebunden wären, was schließlich zu mehr basisdemokratischem Aktionismus und einem Austausch von Ideen führen würde (vgl. Grunwald, 2005, S. 54).

Es wurden zahlreiche Projekte zur Implementierung direktdemokratischer Elemente über das Internet initiiert, die unter den Begriffen E- Government und E- Democracy zusammengefasst werden können. Dort sollten Bürger leichteren Zugang zu Informationen sowie die Möglichkeit erhalten, an öffentlichen Diskursen teilzunehmen und Einfluss auf politische Entscheidungsprozesse auszuüben. Allerdings stellte sich bald Ernüchterung ein, als der erwartete Anstieg der politischen Beteiligung unter den Bürgern weitestgehend ausblieb.

Ein neues Medium der Onlinekommunikation hat jedoch jüngst dazu beigetragen, dass die Hoffnungen von damals erneut aufgekeimt sind: Weblogs. Ihre Bezeichnung setzt sich dabei aus den Worten Web, als Referenz an ihren Onlinebezug, und Log zusammen, einem Begriff, der aus der Seefahrt entlehnt ist und dort für das Schiffstagebuch des Kapitäns steht. Es handelt sich also dem Wort nach um Onlinetagebücher, die auch tatsächlich die genuine und am weitesten verbreitete Art des auch kurz Blog genannten Mediums darstellen. Allerdings nutzt eine steigende Zahl von Menschen das neue Kommunikationsformat auch, um sich über politische Ideen, aktuelle Geschehnisse sowie deren Bewertung auszutauschen. Hier könnte der Beginn einer neuen Form von (Netz-) Öffentlichkeit liegen, in der die ideale Sprechsituation nach Habermas verwirklicht scheint. Der prominente Blogger Joi Ito geht sogar so weit zu sagen, “that weblogs will allow the net to exhibit emergent behavior and properly used, this will allow us to create a new form of global democracy” (Ito, 2003). Das Ziel der folgenden Abhandlung wird sein aufzuzeigen, inwieweit Weblogs tatsächlich zu einer Veränderung des öffentlichen politischen Diskurses und somit zu einer Wiederbelebung der durch Wahlmüdigkeit und Legitimationsprobleme in der Krise befindlichen modernen Demokratie führen (können).

Dazu werde ich zunächst auf die Entstehung des Begriffs der „Öffentlichkeit“ eingehen. Im Anschluss daran werden die Voraussetzungen die für eine politische Öffentlichkeit erfüllt sein müssen aufgezeigt und welche Funktionen sich daraus für sie ergeben. Nach der Definition von Teil- und Gegenöffentlichkeiten folgt die Beschäftigung mit aktuellen Problemen moderner Öffentlichkeit. Im darauf folgenden Kapitel erörtere ich den Einfluss von Medien auf kommunikatives Handeln und Öffentlichkeit. Dazu sind zunächst vier Pfade der Diffusion neuer Medien zu unterscheiden. Schließlich beschäftige ich mich mit der Rolle von Massenmedien und interpersoneller Kommunikation bei der Meinungsbildung.

Im Anschluss daran werde ich genauer auf das Phänomen Weblogs eingehen und sowohl ihre Entwicklung in den letzten 10 Jahren als auch ihr spezifisches Potential und ihre Rolle in der politischen Kommunikation beleuchten. Hier schließt der empirische Teil der Arbeit an, der sich auf die Daten der Online-Befragung „Wie ich blogge!?“ der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“ der Universität Bamberg stützt. Es werde dazu zunächst methodische Probleme der vorliegenden Onlinedaten aufgezeigt und daraufhin Hypothesen zur Bedeutung von Weblogs für den öffentlichen politischen Diskurs aufgestellt. Diese unterziehe ich im Anschluss einer empirischen Prüfung. Zuletzt strebe ich eine Synthese sowohl der theoretischen Überlegungen als auch der neu gewonnen Erkenntnisse in einem Fazit zur (zukünftigen) Bedeutung von Weblogs in der politischen Öffentlichkeit an.

2 Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit

2.1 Zum Begriff der Öffentlichkeit

Zunächst stellt sich die Frage, was „öffentlich“ eigentlich bedeutet und was somit mit dem Begriff der „Öffentlichkeit“ gemeint ist. Zu der ursprünglichen Bedeutung des Wortes öffentlich als etwas, das „bekannt, klar und offensichtlich“ (Schiewe, 2004, S.29) ist und im Gegensatz zu „geheim“ steht, kommt im Laufe des 16. Jahrhunderts die Konnotation eines Zwecks hinzu, sodass nun mit öffentlich etwas bezeichnet wird, das „bekannt sein soll“ (Schiewe, 2004, S.30). Dabei muss ein Sachverhalt nicht zwangsläufig allen bekannt sein, um als öffentlich zu gelten. Vielmehr genügt die prinzipielle Möglichkeit der Kenntnisnahme.

Unter dem Einfluss der Anwendung des römischen Rechts wandelt sich die Bedeutung von öffentlich im 17. Jahrhundert erneut. Es wird, als Übersetzung des lateinischen „publicus“, zunehmend im Sinne von staatlich und damit als Gegensatz zu privat gebraucht und verliert weitestgehend seine Bedeutung als „allen zugänglich“, zumal viele Institutionen, die das „Öffentliche“ (und damit das Staatliche) verwalten, gerade unter Ausschluss der Allgemeinheit arbeiten.

Im 18. Jahrhundert findet zudem der ebenfalls aus dem Lateinischen stammende Begriff des Publikums eine immer häufigere Verwendung, zunächst analog zu „publicus“ lediglich als Empfänger öffentlich-staatlicher Anordnungen, später jedoch im Zuge der Aufklärung auch als Rezipient von Literatur und Kunst. Das durch Literatur und Kunst nunmehr zu „gebildeten und urteilsfähigen Menschen“ (Schiewe, 2004, S.60) erzogene Publikum bildet „eine Öffentlichkeit in unpolitischer Gestalt – die literarische Vorform der politisch fungierenden Öffentlichkeit“ (Habermas, 1990, S.88).

Im Zuge der zunehmenden Politisierung der Gesellschaft im 18. und 19. Jahrhundert und in Zusammenhang mit dem durch die Französische Revolution aufgekommenen Ausdruck der öffentlichen Meinung im Sinne eines Gegengewichts zur staatlichen Herrschaft entsteht in Deutschland der Begriff der politischen Öffentlichkeit. „Die politische Öffentlichkeit geht [dabei] aus der literarischen hervor [und] vermittelt durch öffentliche Meinung den Staat mit Bedürfnissen der Gesellschaft“ (Habermas, 1990, S.90). Sie „bildet einen Raum, in dem sich die öffentliche Meinung bildet und mit dem Anspruch eines Gegengewichts zur staatlichen Herrschaft auftritt“ (Schiewe, 2004, S.61).

Öffentlichkeit meint damit zusammenfassend sowohl einerseits die prinzipielle Zugänglichkeit zu Informationen, Meinungen und Institutionen für alle Menschen innerhalb eines politischen Systems als auch andererseits „die Forderung politisch bewusster Bürger,

ihrer reflektierten Meinung als einer repräsentativen ‚öffentlichen Meinung‘ auch ein politisches Gewicht zuzugestehen“ (Schiewe, 2004, S.283). Das heißt, dass Öffentlichkeit sich aus gut informierten Bürgern konstituiert, die auf Basis ihrer im Diskurs erworbenen politischen Kompetenz mittels Öffentlichkeit ihre Meinungen und Forderungen an den Staat und seine Organe kommunizieren. Diese Forderungen erhalten dabei umso mehr Nachdruck, je mehr sich eine artikulierte öffentliche Meinung und die tatsächliche Bevölkerungsmeynung decken, da dann „ein relativ starker Druck auf die politischen Entscheidungsträger“ (Neidhardt, 1994, S.8) entsteht.

2.2 Voraussetzungen für eine politische Öffentlichkeit

„Im Gespräch der Bürger miteinander kommen die Dinge zur Sprache und gewinnen Gestalt“ (Habermas, 1990, S.57).

Nachdem ich die Begrifflichkeit von Öffentlichkeit herausgearbeitet habe, wende ich mich nun der Frage zu, welche Voraussetzungen gegeben sein müssen, damit wir überhaupt von politischer Öffentlichkeit sprechen können. Hierzu beziehe ich mich vor allem auf Habermas und Neidhardt und ihre Abhandlungen zum Strukturwandel der Öffentlichkeit und zur öffentlichen Meinung.

Habermas fordert von einer politischen Öffentlichkeit, dass sie bestimmte Rahmenbedingungen für Kommunikation schafft, um eine demokratische Willens- und Meinungsbildung unter den Staatsbürgern zu ermöglichen. Es muss den Bürgern möglich sein, ihre Ansichten offen zu vertreten und diese im Rahmen eines unvoreingenommenen und rationalen Diskurses zu erörtern (vgl. Krüger, 2003). Es lassen sich bei ihm somit drei Eigenschaften von Öffentlichkeit identifizieren, die für sie konstitutiv und für das Erfüllen ihrer Funktion notwendig sind.

Zunächst „steht und fällt [die bürgerliche Öffentlichkeit] mit dem Prinzip des **allgemeinen Zugangs**“ (Habermas, 1990, S.156). Das heißt, dass möglichst niemand aus dem Diskurs ausgeschlossen sein darf, damit Öffentlichkeit ihre Funktionen erfüllen kann. Das gilt besonders dann, wenn der Grund für den Ausschluss an der Teilhabe mit sozialstrukturellen Merkmalen und somit letztlich mit der Zugehörigkeit zu bestimmten Bevölkerungsgruppen zusammenhängt, da dies die systematische Exklusion von Minderheiten bedeuten würde.

Zweitens fordert er, dass „(...) die zum Publikum versammelten Privatleute **nach Rede und Gegenrede übereinstimmen**“ (Habermas, 1990, S. 204). Es ist somit wichtig, dass zunächst ein Diskurs stattfindet, bei dem jede Stimme gehört wird und jeder Diskursteilnehmer sowohl

die Möglichkeit erhält auf formulierte Argumente zu antworten und gegebenenfalls deren Richtigkeit in Zweifel zu ziehen, als auch die eigenen Argumente zu verteidigen, bevor am Ende eine Übereinstimmung erzielt wird.

Dabei ist schließlich „(...) die zentrale Identifikation der öffentlichen Meinung mit **Vernunft**“ (Habermas, 1990, S.204) dasjenige Kriterium, nach dem diese Übereinkunft in der politischen Öffentlichkeit erzielt werden soll. Dies bedeutet, dass der Diskurs nicht durch bestehende Machtverhältnisse und hierarchische Abhängigkeiten, wie im Fall der Massenmedien, bestimmt sein darf, sondern frei von diesen, allein nach dem Primat des besseren Arguments, geführt werden soll.

Ähnliches findet sich bei Neidhardt, der vor dem Hintergrund der Theorie kybernetischer Fähigkeiten von Amitai Etzioni feststellt, dass für Öffentlichkeit drei Prinzipien gelten müssen. Zum einen soll Öffentlichkeit **„offen** sein für alle gesellschaftlichen Gruppen sowie für alle Themen und Meinungen von kollektiver Bedeutung“ (Neidhardt, 1994, S.8). Offen bedeutet somit dreierlei: Öffentlichkeit muss für jeden Teilnehmer, für jedes Thema und für jeden Lösungsweg zugänglich sein. Grunwald spricht in diesem Zusammenhang von Chancengleichheit in der Teilhabe, thematischer Offenheit und Ergebnisoffenheit (vgl. Grunwald, 2005, S. 66).

Zweitens sollen Öffentlichkeitsakteure „mit den Themen und Meinungen anderer **diskursiv** umgehen und ihre eigenen Themen und Meinungen unter dem Druck der Argumente anderer gegebenenfalls revidieren“ (Neidhardt, 1994, S.8). Das heißt, es sollen Meinungen nicht nur ausgetauscht, sondern auch im Gespräch gebildet und wieder revidiert werden.

Drittens soll öffentliche Meinung **Autorität** besitzen. Diese erlangt sie durch ihren diskursiven Charakter, wobei es notwendig ist, dass die Bürger sie als **überzeugend** wahrnehmen (vgl. Neidhardt, 1994, S.9). Die Bürger sollen also mittels der im Diskurs „erarbeiteten“ öffentlichen Meinung, die - zumindest von einer Mehrheit - als gültig empfunden wird, eine Stimme in der politischen Debatte unter den etablierten Institutionen erhalten.

2.3 Die Funktion von Öffentlichkeit

Aus diesen drei Bedingungen für eine funktionale politische Öffentlichkeit leitet Neidhardt drei Aufgaben von Öffentlichkeit ab (vgl. Neidhardt, 1994). Demnach erfüllt Öffentlichkeit **Transparenzfunktionen** in dem Maße in dem sie offen ist. Meinungen sowie Gegenmeinungen und deren jeweilige Absender werden offengelegt und somit eine

Zuordnung der Argumente zu ihrem Ursprung möglich gemacht. Es wird nachvollziehbar wer, wann, was, zu wem sagt und in welchem Kontext die formulierten Aussagen stehen. Dadurch wird unter anderem verhindert, dass Meinungen im „Verborgenen“ und unter undurchsichtigen Umständen entstehen und so letztlich unklar bleibt, ob es sich um eine mehrheitlich vertretene Bürgermeinung oder um den Versuch der interessengeleiteten Einflussnahme weniger handelt.

Zweitens erfüllt Öffentlichkeit **Validierungsfunktionen**, sofern Themen und Meinungen diskursiv erörtert werden. Das bedeutet, dass öffentliche Meinungen durch Diskurse valider - also gültiger im Sinne einer gesamtgesellschaftlichen Akzeptanz - werden und dies umso mehr, je stärker der Druck anderer Argumente war, dem sie stand gehalten haben. Je mehr Bürger sich umso intensiver über ein strittiges Thema austauschen desto klarer und verbindlicher wird bei einer Einigung das Ergebnis für alle Beteiligten.

Drittens spricht Neidhardt von **Orientierungsfunktionen** von Öffentlichkeit, die dann greifen, wenn eine auf diese Weise diskursiv erzeugte Meinung als überzeugend wahrgenommen wird. Durch das Abwägen und Verwerfen zumindest eines Teils der politischen Optionsvielfalt als Ergebnis der Diskussionen reduziert Öffentlichkeit die Komplexität der politischen Wirklichkeit auf ein für den Einzelnen überschaubares und begreifbares Maß. Dadurch wird Öffentlichkeit zugleich grundlegend für politische „Weichenstellungen“, eine Funktion, die besonders notwendig erscheint hinsichtlich der großen Anzahl von über der Hälfte aller Bundesbürger, die Politik als grundsätzlich zu kompliziert empfindet (vgl. Kornelius, 2004, S.13).

Bei Habermas finden sich drei weitere – mit den eben genannten zum Teil nicht gänzlich überschneidungsfreie – Funktionen von Öffentlichkeit. Für ihn ergibt sich nur dann eine für eine demokratische Gesellschaft fruchtbare rationale Willensbildung, wenn es zu einem „Zusammenspiel zwischen der institutionell verfassten politischen Willensbildung mit den spontanen, nicht vermachteten Kommunikationsströmen einer nicht auf Beschlussfassung programmierten, in diesem Sinne nicht-organisierten Öffentlichkeit“ (Habermas, 1992) kommt. Das bedeutet, dass sowohl das durch Institutionen und einen hohen Organisationsgrad gekennzeichnete politische System in Form von Parteien, einer gewählten Regierung und einer bürokratischen Verwaltung, als auch die im Gegensatz dazu nicht-organisierte Öffentlichkeit zusammenarbeiten müssen, um eine funktionierende demokratische Gesellschaft zu gewährleisten. Letztere soll dabei möglichst unbeeinflusst sein durch Hierarchien und wechselseitige Abhängigkeiten. In dieser herrschaftsfreien Öffentlichkeit

bilden „[f]reie Assoziationen (...) die Knotenpunkte eines aus der Verflechtung autonomer Öffentlichkeiten entstehenden Kommunikationsnetzes. Solche Assoziationen sind (...) darauf spezialisiert, Themen von gesamtgesellschaftlicher Relevanz zu entdecken [und] Beiträge zu möglichen Problemlösungen beizusteuern“ (Habermas, 1992, S.625).

Das heißt, die erste wesentliche Funktion von Öffentlichkeit nach Habermas ist, solche **Themen auf die politische Agenda zu setzten**, die für das Wohl „aller“ - also das der Gesamtgesellschaft oder zumindest größerer Teile von ihr - von Bedeutung sind. Dabei macht sie aufgrund ihrer relativen Herrschaftsfreiheit gerade auch vor den Fragen nicht Halt, die für das verfasste System „unangenehm“ sind und daher ohne ein öffentliches Engagement kaum in dieser Art formuliert worden wären. Öffentlichkeit stellt also in diesem Zusammenhang ein **Korrektiv** dar für die Themenauswahl und –bearbeitung durch das verfasste politische System und bricht somit hierarchische Machtstrukturen im Entscheidungsprozess auf. Hier wirkt Öffentlichkeit als antiinstitutionelles Element und bildet eine Gegenmacht im Sinne einer ideellen Opposition (vgl. Peters, 1994, S.48).

Weiterhin ist die zweite Funktion von Öffentlichkeit das diskursive Erarbeiten von **Problemlösungsvorschlägen** und deren Einbringen in das politische System, wobei die Lösungen entweder bis dato noch nicht als solche erkannt wurden oder wiederum den im politischen System vorherrschenden machtgeleiteten Entscheidungsfindungsprozessen widersprechen. Für die Rolle des Volkes und der dort entstehenden Öffentlichkeit als Korrektiv des politischen Systems heißt das in den Worten von Habermas: „Die kommunikativ verflüssigte Souveränität [der Volkes] bringt sich in der Macht öffentlicher Diskurse zur Geltung, die autonomen Öffentlichkeiten entspringt“. Allerdings müssen diese Diskurse dann „in den Beschlüssen demokratisch verfasster Institutionen der Meinungs- und Willensbildung Gestalt annehmen (...), weil die Verantwortung für praktisch folgenreiche Beschlüsse eine klare institutionelle Zurechnung verlangt“ (Habermas, 1992, S.626). Hier spricht Habermas bereits ein Problem von durch Öffentlichkeit erzeugten Lösungsvorschlägen an. Diese dürfen, um wirksam zu werden, nicht in der Öffentlichkeit „stehen“ bleiben, sondern müssen durch Institutionen wie Bundestag und Regierung aufgegriffen und dort in rechtskräftige Beschlüsse umgesetzt werden.

In der so ermöglichten diskursiven **Einflussnahme auf den politischen Entscheidungsprozess** – abgeleitet aus der Themensetzungsfunktion und der Problemlösungsfunktion – besteht schließlich die dritte Funktion von Öffentlichkeit. Sie stellt die einzige Möglichkeit zur Ausübung von „politischen Teilnamerechte[n]“ für die „Masse

der Bevölkerung“ (Habermas, 1992, S.649) dar. Nur auf diese Weise lassen sich die demokratischen Ideale von Teilhabe auf der einen und Eigenverantwortung auf der anderen Seite (vgl. Kornelius, 2004, S.7) verwirklichen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Öffentlichkeit im Wesentlichen folgende **Funktionen** erfüllt: Sie setzt Themen auf die politische Agenda und reduziert die Komplexität der politischen Wirklichkeit, bringt im Diskurs erarbeitete und somit allgemein akzeptierte Problemlösungsvorschläge in den politischen Diskurs ein und führt zu direkten Einflussnahmemöglichkeiten durch das Volk auf politische Entscheidungen, wobei Meinungen und deren Absender transparent gemacht werden.

Einschränkend muss dazu bemerkt werden, dass auch Habermas zugesteht, dass eine nicht vermachtete politische Öffentlichkeit wie sie oben dargestellt wird derzeit eine utopische Annahme darstellt. Allerdings geht er doch auch davon aus, dass deren Entstehung in dem Maße möglich wird, in dem „meinungsbildende Assoziationen, um die sich autonome Öffentlichkeiten kristallisieren können, entstehen und, als solche wahrnehmbar, das Spektrum der durch Massenmedien, Verbände und Parteien machtabhängig kanalisierten Werte, Themen und Gründe verändern, zugleich innovativ entschränken und kritisch filtern“ (Habermas, 1992, S.628). Eine Öffentlichkeit ohne machtinduzierte Verzerrungen scheint demnach möglich – wenngleich auch schwer zu erreichen – wenn ein Weg gefunden wird, ein Gegengewicht zu denjenigen einflussreichen Institutionen (also vor allem die Massenmedien und Parteien) zu finden, die für die Verzerrungen verantwortlich zeichnen.

2.4 Zum Begriff der Teil- und Gegenöffentlichkeit

Neben der allgemeinen Öffentlichkeit finden sich auch Teil- und Gegenöffentlichkeiten im Spektrum der diskursiven Elemente in einer deliberativen Demokratie. **Teilöffentlichkeiten** konstituieren sich dabei um „ein Einzelthema, einen Regionalbezug oder eine bestimmte gesellschaftliche Gruppe“ (Grunwald, 2005, S.67). Sie dienen damit zum einen zur Artikulation von Minderheitenmeinungen und – bedürfnissen, führen zum anderen aber zu einer „weiteren Fragmentierung der allgemeinen Öffentlichkeit, da Teilöffentlichkeiten von außen oft kaum wahrnehmbar sind“ (Grunwald, 2005, S. 68). Beispiele für die Zusammensetzung solcher Teilöffentlichkeiten sind vielfältig. Sie reichen von ethnischen Minderheiten innerhalb der deutschen Bevölkerung bis hin zu bundesweit agierenden sowie örtlich begrenzten Interessengemeinschaften oder lokalen Initiativen, etwa bestehend aus Gegnern eines bestimmten Bauprojektes, wie beispielsweise eines Mobilfunksendemasten. Gemeinsam ist ihnen dabei jeweils lediglich der abgegrenzte Bezug auf einen (mehr oder

weniger) kleineren Kreis Betroffener und die damit verbundene Schwierigkeit, ihre Lage in der allgemeinen Öffentlichkeit sichtbar zu machen.

Der Begriff der **Gegenöffentlichkeit** bezeichnet dagegen „Aktivitäten zur Verbreitung von Informationen und Meinungen, die (...) die Aufmerksamkeit der Bevölkerung auf weitgehend unbeachtete, nichtsdestoweniger für die Allgemeinheit als bedeutsam angesehen Themen“ richten (Grunwald, 2005, S.68). Hierbei handelt es sich somit um Öffentlichkeitsfragmente, die zumeist aus politisch besonders engagierten und massenmedial informierten Bevölkerungsteilen bestehen und Probleme thematisieren, denen sie eine gesamtgesellschaftliche Relevanz beimessen. Ein Beispiel hierfür sind Gruppierungen, die sich um Themen bilden wie etwa der unzureichenden und beschönigten Berichterstattung in den Massenmedien im Falle des Irak-Krieges in den USA.

Beide Formen der Öffentlichkeit sind somit eine Reaktion auf wahrgenommene Defizite in der (meist massenmedial vermittelten) allgemeinen Öffentlichkeit. Den Ursprung dieser Öffentlichkeitsfragmente können dabei jeweils sowohl lose Gruppierungen von Individuen, als auch Vereine oder andere institutionalisierte Interessenverbände bilden. Die Meinungsäußerungen in Teilöffentlichkeiten sind dabei der Versuch, Minderheitenthemen auf die politische Agenda zu setzen, wohingegen Gegenöffentlichkeiten noch unthematized Meinungen mit gesamtgesellschaftlicher Relevanz zum Gegenstand haben. Gegenöffentlichkeit so wie sie bei Grunwald definiert ist, entspricht also im Wesentlichen der korrektiven Themensetzungsfunktion von Öffentlichkeit bei Habermas, wohingegen sich das Konzept der Teilöffentlichkeiten auf die Forderung nach allgemeinem Zugang bezieht.

2.5 Die Krise der modernen Öffentlichkeit

Es gibt mehrere Anhaltspunkte, die auf eine anwachsende Krise moderner Öffentlichkeiten hindeuten. Habermas beschreibt hier zunächst zwei Tendenzen als besorgniserregend. Zum einen ist dies die zunehmende Kommerzialisierung der Tageszeitungen aufgrund ihrer verstärkten Abhängigkeit vom Annoncengeschäft, durch die diese zu einem „Einfallstor privilegierter Privatinteressen in die Öffentlichkeit“ (Habermas, 1990, S.280) werden. Zum anderen ist dies die Kontrolle von Funk und Fernsehen durch den Staat, da dieser ihre publizistische Macht als bedrohlich wahrnimmt. Für das im Laufe der Zeit immer weiter an Bedeutung gewinnende Privatfernsehen gilt dabei analog zum Annoncengeschäft der Tageszeitungen ein steigender Einfluss privilegierter Interessen durch Werbung.

Es lässt sich also feststellen, dass die im Idealfall herrschaftsfreie Öffentlichkeit des Publikums immer weiter durch einzelne starke private sowie staatliche Interessen kolonialisiert und dominiert wird. Es kommt somit zu einer Herrschaft der „nichtöffentlichen“ Meinung dadurch, dass eine zunächst kritische Öffentlichkeit verdrängt und durch eine interessen geleitete und manipulative „Scheinöffentlichkeit“ ersetzt wird. „Der Prozess des politisch relevanten Machtvollzuges und Machtausgleichs spielt sich direkt zwischen den privaten Verwaltungen, den Verbänden, den Parteien und der öffentlichen Verwaltung ab; das Publikum als solches wird in diesen Kreislauf der Macht sporadisch und auch dann nur zu Zwecken der Akklamation einbezogen“ (Habermas, 1990, S. 268). Dies bedeutet, dass die korrektive Agenda-Setting-Funktion von Öffentlichkeit, wie auch ihre Fähigkeit Problemlösungsvorschläge einzubringen, verloren zu gehen drohen und somit gleichsam der Einfluss des Volkes auf die Politik schwindet.

Des Weiteren ist eine zunehmende Exklusion weiter Bevölkerungsteile aus dem öffentlichen Diskurs zu verzeichnen, die mit dem Ausschluss einer wachsenden Minderheit aus dem politischen Entscheidungsfindungsprozess verbunden ist. Hier sind auf der einen Seite ethnische, nationale, sprachliche und religiöse Minderheiten zu unterscheiden, auf der anderen Seite aber auch die wachsende sozioökonomische Unterschicht aus gering qualifizierten, meist alten Menschen oder aber Jugendlichen. „Umso mehr erscheint nach Habermas ein politischer Prozess geboten, der auch gesellschaftliche Rand- und Problemgruppen mittels deliberativer Verfahrensweisen Gehör verschafft“ (Heming, 2000, S. 71).

Damit verbunden ist ein drittes Problem moderner Öffentlichkeiten, zumal Ansätze zur deliberativen Demokratie die grundsätzliche Fähigkeit der Bürger voraussetzen, sich mit den anderen Mitgliedern der Gesellschaft argumentativ austauschen zu können und im Falle strittiger Punkte in einen rationalen Diskurs zu deren Lösung einzutreten (vgl. Grunwald, 2005, S. 69). Gerade diese Voraussetzung ist jedoch nicht bei allen Bürgern gleichermaßen gegeben. So führt die ungleiche Verteilung von Ressourcen in Form von Sprachbarrieren, mangelndem Verbalisierungsvermögen und fehlender Mediennutzungskompetenzen zu unterschiedlich ausgeprägten Fähigkeiten zur effizienten Teilnahme am öffentlichen Diskurs. Als Folge davon verlieren politische Entscheidungen an Validität im Sinne einer gesamtgesellschaftlichen Akzeptanz und gleichzeitig an Überzeugungs- und Orientierungskraft, je mehr Menschen vom Prozess der Volkswillensbildung ausgeschlossen sind.

Politische Öffentlichkeit und damit auch die mit ihr verbundene und auf ihr Funktionieren angewiesene demokratische Gesellschaftsordnung befinden sich in vielerlei Hinsicht in der Krise. Die dargelegten theoretischen Erkenntnisse decken sich dabei weitestgehend mit der anfangs beschriebenen Wahrnehmung der Demokratie in Deutschland durch eine Vielzahl seiner Bürger (vgl. Kornelius, 2004). Es gilt also, den öffentlichen Diskurs wieder zu beleben um das Fortbestehen der westlichen Demokratien zu gewährleisten. Ein möglicher Lösungsweg auf dem dies bewerkstelligt werden könnte wäre, einen Gegenpol zu den einflussreichen „Meinungsmachern“ - und hier allen voran den Massenmedien - zu etablieren und dabei die vom Meinungsbildungsprozess ausgeschlossenen Bevölkerungsteile wieder in den öffentlichen Diskurs zu integrieren. Hierbei könnten neue Medien der interpersonellen Kommunikation eine entscheidende Rolle spielen.

3 Medien und ihre Auswirkung auf kommunikatives Handeln und Öffentlichkeit

Medien spielen in der öffentlichen Kommunikation und bei der Entstehung von Öffentlichkeit zweifelsfrei eine gewichtige Rolle. Gerade in modernen und funktional stark ausdifferenzierten Gesellschaften sind Massenmedien häufig nötig, um den Kontakt zur Umwelt überhaupt herzustellen und einen Austausch von Informationen und Meinungen zu ermöglichen (vgl. Schenk, 1995, S.1). Aufgrund der zentralen Stellung von Medien für die Öffentlichkeit und im Hinblick auf das im weiteren Verlauf zu bewertende Potential von Weblogs als Medium zur Wiederbelebung des öffentlichen Diskurses widme ich mich nun zunächst der Frage, wie neue Medien in einer Gesellschaft diffundieren. Welche Rahmenbedingungen sind dabei nötig, damit es zu einer Übernahme kommt und welcher Adaptionsverlauf ist über die Zeit hinweg innerhalb gesellschaftlicher Teilbereiche zu erwarten? Daraufhin wende ich mich der Frage zu, wie Meinungen im Spannungsfeld zwischen Massenmedien und interpersoneller Kommunikation entstehen. Da diese sowohl den „Grundstock“ als auch das Ergebnis des politischen Diskurses bilden, erscheint diese Frage von besonderer Wichtigkeit zu sein.

3.1 Vier Pfade der Diffusion neuer Medien

Es sind vier Theorien zu unterscheiden, die den Zusammenhang zwischen der Verfügbarkeit neuer Kommunikationsmedien und deren Nutzung beschreiben und daraus Auswirkungen auf die Gestaltung von kommunikativem Handeln und Öffentlichkeit ableiten. Der erste Ansatz, der die Mediatisierung der Gesellschaft, also das immer stärkere einbeziehen von Medien in soziales und kommunikatives Handeln (vgl. Münch/Schmidt, 2005, S.2) beschreibt, ist als **technischer Determinismus** zu bezeichnen. Dabei handelt es sich um ein Paradigma, das gerade für die anfangs beschriebene frühe Hoffnungsphase der Cyberdemokratie charakteristisch war. Er geht davon aus, dass genau in dem Maße Veränderungen in der öffentlichen Kommunikation auftreten, in dem technische Innovationen im Bereich der Medien den Spielraum der kommunikativen Möglichkeiten erweitern. Anders gesagt: Medien-technische Neuerung und Ansteigen öffentlicher Kommunikation verlaufen parallel.

Auf politische Öffentlichkeit bezogen würde dies bedeuten, dass durch die Schaffung neuer Angebote im Bereich der „E-Democracy“ durch das Internet - quasi naturgesetzmäßig - ein Anstieg der politische Partizipation erfolgen müsste. Die notwendigen Rahmenbedingungen für die Diffusion von medialen Innovationen beschränken sich in diesem Fall lediglich auf die

Verfügbarkeit von technischen Hilfsmittel (hier dem Zugang zum Internet mittels eines PCs). Dabei ist von einer relativ schnellen Diffusion über weite Teile der Bevölkerung auszugehen, da neue Technologien in aller Regel kurze Produktlebenszyklen aufweisen und ihr Preis demnach bereits nach kurzer Zeit verfällt. So erhält man einen internetfähigen PC beispielsweise bereits ab einem Neupreis von rund 200€, der weiterhin nötige Internetanschluss schlägt mit 15 bis 20€ pro Monatsbuchung.

Allerdings deutet, was diese Theorie betrifft, zahlreiche empirische Befunde auf einen „technologiedeterministischen Fehlschluss“ (Münch/Schmidt, S. 2, 2005) hin. Es hat sich gezeigt, dass „Medien Prozessen der sozialen Aneignung unterliegen und im Verlauf ihrer Diffusion in einer Gesellschaft die Verwendungsweisen jeweils sozial interpretiert und ausgehandelt werden“ (Münch/Schmidt, S. 4, 2005). Das heißt, dass nicht die technischen Möglichkeiten den Rahmen für Mediennutzung in einer Gesellschaft bilden, sondern vielmehr andersherum Prozesse in der Gesellschaft Art, Ausmaß und Stärke der Techniknutzung determinieren.

Weit weniger deterministisch, aber dennoch (zumindest potentiell) optimistisch beschreibt die Theorie des „**cultural lag**“ den Verlauf der zunehmenden Mediatisierung und ihre Auswirkung auf gesellschaftliche Kommunikations- und Handlungsmuster. Sie konstatiert, dass die Verfügbarkeit eines neuen Mediums nicht automatisch eine veränderte Alltagspraxis nach sich zieht, sondern die Nutzung technischer Potentiale vielmehr von erlernter Medienkompetenz und sozialem Habitus bedingt wird, die wiederum durch sozialstrukturelle Faktoren bedingt sind (vgl. Grunwald, 2005, S. 48). Hier finden sich Elemente der Kritik des technologischen Determinismus wieder. Die Rahmenbedingungen, die für eine erfolgreiche Diffusion nötig sind, beschränken sich somit nicht lediglich auf die Bereitstellung von technischem Gerät, obgleich dies dennoch eine Voraussetzung darstellt. Vielmehr ist es darüber hinaus Bedingung, mediale Kompetenz für den Umgang mit dem Internet in der Bevölkerung zu schaffen und ein Verständnis für die Vorteile der Nutzung des neuen Mediums beziehungsweise die Nachteile einer Verweigerung ihrer Adaption zu fördern.

Es ist davon auszugehen, dass diese Nutzungsbedingungen im Zuge eines (langwierigen) gesellschaftlichen Lernprozesses erfüllt werden können, durch den die benötigten kommunikativen Kompetenzen entstehen. Dabei gilt jedoch, dass ein gesamtgesellschaftliches Anwachsen von Öffentlichkeit jeweils zeitversetzt zur Implementierung neuer medialer Technologien auftritt. Für die politische Partizipation

bedeutet das, dass deren Anstieg durch neue Medien wie das Internet in Zukunft zumindest möglich ist, auch wenn heute die nötigen kulturellen Techniken (noch) nicht etabliert sind.

Im Gegensatz zu den eben beschriebenen Sichtweisen zur Diffusion neuer Medien geht die Theorie des „**Reinforcements**“ (Verstärkungsthese) davon aus, dass deren Nutzung nicht zu einem gesellschaftsübergreifenden Ansteigen der öffentlichen Kommunikation und der politischen Partizipation führt, sondern vielmehr bestehende Ungleichheiten verstärkt, „weil die Menschen [Medien] in unterschiedlichem Umfang in ihren alltäglichen Interaktionen nutzen“ (Münch/Schmidt, 2005, S.21). Durch die vornehmliche Verwendung neuer Medien durch diejenigen mit ohnehin hohem Sozialkapital und einem hohen Grad an politischem Interesse steigt somit die Kluft zum Rest der Bevölkerung weiter. Für erstere resultiert die Internetnutzung in gesunkenen Transaktionskosten und damit in der Möglichkeit wiederum Sozialkapital (im Sinne schwacher Beziehungen) anzuhäufen und Einfluss auf die (politische) Willensbildung zu nehmen.

Es wäre demnach vor allem eine gezielte Förderung und Schulung sozial Schwacher im Umgang mit dem neuen Medium für seine gesamtgesellschaftliche Diffusion notwendig, die sich dann wiederum nur sehr langsam und mit ungewisser Reichweite vollziehen würde. Folglich darf angenommen werden, dass neue Medien nicht die Quantität der an öffentlichen Diskursen beteiligten Gesellschaftsmitglieder, sondern vielmehr die Qualität der Einflussmöglichkeiten bereits aktiver Bürger erhöhen und zu dem führen, was als „democratic divide“ (Schmidt, 2005, S.155), also der Kluft zwischen politisch aktiven und desinteressierten Bürgern, bezeichnet werden kann.

Die Annahme der **Indifferenz** zwischen der zunehmenden Mediatisierung einerseits und Grad und Gestaltung der öffentlichen Kommunikation andererseits dient hier als vierte Hypothese lediglich der analytischen Vollständigkeit des Theorienspektrums, zumal es aufgrund der bisherigen Argumentationen als unplausibel angesehen werden darf, dass gar kein Zusammenhang zwischen beiden Phänomenen besteht.

3.2 Meinungsbildung zwischen massenmedialer und interpersonaler Kommunikation

Eine zentrale Fragestellung der Kommunikationsforschung ist, wie sich Meinungen zu einzelnen (politischen) Themen bilden und welchen Einfluss dabei jeweils Massenmedien sowie interpersonelle Kommunikation (auch vermittelt über Medien wie das Telefon oder aber das Internet) auf thematische „Awareness“, Einschätzung der Themenwichtigkeit und

schließlich auf die Meinungsbildung selbst haben. Nach Schenk (vgl. Schenk, 1995, S.42 ff.) lassen sich vier Sichtweisen unterscheiden.

Das von McCombs und Shaw entwickelte Modell des **Agenda-Settings** geht davon aus, dass die Massenmedien sowohl die öffentlich relevanten Themen festsetzen als auch deren jeweilige Wichtigkeit bestimmen. Die Massenmedien - und hier vor allem Zeitung und Fernsehen – bestimmen somit, über welche Themen gesprochen wird und mit welcher Intensität dies geschieht. Die individuelle Wirkungskraft dieser Agenda-Setting-Effekte hängt dabei zwar von Rahmenbedingungen wie dem Grad der subjektiven Mediennutzung, der Orientierungsbedürftigkeit, sowie dem persönlichen Involvement bezüglich eines Themas ab, doch auf der Makroebene betrachtet ist der Einfluss relativ konstant. Meinungsbildung findet dagegen vor allem auf der Ebene der interpersonellen Kommunikation statt.

Die Theorie des „**Priming-Effekts**“, die an das Agenda-Setting-Modell anknüpft, geht dagegen davon aus, dass das Festsetzen einer Agenda durch die Massenmedien auch gleichzeitig Einfluss auf die Meinungsbildung selbst ausübt. Indem die Massenmedien vorgeben „what to think about“, legen sie auch zugleich nahe „what to think“ (Katz, zitiert nach Schenk, 1995, S.54). Der Einfluss der Massenmedien wirkt insofern, als Meinungen logischerweise hauptsächlich hinsichtlich solcher Themen gebildet werden, die auch als wichtig erachtet werden. Als unbedeutend wahrgenommene Fragen werden dagegen kaum beachtet und demgemäß erfolgt hierzu auch kaum eine Einstellungsausbildung. Da die Wichtigkeit aber von den Medien festgesetzt wird, nehmen sie auf diesem Weg indirekt auch Einfluss auf die (Nicht-)Meinungsbildung. Der Einfluss der interpersonellen Kommunikation schwindet in diesem Modell also weiter.

Auch in der Theorie der **Schweigespirale** von Noelle-Neumann (vgl. Noelle-Neumann, 1989) spielen Massenmedien eine zentrale Rolle bei der Meinungsbildung. Sie geht davon aus, dass Individuen durch ein „quasi-statistisches Wahrnehmungsorgan“ stets das vorherrschende öffentliche Meinungsklima (Mehrheitsmeinung) durch die Rezeption von Massenmedien und hierbei vor allem des Fernsehens beobachten. Stellt das Individuum fest, dass seine Meinung von der Mehrheitsmeinung abweicht, schweigt es als Reaktion entweder ganz zu dem jeweiligen Thema oder aber ändert seine Meinung. In jedem Fall wird dadurch das zunächst ursächliche Klima verstärkt, indem die Anzahl derjenigen mit einer konträren Meinung entweder tatsächlich oder zumindest dem Schein nach abnimmt. Interpersonelle Kommunikation spielt dagegen eine untergeordnete Rolle. Gemäß der Theorie dient sie

lediglich der Identifikation der bei Äußerung wahrscheinlich mit Sanktionen verbundenen Meinungen, also dem was nicht gesagt – respektive gedacht – werden soll.

Alle soeben vorgestellten Theorien über die Wirkung von massenmedialer und interpersoneller Kommunikation bescheinigen vor allem den traditionellen Massenmedien Fernsehen und Zeitung einen starken Einfluss auf die Meinungsbildung. Interpersonelle Kommunikation dagegen spielt zumeist eine untergeordnete oder gar keine Rolle. Schenks Theorie über „**soziale Netzwerke und Massenmedien**“ (vgl. Schenk, 1995) kommt hier zu einem gänzlich anderen Schluss. Gemäß seiner Untersuchung am Beispiel der deutsch-deutschen Wiedervereinigung konnte er zeigen, dass die Massenmedien lediglich zur „Aufnahme eines ‚Grundblocks‘ an Informationen“ (Schenk, 1995, S.231) dienen. Einfluss auf die wahrgenommene Themenwichtigkeit im Sinne des Agenda-Settings haben sie dagegen kaum. Ebenso keine Rolle spielen sie bei der konkreten Bildung von Meinungen. Themenwichtigkeit und Meinung entstehen vielmehr in der interpersonellen Kommunikation durch Diskurs und persönliche Gespräche in egozentrierten Netzwerken.

Es ist sogar umgekehrt davon auszugehen, dass die so interpersonell gebildeten Meinungen wiederum die Wahrnehmung der Informationen in den Massenmedien im Sinne eines „looking-glass“- Effekts (Schenk, 1995, S. 216) beeinflussen. Besonders in diesem Punkt widersprechen die vorliegenden Erkenntnisse der Theorie der Schweigespirale, da dort im Gegensatz von der Konformitätsthese, also der Anpassung der persönlichen Meinung an die wahrgenommene Mehrheitsmeinung ausgegangen wird.

Im Folgenden wird von der Richtigkeit der These Schenks und einem hohen Einfluss von interpersoneller Kommunikation auf die Meinungsbildung ausgegangen. Zusammenfassend kommt es zu einem „zyklischen Kommunikationsprozess“ (Schenk, 1995, S.231), in dem zunächst Informationen aus den Massenmedien aufgenommen werden, die dann in der persönlichen Kommunikation im eigenen Netzwerk hinsichtlich ihrer Wichtigkeit bewertet werden, wobei im interpersonellen Diskurs Meinungen gebildet werden, die dann wiederum die erneute Informationssuche und -aufnahme aus den Massenmedien rahmen. Folglich spielt interpersonelle Kommunikation - entgegen vorheriger Erkenntnisse - eine besonders große Rolle bei der Ausbildung von Meinungen.

4 Weblogs – die Rettung der modernen Demokratie?

„In gewisser Weise repräsentieren Blogs das Web, wie es von Anfang an gedacht war: [als] ein Massenmedium, kontrolliert durch die Massen, in dem jeder gehört wird, der etwas zu sagen hat und den Schneid, es zu sagen.“ (»Meet Joe Blog«, TIME Magazine, 13. Juni 2004, zitiert nach Erik Möller, 2005, S.115)

Die bisherigen Ausführungen hatten vor allem die allgemeine Definition von Öffentlichkeit und ihrer Funktionen zum Thema, sowie die Frage nach der Rolle von Medien im Allgemeinen bei der Bildung von Meinung und Öffentlichkeit. Daran anknüpfend wird im Folgenden die spezifische Bedeutung von Weblogs in diesem Prozess herausgearbeitet. Daher wende ich mich zunächst der Frage zu, inwiefern Weblogs zum einen die Voraussetzungen für und zum anderen die Funktionen von Öffentlichkeit erfüllen, inwieweit also von einer „virtuellen“ Öffentlichkeit, getragen durch den Diskurs in der Blogosphäre, gesprochen werden kann. Im Anschluss werde ich darlegen, warum Weblogs, gerade aufgrund ihres spezifischen kommunikationstheoretischen Potentials, das es ebenfalls zu erörtern gilt, einen Weg aus der Krise moderner Öffentlichkeiten darstellen können.

4.1 Die Entwicklung von Weblogs in den letzten 10 Jahren

Der Begriff “Weblog” wurde erstmals 1997 durch Jørn Barger verwendet und setzt sich, wie eingangs erwähnt, aus den Begriffen „Web“ und „Log“ zusammen. Sein Ursprung liegt in „regelmäßig aktualisierten Webseiten, die als Informationsfilter für das rasch wachsende World Wide Web fungierten und Verweise auf interessante Online-Quellen enthielten“ (Schmidt, 2006c, S. 14), die in den frühen 90er Jahren des letzten Jahrhunderts entstanden. Prominente Vorreiter waren hier Tim Berners-Lee und Dave Winer. Da das Betreiben eines Blogs anfangs noch mit einem relativ hohen Aufwand und soliden HTML-Kenntnissen verbunden war, lag ihre Zahl Anfang 1999 noch bei 23 (vgl. Schmidt, 2006c, S.14).

Erst mit dem Entstehen von Hosting-Plattformen wie Blogger.com oder LiveJournal.com, die auch ohne jegliche Programmiererfahrung das Erstellen eines eigenen Weblogs in wenigen Minuten erlaubten, stieg die Anzahl der Blogs weltweit rasant an. Eine Alternative zu diesen in ihren Funktionen relativ beschränkten Blog-Plattformen stellen „Stand-alone“-Angebote, wie das in Deutschland mittlerweile sehr populäre Wordpress dar. Hierbei handelt es sich um Software-Pakete bestehend aus vorgefertigten Skripten, mit deren Hilfe sich nach der Installation auf dem Web-Space eines Internet-Providers ebenfalls relativ leicht eigene Blogs - mit zudem höherer Flexibilität als bei Hosting-Plattformen - erstellen lassen.

Wie einfach es geworden ist, ein eigenes Blog zu führen, belegt das rasante Anwachsen der „Blogosphäre“, also dem „Netz“ aus untereinander über Linklisten (den Blogrolls) und Verweise in Artikeln und Kommentaren verbundenen Weblogs. Eine genaue Bestimmung der Anzahl an Weblogs ist aus mehreren Gründen schwierig, da zumindest für diejenigen Blogs, die auf einer „Stand-alone-software“ basieren, keine zentralen Daten existieren. Des Weiteren ist zu unterscheiden zwischen aktiven, also regelmäßig aktualisierten und inaktiven Blogs, wobei hier erneut strittig ist, ab wann ein Blog als aktiv gelten soll. In diesem Zusammenhang stellen Spam-Blogs ein weiteres Problem dar, da diese zwar unter Umständen häufig aktualisiert werden, aber von vorneherein eigentlich keine „echten“ Weblogs darstellen.

Das bedeutet, dass alle verfügbaren Zahlen Schätzungen sind, die dementsprechend weit auseinandergehen. Für Deutschland veranschlagte blogstats.de im Sommer 2005 die Zahl der Weblogs auf 61,000, wobei lediglich 20,000 davon als aktiv gelten können (vgl. Schmidt, 2006c, S.16). Legt man jedoch eine weitere Schätzung durch Technorati.com zugrunde, wonach sich die Größe der Blogosphäre alle 5 Monate verdoppelt, so ergibt sich für Ende 2006 eine Anzahl von schätzungsweise 500,000 Blogs allein in Deutschland – Tendenz steigend.

4.2 Eigenschaften von Weblogs und ihr spezifisches kommunikationstheoretisches Potential

Im nachfolgenden Abschnitt werde ich mich daher mit den Besonderheiten und den damit verbundenen spezifischen kommunikativen Potentialen des Mediums Weblog auseinandersetzen. Zunächst sind Blogs als Kommunikationsmedium **unterdeterminiert** und **rekombinant** (vgl. Schmidt, 2006c, S.41). Das bedeutet, dass sie zum einen aufgrund ihrer Softwarearchitektur prinzipiell eine Vielzahl von Verwendungsmöglichkeiten erlauben und zum anderen die Eigenschaften mehrerer anderer Medienformate in sich vereinen. Dies hat jedoch nicht nur positive Effekte, wie etwa eine vielseitige Verwendbarkeit von Blogs vom Tagebuch bis zur internen und externen Unternehmenskommunikation, sondern führte auch zu „zweckentfremdeten“ Anwendungen wie dem „Google-bombing“. Hierbei wird das hohe Ranking von Blogs bei Suchmaschinen wie dem namensgebenden Google.com aufgrund der starken Vernetzung von Weblogs in einer Permalinkstruktur dazu genutzt, um Diffamierungskampagnen etwa gegen Politiker oder Organisationen (vgl. hierzu Schmidt, 2006c, S.64) zu führen.

Diese **Permalinkstruktur** stellt eine weitere Besonderheit von Weblogs dar. So ist hier nicht wie bei gewöhnlichen Homepages lediglich jede Seite anhand ihrer URL im Internet auffindbar, sondern jeder Artikel stellt einzeln ein separates und somit gezielt auffindbares potentiell Suchergebnis dar.

Darüber hinaus sind Weblogs, zumindest seit dem Entstehen von Hosting-Plattformen, ein **niederschwelliges** Medium. Niederschwelligkeit meint hier, dass Blogs die Zutritts- und Transaktionskosten für die Teilnahme an öffentlichen Diskursen im Internet senken, indem sie es durch die „vereinfachte Weise, Texte zu publizieren erleichtern (...) die eigene Stimme im World Wide Web einzubringen“ (Schmidt, 2006c, S.128). Das bedeutet also, dass durch das neue Medium potentiell mehr Menschen (vor allem auch marginalisierten Bevölkerungsteilen) die Möglichkeit gegeben wird, sich auf einfache Weise mit ihren Ansichten an der Gestaltung von Öffentlichkeit und den dort stattfindenden Debatten zu beteiligen.

Eine weitere Besonderheit bildet die **spezifische Sendestruktur** von Weblogs. Generell lassen sich Kommunikationssituationen anhand von drei Parametern klassifizieren - der Anzahl der Kommunikationsteilnehmer, der Richtung der Kommunikation und anhand des Faktors Zeit (vgl. Grunwald, 2005). Spezifisch für die Mehrzahl aller Blogs ist hierbei eine asynchrone polydirektionale Many-to-Many-Kommunikation. Das bedeutet, dass sich sowohl der Betreiber (die Betreiber im Falle eines kollaborativen Blogs) mit den Lesern in einer wechselseitigen Kommunikationsbeziehung befindet, als auch die Leser untereinander mit wechselnden Rollen als Sender und Empfänger kommunizieren. Hierbei erfolgt die Argumentation jeweils nicht unmittelbar aufeinander, sondern in einigem zeitlichen Abstand. Die in dieser Form einzigartige Beziehungsstruktur bildet einen besonders günstigen „Nährboden“ für Diskurse jeder Art, da (aufgrund der zeitlichen Verzögerung) zumindest potentiell wohlüberlegte Argumente zwischen einer Vielzahl von gleichberechtigten Kommunikationspartnern ausgetauscht und Argumentationslinien aufgrund der Permalinkstruktur für jedermann nachvollziehbar und kritisierbar dokumentiert werden.

Es kann somit von einer besonderen **Dialogorientierung** von Weblogs gesprochen werden. Zumindest für die Mehrzahl der Blogs besteht die oben beschriebene Möglichkeit, über die Kommentarfunktion einfach und schnell in einen Dialog mit anderen einzutreten. Der Diskurs ist also bereits in der Architektur des Mediums „vorprogrammiert“. Schließlich ist die **vernetzte Dezentralität** (Schmidt, 2006c, S. 129) der Weblogkommunikation herauszustellen, wodurch sie im Gegensatz zu den traditionellen Massenmedien potentiell

einen weitestgehend herrschaftsfreien Diskurs ohne massenmediale Gate-keeper-Funktion ermöglicht und somit das Entstehen von Gegenöffentlichkeiten fördert.

4.3 Die Rolle von Weblogs in der politischen Kommunikation

Nach Emmer et al. lassen sich drei Arten von politischer Kommunikation unterscheiden (vgl. Emmer et al., 2006. S.217 ff.). Interpersonale politische Kommunikation umfasst Handlungen, bei denen sich Personen entweder in einer face-to-face Situation oder vermittelt durch Medien über politische Themen auseinander setzen. Bei rezeptiver politischer Kommunikation informieren sich Individuen als Teil eines anonymen Publikums über politische Sachverhalte aus den Massenmedien. Partizipative politische Kommunikation meint schließlich, dass Bürger öffentlich politisch agieren mit dem Ziel, Einfluss auf die politische Entscheidungsfindung zu nehmen. Es deutet aufgrund der bisherigen Überlegungen vieles darauf hin, dass sich das Medienformat Weblog sowohl aufgrund seiner technischen Eigenschaften, die einen „Rahmen“ für seine Nutzung darstellen, als auch durch die in diesem Rahmen bereits entwickelten kommunikativen Praktiken sehr gut eignet, um die Basis für jede der drei Arten politischer Kommunikation darzustellen. Diese Eignung soll im weiteren Verlauf einer theoretischen Prüfung unterzogen werden.

4.3.1 Weblogs als Teil der politischen Öffentlichkeit

Daher werde ich zunächst die durch Weblogs entstehenden Diskurse mit den unter 2.2 definierten Voraussetzungen für Öffentlichkeit vergleichen, um theoretisch zu prüfen, inwieweit Weblogs überhaupt als Teil der politischen Öffentlichkeit verstanden werden können. Hierzu beziehe ich mich auf die von Neidhardt definierten drei Kriterien für Öffentlichkeit. Demnach muss diese zunächst **offen** sein, wobei offen wiederum dreierlei meint, namentlich die Chancengleichheit im Zugang zum Diskurs, sowie Offenheit was die Themenagenda zu Beginn und das Ergebnisspektrum am Ende der Diskurse anbelangt.

Hier scheinen Weblogs zunächst alle drei Bedingungen zu erfüllen, zumal aufgrund der Niederschwelligkeit des Formats jeder Bürger die Möglichkeit hat, sich unkompliziert und schnell zu beteiligen - auch jene aus ansonsten vom Diskurs ausgeschlossenen Minderheiten. Des Weiteren steht es jedem frei, neue Themen in den Diskurs einzubringen, einfach indem er sie auf (s)einem politischen Blog zur Sprache bringt. Schließlich – so scheint es - wird das Ergebnis in keinerlei Weise durch redaktionelle Filterung wie im Fall der Massenmedien oder durch asymmetrische Machtverhältnisse zwischen den Diskursteilnehmern beeinflusst.

Bei genauerer Betrachtung fallen hierbei jedoch mehrere Probleme auf. Zunächst ist es auch in Deutschland um die **Chancengleichheit** im Zugang zum Internet immer noch weit schlechter bestellt, als es den Anschein hat. Eine Studie aus dem Jahr 2005 belegt, dass die „first-level Digital Divide“ (digitale Spaltung erster Ordnung), also die Ungleichheit im Zugang zu Computern und dem Internet – und somit auch zu den in der Netzöffentlichkeit stattfindenden Diskursen – unter den deutschen Bürgern immer noch groß ist. Besonders problematisch ist dabei, dass die Zugangswahrscheinlichkeit in hohem Maße abhängig ist vom Grad der schulischen Leistungen und hier insbesondere der Mathematik- und Sprachfertigkeiten, der Höhe des sozialen Engagements sowie der Berufstätigkeit und der damit verbundenen Höhe des Einkommens (vgl. Korupp et al., 2005, S.409).

Die Verfügbarkeit über einen Onlineanschluss ist demnach nicht zufällig verteilt, sondern verläuft innerhalb der Gesellschaft entlang sozioökonomischer Linien. Männer aus technisch sozialisierten Generationen mit höherer Bildung, einem „white-collar“ Arbeitsplatz an einem Computer, einem höheren Einkommen, sowie mit Familien mit Teenagerkindern haben demnach eine deutlich erhöhte Chance, Computer und Internet zu nutzen (vgl. Korupp et al., 2005). Im Gegenzug dazu stehen die Chancen für diejenigen Bürger ungleich schlechter, die aus den Gebieten der ehemaligen DDR stammen sowie für Migranten und Deutsche mit ethnischem Hintergrund. Bei Letzteren spielt häufig ein eingeschränktes Verbalisierungsvermögen hinsichtlich der deutschen Sprache ein zusätzliches Problem dar.

Erschwerend kommt hinzu, dass anzunehmen ist, dass abgesehen vom Zugang auch die Nutzungsmuster bezüglich des Internets in Zusammenhang mit den eben beschriebenen Variablen stehen. Das bedeutet, dass selbst wenn ein Bürger mit schlechten Chancen auf einen Onlinezugang diesen nutzt, weist er dennoch eine niedrigere Wahrscheinlichkeit auf, neue Kommunikationsmedien wie Weblogs oder Wikis zu verwenden. Er wird eher „traditionellere“ Verwendungsweisen wie „Surfen“, Musikdownloads oder E-mail bevorzugen, die ihm aber weit weniger Sozialkapital zur Verfügung stellen, als dies neue Formen der Onlinekommunikation tun (vgl. Schmidt, 2006, S.69 ff.). Es kommt also zu einer erneuten Benachteiligung der sozioökonomisch schwächer Gestellten, die mit dem Begriff der digitalen Spaltung zweiter Ordnung beschrieben werden kann. „Digitale Ungleichheit“ verläuft somit parallel zu ökonomischer Ungleichheit und führt zu einem Ausschluss weiter Bevölkerungsteile aus der netzbasierten Öffentlichkeit. Die erste Forderung nach Chancengleichheit im Zugang scheint somit nur sehr bedingt erfüllt. Vielmehr ist auch bei Weblogs von der Richtigkeit der oben beschriebenen Theorie des Reinforcements auszugehen, also der Verstärkung sozialer Ungleichheit durch neue Kommunikationsmedien.

Auch was die Offenheit hinsichtlich der **Themenwahl** und der **Ergebnisse** der Diskurse betrifft, muss relativierend bemerkt werden, dass sich in der Blogosphäre bereits strukturelle Ungleichgewichte innerhalb der Netzwerke gebildet haben. So vereinen reichweitenstarke Weblogs mit einer großen Anzahl an Lesern (sogenannte „Focal“- oder auch „A“-Blogs) ähnlich den traditionellen Medien überproportional viel Aufmerksamkeit und damit Einfluss auf sich. Ihre Standpunkte werden in der Menge der Meinungen auch dadurch sichtbarer, dass „Suchmaschinen ihre Ergebnisse (...) [auch] nach der Prominenz einzelner Webseiten“ (Zimmermann, 2006, S.31) gewichten, wobei sich diese Prominenz aus der Häufigkeit bestimmt, mit der eine Webseite von anderen Webseiten verlinkt wird. Das so entstehende „Power-Law“-Gefälle ist bedingt durch das „inkrementelle Wachstum der Anzahl der Relationen im Lauf der Zeit und das ‚preferential attachment‘, nach dem die Chance einer weiteren Verbindung eines Knotens proportional zur Anzahl von Relationen ist, die er bereits besitzt“ (Schmidt, 2006c, S. 56).

Das bedeutet, dass sich die Aufmerksamkeit innerhalb der im Netz geführten Diskurse auf wenige Weblogs und die dort von den Betreibern vertretenen Meinungen konzentriert. Es muss also wie im Fall der traditionellen Massenmedien von „verzerrten“ Machtstrukturen innerhalb der (Netz-)Öffentlichkeit ausgegangen werden und weniger von einem herrschaftsfreien Diskurs, da die neu entstandenen „Mikropublizisten“ (Schmidt, 2006c, S.130) die Gate-Keeper-Funktion der Massenmedien übernehmen. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass auch weblogbasierte Netzöffentlichkeiten weit weniger offen in dem von Neidhardt definierten Sinn sind, als zunächst angenommen.

Was das zweite Kriterium der **Diskursivität** im Umgang mit Themen und Meinungen betrifft, erfüllen Weblogs die Bedingungen für eine funktionierende Öffentlichkeit dagegen sehr gut. Dadurch, dass in der Struktur der Software in aller Regel durch die Möglichkeit, Kommentare zu einzelnen Beiträgen zu verfassen, der Diskurs im wahrsten Sinne des Worte „vorprogrammiert“ ist, ist zumindest die Voraussetzung für einen lebhaften Austausch von Ideen und Meinungen gegeben. Auch die Verlinkung zu anderen Blogs in den eigenen Beiträgen sowie in der Blogroll ist ein Mittel der Interkonnektivität zwischen Diskussionsteilnehmern im Rahmen von verteilten Diskursen innerhalb der Blogosphäre.

Studien belegen darüber hinaus, dass es sich hierbei nicht nur um theoretische Möglichkeiten zum Meinungsaustausch handelt. So geben 49% der Befragten in der Online-Studie „Wie ich blogge!?“ (vgl. Schmidt/Wilbers, 2006) als Grund für das Bloggen „um mich mit anderen über eigene Ideen und Erlebnisse auszutauschen“ an. Ferner ermöglichen nahezu 97% aller

Weblogbetreiber das Schreiben von Kommentaren durch ihre „Besucher“, wobei tatsächlich über 50% aller Blogger angeben, zumindest auf die Hälfte aller ihrer Artikel Kommentarfeedback zu bekommen. Dabei werden wiederum in den meisten Fällen (62%) zwischen zwei und fünf Kommentare vergeben. Dies alles weist auf einen regen Meinungsaustausch in der Blogosphäre hin, wie er für Öffentlichkeiten konstitutiv ist. Es bedeutet jedoch noch nicht, dass es auch zu Revidierungen der eigenen Meinung aufgrund der Überlegenheit eines anderen Argumentes kommt, wie es Neidhardt ebenfalls fordert.

Doch auch hierfür lassen sich Hinweise finden, die auf eine Qualifikation von Weblogs als „öffentlichen“ Ort hindeuten. So geben ca. 78% der Befragten an, bereits Kommentare zu eigenen Beiträgen verfasst zu haben, um auf andere Kommentare zu reagieren und immerhin 18%, dass sie Kommentare geschrieben haben, um eigene Beiträge zu ergänzen oder zu korrigieren. Bewiesen ist hierdurch zwar noch nichts, doch scheint es wenigstens plausibel, dass die Korrekturen der eigenen Beiträge zumindest zum Teil einem Einstellungswechsel Rechnung tragen, der durch einen intensiven Meinungsaustausch bedingt ist. Zu ähnlichen Ergebnissen kommt auch Reichmayr in einer explorativen Studie zum Bloggingverhalten Jugendlicher, bei der sie durchschnittlich bis zu 7 Kommentare und bis zu 78 Bloglinks zählt (Reichmayr, 2005, S.5 ff.). Es kann somit behauptet werden, dass Weblogs hinsichtlich des Kriteriums der Diskursivität gut geeignet sind, um die Basis einer netzbasierten Öffentlichkeit darzustellen.

Überzeugungskraft und Autorität, als dritte Bedingung von Öffentlichkeit, lassen sich im weblogbasierten Diskurs wiederum nur begrenzt realisieren. Einerseits dürften zwar die dort erzielten Ergebnisse von denjenigen als überzeugend wahrgenommen werden, die entweder den Diskurs verfolgt oder aber aktiv an ihm teilgenommen haben. Denn wie gezeigt wurde, liegen gerade in der gemeinsamen Lösungsfindung mittels Interaktion und Diskurs die Stärken von Weblogs. Für diejenigen jedoch, die, etwa aufgrund des fehlenden Zugangs zum Internet, diese Debatten nicht verfolgen, geschweige denn an ihnen partizipieren konnten, wird deren Ergebnis entsprechend weniger Verbindlichkeit besitzen, da für sie die argumentative Begründung fehlt. Hinzu kommt das Problem, dass zahlreiche Diskurse lediglich in voneinander relativ isolierten Fragmenten der Netzöffentlichkeit – also in kleineren Teilöffentlichkeiten – geführt werden. Auch hierdurch sinkt die Verbindlichkeit der Ergebnisse für die Gesamtbevölkerung. Die Überzeugungskraft der herausgearbeiteten Argumente unterliegt somit starken Schwankungen unter den (Netz-)Bürgern.

Was die Autorität der so entstandenen (Teil-)Öffentlichkeitsmeinungen im politischen Entscheidungsprozess angeht, so leidet diese in zweierlei Hinsicht. Zum einen sind Weblogs in Deutschland immer noch sehr wenig verbreitet. Lediglich 7% aller Onlinenutzer haben bereits Erfahrungen mit dem neuen Medium gesammelt, wobei wiederum nur knapp 60% aller Deutschen über einen Internetzugang verfügen (vgl. ARD/ZDF Onlinestudie, 2006). Demnach werden die blogbasierten Diskurse nur von einem geringen Bevölkerungsteil wahrgenommen. Zum anderen wirkt sich die oben beschriebene Exklusion weiterer Bevölkerungsteile aus dem Internet und den dort stattfindenden Diskursen und die daraus resultierenden Unverbindlichkeit negativ auf die Autorität der Netzöffentlichkeitsmeinung aus. Die „Stimmgewalt“ der Blogöffentlichkeit ist also aufgrund ihrer geringen Größe und spezifischer Selektionskriterien für den Zugang relativ klein.

Die in sich zwar durch Diskurs konsistenten und gefestigten, aber nach außen in der Gesamtbevölkerung unzureichend wahrgenommenen Meinungsfragmente stehen dabei zusätzlich in Konkurrenz um Aufmerksamkeit zu den in den Massenmedien transportierten Inhalten und ihrer starken Definitionsmacht. Es hat sich hierbei mehrfach gezeigt, dass Diskursergebnisse aus Teilöffentlichkeiten in der Blogosphäre die Massenmedien benötigen, um genug Aufmerksamkeit zu kanalisieren. Nur so werden die dort entstandenen Meinungen von einem größeren Rezipientenkreis wahrgenommen, wodurch ihr Einfluss auf die politischen Entscheidungsorgane wächst.

Ein Beispiel hierfür ist der Fall des US-amerikanischen Senatsmehrheitsführers Trent Lott. Dieser hatte sich positiv über die rechtsextremistische Vergangenheit des republikanischen Senators Thurmond geäußert. Seine Anmerkungen blieben jedoch zunächst weitgehend unbeachtet und somit ohne Wirkung. Daraufhin begannen verschiedene reichweitenstarke Blogs, darüber zu berichten und enthüllten weitere ähnliche Aussagen des Senators, die von dessen Intoleranz zeugten und ihn schwer belasteten. Doch erst als die Massenmedien das Thema aufgriffen und flächendeckend verbreiteten musste Lott schließlich die Konsequenzen ziehen und trat zurück (vgl. Schmidt, 2006c, S.135).

Was bedeuten nun diese Erkenntnisse für die Fähigkeit von Weblogs, Funktionen von Öffentlichkeit zu übernehmen? Obwohl bloggestützte Netzöffentlichkeiten nur bedingt als offen zu bezeichnen sind, erfüllen sie die daraus abgeleitete **Transparenzfunktion** relativ gut. Es ist jederzeit möglich zu überprüfen, wer, wann, was zu welchem Thema in die Diskussion eingebracht hat. Einschränkend gilt hier jedoch erneut, dass dafür sowohl der Zugang zum Internet Voraussetzung ist, als auch, dass zum Teil Schwierigkeiten beim

Auffinden und Nachvollziehen der Argumente über verteilte Diskurse hinweg auftreten können.

Validierungsfunktionen erfüllen Weblogs wiederum nur bedingt. Zwar geben Blogs die Möglichkeit, Themen ausführlich im Diskurs zu erörtern, wodurch die Ergebnisse auf der einen Seite valider werden. Auf der anderen Seite aber kann im Falle von Weblogs nicht von gesamtgesellschaftlichen, sondern lediglich von fragmentierten Diskursen in Teilöffentlichkeiten und somit auch nicht von Akzeptanz unter der Gesamtbevölkerung ausgegangen werden.

Auch **Orientierungsfunktionen** leisten blogbasierte Onlineöffentlichkeiten kaum. Zu groß ist das Spektrum an „Meinungssplittern“ in der Blogosphäre, zu wenig nachvollziehbar sind die Argumentationslinien für das Gros der Bevölkerung und zu gering ist die Wahrscheinlichkeit, dass die jeweiligen Ansichten überhaupt von einer ausreichenden Anzahl Bürger wahrgenommen werden, als dass von Orientierung und Reduktion von Komplexität in der politischen Debatte die Rede sein könnte.

Ebenso erfüllen Weblogs die von Habermas geforderten Funktionen zur **Einflussnahme auf den politischen Entscheidungsprozess** nur teilweise. Aufgrund der höheren, wenngleich auch nicht vollständigen Herrschaftsfreiheit der Diskurse im Vergleich zu denen in den traditionellen Massenmedien, fällt es der Blogosphäre leichter, als antiinstitutionelles Element **Korrektivfunktionen** wahrzunehmen, indem sie Themen auf die politische Agenda setzt. „Unangenehme“ Themen finden hier leichter Einzug in den Diskurs, da nicht wie im Fall der Massenmedien Interessenverknüpfungen und wechselseitige Abhängigkeiten mit der Politik den Handlungsspielraum begrenzen. Einschränkend wirkt jedoch erneut die ungenügende Reichweite der in der Blogosphäre thematisierten Sachverhalte. Was das diskursive Erarbeiten und Einbringen von **Problemlösungsvorschlägen** betrifft, sind Blogs auf der einen Seite geradezu prädestiniert, diese Aufgabe zu erfüllen, da sie wie kein anderes Medium zu Interaktion und Diskussion auf „Augenhöhe“ einladen. Auf der anderen Seite fehlen ihnen auch hierzu wieder Reichweite und Deutungsmacht.

4.3.2 Weblogs als Teil- oder Gegenöffentlichkeit

Aufgrund der bisherigen Überlegungen scheinen Weblogs somit nur begrenzt geeignet, um die Basis einer netzbasierten politischen Öffentlichkeit darzustellen. Einige Argumente sprechen zwar dafür, dass durch das neue Medium eine Form von Onlineöffentlichkeit entsteht. Die Einschränkungen, die dabei jeweils getroffen werden müssen sind jedoch ein deutliches Indiz für die Unzulänglichkeiten der so gebildeten öffentlichen Räume.

Demgegenüber stehen die Potentiale von Weblogs als Grundlage für Teil- und Gegenöffentlichkeiten. **Teilöffentlichkeiten** dienen, wie oben bereits beschrieben, vor allem zur Artikulation von Minderheitenmeinungen und –bedürfnissen. Hier liegt eine der Stärken von Blogs, da sie eben genau jenen Minoritäten die Möglichkeit geben, ihre Anliegen leicht und schnell öffentlich zu machen. Voraussetzung sind hierfür zwar wiederum der Zugang zum Internet für die jeweilige Minderheit sowie zumeist auch ein Aufgreifen ihrer Problematik durch die Massenmedien um eine spürbare Wirkung zu entfalten. Jedoch ist es zumindest eine Chance sich Gehör zu verschaffen, die für diesen Teil der Bevölkerung ohne das Instrument der Weblogs geringer ausfallen würde und zudem mit deutlich mehr Mühen verbunden wäre.

Auch verlieren hier Bedenken an Gewicht, die oben noch gegen eine starke Rolle von Weblogs für die Konstitution von Öffentlichkeit sprachen. So erfüllen Weblogs für Teilöffentlichkeiten sowohl Transparenz- als auch Validierungsfunktion deutlich besser, als dies für die gesamtgesellschaftliche Öffentlichkeit der Fall war, zumal hier die Zersplitterung in verteilte Diskurse und die daraus resultierende Problematik der unzureichenden Verbindlichkeit der erarbeiteten Lösungen eine weitaus geringere Rolle spielen. Vielmehr handelt es sich bei Teilöffentlichkeiten gerade um diese Splitter. Entsprechendes gilt für die festgestellten Defizite hinsichtlich der Orientierungsfunktion.

Auch was **Gegenöffentlichkeiten** betrifft, scheinen Weblogs nun eher zu ihrer Konstitution geeignet, als im Falle der „Makro“-Öffentlichkeit. Gegenöffentlichkeiten dienen wie bereits erwähnt dazu, die Aufmerksamkeit der Bürger auf bestimmte bisher noch kaum oder gar nicht beachtete Themen zu lenken, die für (große) Teile der Bevölkerung von Bedeutung sind. Neben diesem Unterschied zu Teilöffentlichkeiten haben sie jedoch gemeinsam, dass auch hier die zuvor angesprochenen Problematiken an Tragweite verlieren. So erscheint es auch in diesem Zusammenhang plausibel, dass Validierungsfunktionen in jenen räumlich oder thematisch stark begrenzten Fragmenten der Öffentlichkeit eher ihre Wirkung entfalten als in der Gesamtöffentlichkeit.

So darf etwa die Akzeptanz der Diskursergebnisse unter den wenigen Mitgliedern einer Subkultur oder einer regionalen Interessengemeinschaft (zum Beispiel den Studenten einer bestimmten Universitätsstadt) als wahrscheinlicher gelten. Dies ist zumindest dann gültig, wenn angenommen werden kann, dass die Mehrheit an den virtuellen Diskussionen teilgenommen oder zumindest Kenntnis von ihnen und den erarbeiteten Ergebnissen erlangt hat, was zugegebenermaßen nur in einem Teil der Fälle (aber dennoch häufiger als für die Gesamtöffentlichkeit) zutreffen dürfte. Folglich kann auch von einem relativ hohen Maß an Orientierungsfunktion ausgegangen werden, zumal – um beim eben verwendeten Beispiel zu bleiben – gemeinsam und individuell sinnvolle Handlungsoptionen, etwa was die Reaktionen auf die drohenden Studiengebühren anbelangt, in ihrer Komplexität reduziert werden.

Weblogs haben also zumindest das Potential zur Konstitution von Teil- und Gegenöffentlichkeiten beizutragen. So können sie, falls die auch für Offlineteil- und Offlinegegenöffentlichkeiten geltenden Probleme der mangelnden Sichtbarkeit und Einflusskraft überwunden werden, am Agenda-Setting-Prozess mitwirken und als Korrektiv für die Informationsfilterung durch die Massenmedien im Sinne einer 5. Gewalt fungieren.

4.3.3 Weblogs und Meinungsbildung

Zu ähnlichen Ergebnisse gelangt man auch, sofern man Weblogs und ihre spezifischen Charakteristika im Rahmen von Schenks Theorie über soziale Netzwerke und Massenmedien (vgl. Schenk, 1995) betrachtet. Schenk hatte in seiner Studie Belege dafür gefunden, dass vor allem interpersonelle Kommunikation und weniger die Massenmedien ausschlaggebend sind, was die Konstitution von Themenagenden und das Herausbilden von persönlichen Meinungen betrifft. Weblogs stellen dabei, wie oben gezeigt werden konnte, einen unkomplizierten und schnellen Weg dar, um mit anderen in einen solchen interpersonellen Diskurs einzutreten. Es gestaltet sich im Vergleich zur Offlinewelt etwa aufgrund der geringeren Transaktionskosten weitaus einfacher, innerhalb virtueller Netzwerke Informationen zu sammeln, Sichtweisen miteinander zu vergleichen und Standpunkte auszutauschen. Das Resultat sind Themenagenden und Meinungen, die im interpersonellen Diskurs innerhalb der Blogosphäre parallel zu denen in der Offlinewelt gebildet werden.

Die Rolle der Meinungsführer übernehmen dabei die Betreiber reichweitenstarker „A-Blogs“, die im Zentrum solcher onlinebasierter Netzwerke stehen. Dies scheint zum einen plausibel, da sie wie die Meinungsführer bei Schenk über größere und dadurch tendenziell offenere Netzwerke größerer Reichweite verfügen. Auch liegt es nahe, dass Betreiber von „A-Blogs“ innovativer sind, als die übrigen (Netz-)Bürger. Eine prominente Stellung innerhalb der

Blogosphäre hängt auch damit zusammen, wie lange ein Blog bereits existiert, da von einem „inkrementellen Wachstum der Anzahl der Relationen im Lauf der Zeit“ (Schmidt, 2006c, S. 56) ausgegangen werden kann. Lange Existenz bedeutet notwendigerweise eine frühe Adaption des Mediums Weblog und somit eine höhere Innovativität, wobei gilt, dass Opinion-Leader „more innovative than their followers“ (Rogers, 2003, S. 318) sind. Darüber hinaus weisen Meinungsführer sowohl „greater exposure to mass media“ als auch „higher socioeconomic status than their followers“ (Rogers, 2003, S. 318 ff.) auf. Da es sich bei „A-“ oder „Filter-Blogs“ um einen auf externale Reflexionen konzentrierten und journalistisch orientierten (vgl. Schmidt, 2006c, S.69) Typ von Weblog handelt, kann angenommen werden, dass ihre Betreiber zum einen mehr (Print-)Medien nutzen und zum anderen in diesem Zusammenhang auch über eine höhere formale Bildung und somit über mehr sozioökonomischen Status verfügen. „A-Blogger“ können somit als Meinungsführer in der Blogosphäre gelten.

Zusammenfassend kann also angenommen werden, dass interpersonelle Kommunikation via Weblogs auf gleiche Weise wie offline geführte Diskurse zur Bildung von Themenagenden und Meinungen beitragen und somit eine wichtige Funktion im Meinungsbildungsprozess einnehmen. Aufgrund der unter 4.2 aufgezeigten Eigenschaften von Blogs wie ihre Niederschwelligkeit oder ihre Permalinkstruktur, aus der eine leichtere Nachvollziehbarkeit der Argumentationsstränge folgt, kann ihre Überlegenheit gegenüber Offlinediskursen in diesem Zusammenhang als wahrscheinlich gelten. Somit liegt hier die besondere Stärke von Weblogs.

4.4 Weblogs von Politikern

Eine weitere Eigenschaft von Weblogs, die - vor allem in den USA - aber auch in Deutschland im Zuge der Bundestagswahlen 2005 breites öffentliches Interesse erfuhr, ist ihr Potential zur Förderung der Kommunikation zwischen dem Volk und seinen gewählten Vertretern. Ziel hierbei ist es, zusätzlich zur herkömmlichen, meist massenmedial vermittelten Kommunikation, die auf einen einseitigen Monolog seitens der Politik („Government-to-Citizen“) beschränkt bleiben muss, Wege zu eröffnen, um die Bevölkerung in den politischen Diskurs einzubinden. Es soll ein Rückkanal zur „Citizen-to-Government“-Kommunikation geschaffen werden, um „Diskussionen zwischen Politikern oder ihren Mitarbeitern auf der einen Seite und Bürgern auf der anderen Seite“ (Coenen, 2005, S.2) zu ermöglichen. Das Hauptaugenmerk liegt dabei darauf, der wachsenden Entfremdung von Bürgern und ihren

Vertretern entgegenzuwirken und im Sinne der deliberativen Demokratietheorie zu mehr Legitimation im politischen Entscheidungsfindungsprozess zu gelangen.

Das besondere Potential von Weblogs gegenüber anderen Medien zur Onlinekommunikation wie etwa Chats oder Foren liegt nach Coenen (vgl. Coenen, 2005, S.3) in der Personalisierung der Kommunikation durch Blogs, sowie im höheren Aktualisierungszwang und der Überwindung hierarchischer Gefälle zwischen den Akteuren. Für die Politiker bieten sie dagegen die Möglichkeit, sich dem Bürger als innovativ, offen, bürgernah und vor allem authentisch zu präsentieren. Beide Seiten sollten somit von einer Ausweitung des Bürger-Politiker-Diskurses mittels Weblogs profitieren: Die Volksvertreter erhielten die Möglichkeit, sich unabhängig von den Massenmedien in einem positiven Licht zu präsentieren und darüber hinaus ihr Wissen um die Sorgen und Wünsche der Bürger zu erweitern. Die Bürger selbst hingegen bekämen die Chance, aktiv an der Gestaltung ihrer Lebensumstände mitzuwirken. Daher sollte ein deutlicher Anstieg der Anzahl an Politiker-Blogs sowie eine rege Beteiligung der Bürger an den dort stattfindenden Diskursen zu erwarten sein.

Tatsächlich entstanden vor allem kurz vor den vorgezogenen Neuwahlen zum Bundestag 2005 zahlreiche Weblogs, die von Politikern geführt wurden. Darunter waren vor allem zahlreiche unbekanntere Abgeordnete und Kandidaten, aber auch politische „Schwergewichte“ wie Bundesjustizministerin Brigitte Zypries, die jetzige Familienministerin Ursula von der Leyen, Andrea Nahles oder Silvana Koch-Mehrin (vgl. Coenen, 2005; Schmidt, 2006c). Jedoch wurden viele dieser neu entstandenen Weblogs bereits einige Zeit nach Abschluss der Wahlen wieder eingestellt, auch weil vielerorts „eine nur geringe Aktivität in den Kommentarbereichen“ (Coenen, 2005, S.15) zu verzeichnen war. Wie lässt sich dies erklären, wo doch eigentlich beide Seiten von der Nutzung des neuen Mediums profitieren hätten müssen?

Die Ursache hierfür liegt vor allem darin, dass zwischen den Regeln in der politischen Kultur in Deutschland und den etablierten Praktiken des Bloggens deutliche Unterschiede bestehen, die eine Vereinbarkeit der beiden „Sphären“ zumindest schwierig erscheinen lassen. Die Blogosphäre lebt von Offenheit, Authentizität, ausgeprägter Selbstdarstellung und Diskurs auf „Augenhöhe“. Politiker dagegen müssen oft Nachteile befürchten, „wenn sie spontan, originell und allzu persönlich kommunizieren“ (Coenen, 2005, S.13). Diese Unvereinbarkeit hat zu Verstimmungen auf beiden Seiten geführt.

Die (Netz-)Bürger auf der einen Seite hatten (zu) hohe Erwartungen, was die Einhaltung von Regeln der Weblogkommunikation wie Authentizität, Aktualität, persönlichen Stil oder Responsivität betrifft. Hier wurden sie von den bloggenden Politikern (zwangsweise) enttäuscht, da diese aufgrund von Fraktionsdisziplin oftmals in Art und Gehalt ihrer Aussagen gebunden waren und sich durch Zeitmangel häufig nicht in der Lage sahen, in dem Maße aktuell und persönlich zu sein, wie es die „Netiquette“ erfordert hätte. Ein offener Meinungs austausch wurde des Weiteren oftmals schon dadurch verhindert, dass die Politikerblogs moderiert wurden, das heißt, Kommentare vor ihrer „Veröffentlichung“ erst redaktionell geprüft wurden, um das Niveau der Diskussion zu kontrollieren. Einige Politiker, unter ihnen besonders die bekannteren, nutzten das neue Medium zudem ausschließlich oder zumindest zum Teil, um ihre politischen Standpunkte im Sinne einer klassischen One-to-many-Kommunikation in den Massenmedien zu verbreiten (vgl. Coenen, 2005, S.17), was in der Blogosphäre für besonderen Unmut sorgte.

Auf der anderen Seite waren auch die meisten der bloggenden Politiker angesichts ausbleibender Kommentare auf ihren Seiten bald enttäuscht. Ursächlich für das Ausbleiben waren zum einen die eben beschriebenen Defizite, die die Politikerblogs für die Bürger uninteressant machten, sowie zum anderen die starke Konkurrenz um Aufmerksamkeit durch die traditionellen Massenmedien, zumal die meisten Blogs der Politiker nur ungenügend in die bestehende Netzwerkstruktur der Blogosphäre integriert waren. Daher spielten die „unterschiedlichen Formen, in denen Weblogs Teil des Bundestagswahlkampfes waren (...) als Kommunikations- und Informationsinstrumente nur eine untergeordnete Rolle“ (Schmidt, 2006c, S.145).

In den USA ist die Situation, die die anfängliche Euphorie für Politikerblogs in Deutschland mitgetragen hatte, dagegen eine andere. Hier haben sich personalisierte Weblogs von Politikern schon seit längerer Zeit etabliert, vor allem da sich die politischen Verhältnisse dort von denen in Deutschland in zweierlei Hinsicht unterscheiden. Zum einen ist die Beziehung zwischen den einzelnen Politikern und ihren Parteien nicht durch Fraktionsdisziplin geprägt, sondern die Politiker sind vielmehr direkt vom Wohlwollen ihrer Wähler in den jeweiligen Wahlbezirken abhängig, was die Feedbackfunktion von Weblogs besonders interessant macht. Zum andern herrscht „in den USA [ein] deutlich größere[r] Druck, Unterstützer und finanzielle Mittel für Wahlkämpfe und politische Kampagnen zu mobilisieren“ (Schmidt, 2006c, S.147).

4.5 Weblogs in repressiven Systemen

„The best response to abuses of openness is more openness“ (Ito, 2005)

In Iran, China oder anderen Staaten, in denen das Recht auf freie Meinungsäußerung weder kulturell noch gesetzlich in der Gesellschaft verankert ist, bieten Weblogs eine einzigartige Möglichkeit, das Leben der oft vollkommen von der Außenwelt isolierten Bürger zu bereichern. So wird es ihnen beispielsweise mittels Blogs möglich, sowohl mit dem Rest der Welt in Kontakt zu treten und etwa über Missstände im eigenen Land zu berichten, als auch untereinander über regionale, gesellschaftliche oder geschlechtliche Grenzen hinweg miteinander zu kommunizieren.

Das Internet im Allgemeinen und Weblogs im Speziellen lassen sich durch Offenheit und freie Meinungsäußerung charakterisieren, erlauben den Menschen, sich über politische und gesellschaftliche Grenzen hinweg auszutauschen und sind eine Quelle neuer Ideen und Sichtweisen für Menschen in isolierten und repressiven Systemen (vgl. Ito, 2005). Gerade in islamisch geprägten Regimen wie dem Iran sind Weblogs oft die einzige Möglichkeit, abseits der staatlichen Zensur der öffentlichen Medien an Informationen zu gelangen, Meinungen auszutauschen und diese wie oben gezeigt im Diskurs zu bilden, da Offlinedebatten in der Öffentlichkeit, zumal wenn sie regimekritisch sind, verboten sind. Auch stellen Weblogs aufgrund der strengen Geschlechtertrennung häufig die einzige Möglichkeit dar, mit dem jeweils anderen Geschlecht vor der Ehe in Kontakt zu kommen.

Da diese Entwicklung den Regierenden verständlicherweise ein Dorn im Auge ist, gab es bereits zahlreiche Versuche, gegen kritische Blogger und die durch sie geschaffene Gegenöffentlichkeit vorzugehen. So werden im „Iran regelmäßig Blogger eingeschüchtert oder verhaftet, und in China wurde das Weblog eines Aktivisten zensiert“ (Schmidt, 2006c, S.130), das von der Deutschen Welle in der Kategorie „freedom of expression“ ausgezeichnet wurde. Jedoch haben all diese Versuche bisher kaum Früchte getragen und so „erfreut sich [zum Beispiel] die persische Blogosphäre stetigen Zuwachses und zählte 2003 etwa 64.000 Weblogs“ (Franz, 2005, S.10). Andere Schätzungen für das Jahr 2005 gehen von bis zu 100.000 Blogs im Iran aus (vgl. Schmidt, 2006c, S.130).

Zwar gelten auch hier die oben geäußerten Bedenken, was die Ungleichheit im Zugang zum Internet, gerade auch aufgrund der hohen Analphabetenquote in diesen Ländern (vor allem unter den Frauen) oder aufgrund der hohen Kosten für die Anschaffung entsprechender Hardware betrifft, doch stellen die blogbasierten Gegenöffentlichkeiten zumindest einen Anfang dar.

Aber nicht nur in repressiven Regimen erfüllen Weblogs eine wichtige Funktion. Auch in anderen, der Zensur unterliegenden Regionen wie Kriegsgebieten spielen Weblogs (in diesem Fall „Warblogs“ genannt) eine „wichtige informationsdemokratische Rolle“ (Franz, 2005, S.10), indem sie einen Gegenpol zur einseitigen Berichterstattung in den Massenmedien bieten, wie im Falle des Irak-Krieges in den USA. Hier gewährten Blogs wie das des mittlerweile im Exil lebenden Irakers „Salam Pax“ oder die zahlreichen von G.I.s geführten „Kriegstagebücher“ (sogenannte „Milblogs“) einen (zumeist) authentischen Einblick in den wirklichen Alltag des Krieges ohne massenmediale „Weichzeichner“ oder Überdramatisierungen und boten zumindest was Letztere betrifft eine Möglichkeit, Kontakt mit der Heimat zu pflegen.

4.6 Zwischenfazit: Weblogs als Weg aus der Krise?

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Weblogs zahlreiche neue Möglichkeiten mit sich bringen, öffentlichen Diskurs zu beleben, wo er erlahmt ist und dort zu ermöglichen, wo er aufgrund restriktiver Gesetzgebung verboten und somit schwer durchzuführen ist. Sie haben zudem ein hohes Potential, was die diskursive Meinungsbildung in virtuellen Netzöffentlichkeiten betrifft. Auch scheinen sie geeignet, bei der Bildung von Teil- und Gegenöffentlichkeiten mitzuwirken. Diesen zahlreichen Möglichkeiten stehen jedoch nahezu ebenso viele Einschränkungen und Probleme gegenüber. So erfüllen sie weder die Bedingungen für die Konstitution einer netzbasierten gesamtgesellschaftlichen Öffentlichkeit etwa aufgrund der Einschränkungen im Zugang, noch helfen sie bei den Problemen der geringen Sichtbarkeit und Reichweite von Gegenöffentlichkeiten. Dazu sind die dort stattfindenden Diskurse durch Mikropublizismus nahezu ebenso wenig herrschaftsfrei wie in der massenmedial geprägten Offlineöffentlichkeit.

Dieses Spannungsfeld zwischen potentiellen Möglichkeiten einerseits und den Problemen, die diese beschränken andererseits lässt sich mit dem Konzept der Öffnung und Schließung von (Teil-)Öffentlichkeit beschreiben (vgl. Schmidt, 2006c, S. 128 ff.). Öffnung bedeutet dabei das Entstehen neuer Möglichkeiten durch Ausdifferenzierung von Gegenöffentlichkeit mittels vernetzter Dezentralität, den Wegfall von journalistischen Gate-Keeper-Funktionen und das

Überwinden restriktiver Mediensysteme, das Senken von Transaktionskosten für die Teilname am Diskurs, sowie das Entstehen von unabhängigen Mikropublizisten und dem damit verbundenen „Graswurzel-Journalismus“. Schließung dagegen bedeutet, dass „sozial bedingte Schließungsmechanismen (...) verhindern, dass der technisch mögliche Entgrenzungsprozess (...) zu einer nachhaltigen Verschiebung oder Umwälzung im Hinblick auf Macht, Hegemonie [und] Einfluss (...) zugunsten bisher (...) benachteiligter Gruppen oder Individuen führt“ (Schönberger, zitiert nach Schmidt, 2006c, S. 132). Sie bezieht sich auf Re-Intermediationstendenzen, also Phänomene, die den neuen Möglichkeiten jeweils entgegenstehen und deren Entfaltung von vornherein verhindern. Hier sind zum einen die fortschreitende organisatorische Einbettung von Weblogs in publizistische Onlineangebote anzuführen. Zum anderen sind Norm- und Regelkonflikte wie sie in den oben geschilderten repressiven Systemen auftreten, sowie die Rolle von Mikropublizisten als neue Gatekeeper mit den Massenmedien als Quelle und softwaretechnische Beschränkungen zu nennen.

Die Frage nach der Leistungsfähigkeit von Weblogs für unsere Gesellschaft lässt sich somit nicht eindeutig beantworten. Daher werde ich im nachfolgenden Abschnitt zusätzlich zu den eben angestellten theoretischen Überlegungen eine eigene empirische Analyse zur Bewertung von Weblogs durchführen, um eine abschließende ganzheitliche Beurteilung der Qualitäten und Potentiale des neuen Kommunikationsmediums zu ermöglichen. Die Fragestellung bezieht sich dabei erneut vor allem auf ihre Eignung für die Belebung der politischen Öffentlichkeit, sowie auf ihr damit verbundenes deliberatives Potential. Es soll somit der Frage nachgegangen werden, ob Blogs einen Weg aus der Krise moderner Demokratien darstellen können und wie hoch die Wahrscheinlichkeit dafür ist.

5 Hypothesen zur Auswirkung des Mediums Weblog auf Öffentlichkeit und Politik

Im folgenden Abschnitt werde ich meine Hypothesen bezüglich des Zusammenhangs zwischen Weblogs und Öffentlichkeit beziehungsweise der Politik darlegen.

Die Verbindung von Öffentlichkeit und politischer Entscheidungsfindung und die daraus resultierende Bedeutung für das demokratische System als Ganzes wurden bereits weiter oben ausführlich dargelegt. Was Öffentlichkeit betrifft, ist bei den hier aufgestellten Hypothesen davon auszugehen, dass das neue Medium Weblog wenigstens das Potential aufweist, zu einem Anwachsen des öffentlichen Diskurses beizutragen, der – wiederum zumindest teilweise – solche Bevölkerungsgruppen in die Diskussionen integriert, die aus der politischen Offlinedebatte weitestgehend ausgeschlossen sind. Genauer heißt dies, dass ich die Tauglichkeit der Blogosphäre hinsichtlich der drei Bedingungen für öffentlichen Diskurs nach Neidhardt hypothetisch skizzieren und jeweils eine Operationalisierung für die empirische Prüfung dieser Thesen anführen werde. Daran anschließend wird die Hypothese für den Grad der Erfüllung der drei daraus resultierenden Funktionen von Öffentlichkeit abgeleitet. Daraufhin gehe ich auf die Fähigkeit der Blogosphäre ein, Teilöffentlichkeiten zu konstituieren und zur Bildung von Meinungen beizutragen.

Der zweite Teil dieses Kapitels, befasst sich mit Thesen hinsichtlich der Verflechtung des Feldes der Politik im Offlineleben mit politischem Bloggen. Dabei kann man unter politischer Partizipation „im engeren Sinne (...) alle freiwilligen Handlungen von Bürgern verstehen, die darauf gerichtet sind, verbindliche Entscheidungen in einem Gemeinwesen zu beeinflussen“ (Marcinkowski, 1999, S.2). Hierzu sind generell zwei Arten der Beteiligung zu unterscheiden: Verfasste (oder auch konventionelle) Partizipation auf der einen Seite besitzt einen politisch-institutionellen Rahmen zum Beispiel in Form von Gesetzen (vgl. Kornelius, 2004, S.27). Die Beteiligung an Wahlen ist die am weitesten verbreitete Form der konventionellen politischen Teilnahme. Unverfasster (oder auch unkonventioneller) Partizipation fehlt dieser Rahmen, wobei zusätzlich zwischen illegaler und legaler unkonventioneller Beteiligung unterschieden werden muss. Beispiele für unverfasste Partizipation sind Unterschriftensammlungen und genehmigte Demonstrationen für die legale, sowie Straßenblockaden und gewaltsamer Protest im Falle der illegalen Form.

Was den Zusammenhang von Weblogs und Politik betrifft, muss zum einen herausgearbeitet werden, inwiefern anzunehmen ist, dass politische Beteiligung im Offlineleben mit der Teilnahme am Diskurs in der politischen Blogosphäre zusammenhängt. Des Weiteren gehe ich

auf die Frage ein, ob politisches Bloggen mit spezifischen regionalpolitischen Interessen verbunden ist. Ein weiteres Thema der zunächst hypothetischen Erörterung ist der Einfluss der Parteinäigung auf das Betreiben eines politischen Weblogs. Schließlich setzte ich mich mit den Erwartungen auseinander, die Leser politischer Weblogs an das neue Medium haben.

5.1 Weblogs und netzbasierte Öffentlichkeit

Im nachstehenden Kapitel werde ich mich mit der Eignung von Weblogs zur Schaffung einer netzbasierten Öffentlichkeit befassen. Hierzu werden die unter 2.2 und 2.3 theoretisch hergeleiteten Voraussetzungen für eine funktionierende Öffentlichkeit sowie ihre Funktionen bei der Erfüllung dieser Bedingungen herangezogen und empirisch geprüft, ob Blogs diese Bedingungen und Funktionen jeweils erfüllen oder nicht, soweit dies aufgrund der vorliegenden Daten möglich ist.

Zunächst stellt sich demnach die Frage, inwiefern die Daten der „Wie ich blogge!?“- Umfrage die Annahme stützen, dass die blogbasierte politische Öffentlichkeit offen ist, inwieweit also erstens der Zugang zu ihr jedermann gleichermaßen möglich ist, zweitens jedes Thema die gleiche Chance hat in den Debatten aufgegriffen zu werden und drittens jedes Ergebnis potentiell die selbe Möglichkeit aufweist, das Resultat der Onlinediskurse darzustellen (Hypothese 1). Danach wird dargelegt werden, ob von einer hohen Diskursivität innerhalb der politischen Blogosphäre auszugehen ist (These 2). Darauf folgen eine Thematisierung der drei von Neidhardt beschriebenen Funktionen von Öffentlichkeit (Thesen 3 bis 5), sowie Hypothesen bezüglich der Eignung von Weblogs zur Konstitution von Gegenöffentlichkeiten (These 6) und zur Meinungsbildung (These 7).

Hypothese 1: Die politische Blogosphäre kann nur bedingt als offen bezeichnet werden

Was die Frage des Zugangs betrifft, muss eine erste Hypothese im Licht der vorangegangenen theoretischen Überlegungen davon ausgehen, dass der Zugang zu den blogbasierten Onlinediskursen nur bedingt als offen gelten kann. Konkret werden drei Annahmen in dieser Hinsicht getroffen.

Erstens, dass die Teilnahme an politischen Debatten in Weblogs, ähnlich wie der generelle Zugang zum Internet, abhängig ist von den sozialstrukturellen Merkmalen, die die Bürger jeweils aufweisen. Zur Operationalisierung werden die Variablen Geschlecht, Alter, Bildung und Berufsstand herangezogen und ihre Ausprägungen unter den politischen Bloggern mit denen in der gesamtdeutschen Gesellschaft verglichen. Es ist zu erwarten, dass vor allem

jüngere Männer mit hoher formaler Bildung in der politischen Blogosphäre überrepräsentiert sein werden. Dies würde gegen die Offenheit des politischen Diskurses in Weblogs sprechen.

Zweitens wird im Zusammenhang mit Chancengleichheit getestet, wie groß der Anteil der politischen Blogs mit Zugangsbeschränkungen ausfällt, die mittels Passwörtern für einzelne Artikel, die Kommentarfunktion oder aber das ganze Weblog als solches den Zutritt limitieren. Dazu werde ich einen Vergleich zwischen politischen Blogs und solchen ohne einen gesellschaftspolitischen Anspruch anstellen. Dabei ist davon auszugehen, dass gerade politische Weblogs in einem geringeren Maße zugriffsbeschränkt sind, als die Allgemeinheit der Blogs, also weniger von Diskursen in „elitären Zirkeln“ ausgegangen werden sollte, sondern von potentiellem Mitspracherecht für alle Netzbürger. Dies spricht wiederum für eine Offenheit des politischen Weblogdiskurses.

Drittens nehme ich hinsichtlich thematischer Offenheit sowie Ergebnisoffenheit an, dass diese Bedingungen im politischen Teil der Blogosphäre immer noch vergleichsweise gut erfüllt werden. Zwar mindern die in Kapitel 4.3 festgestellten neuen Gatekeeperfunktionen reichweitenstarker A-Blogs zumindest die Offenheit der Ergebnisse durch ihre gewichtige und verzerrende „Stimme“, doch können zumindest neue Themen relativ problemlos in den Diskurs eingebracht werden und sei es auch nur auf eben solchen Filterblogs mittels der Kommentarfunktion. Um hierfür einen empirischen Beleg anzuführen, ist eine Operationalisierung in Anbetracht der vorliegenden Datenquelle leider nur schwer möglich. Einziges Indiz für eine mögliche Einschränkung der Themen- und Ergebnisoffenheit ist die Verbreitung der Praxis, Kommentare anderer auf dem eigenen Weblog zu löschen oder zu verändern. Dies kann als Anzeichen für eine Beschränkung der Offenheit gedeutet werden, da als möglicher Grund für das Entfernen oder Abändern eine abweichende Meinung des Blogbetreibers von der im Kommentar vertretenen Ansicht plausibel erscheint. Ein geringer Grad an Beeinflussung der Kommentare Anderer in der politischen Blogosphäre würde hierbei für deren Offenheit sprechen.

Hypothese 2: Die politische Blogosphäre ist hochgradig diskursiv

Was die Frage nach der Diskursivität als zweiter Bedingung für Öffentlichkeit angeht, gehe ich in Hypothese zwei davon aus, dass die politische Blogöffentlichkeit diese Anforderung gut erfüllt. Hierzu finden sich mehrere Möglichkeiten, diese Annahme, die sich auch mit den theoretischen Erkenntnissen in Kapitel 4.3.1 deckt, anhand der vorliegenden Daten zu testen.

Zum einen stellt eine hohe Anzahl an Kommentaren ein Indiz für Diskurs dar. Des Weiteren ist das Verfassen von Kommentaren auf eigene Beiträge hin, um diese zu ergänzen oder zu korrigieren ein Hinweis auf einen Einstellungswechsel, der durch die lebhaften Debatten bedingt ist. Schließlich sind bei der Angabe von Gründen für das Bloggen, „sich mit anderen über Ideen austauschen“ und „sein Wissen anderen zugänglich machen zu wollen“ Anhaltspunkte, die für eine diskursive Öffentlichkeit sprechen. Für alle drei Indizien erwarte ich jeweils für die politischen Bloggern überdurchschnittlich hohe Werte.

Was schließlich Autorität und Überzeugungskraft der in der Blogosphäre erarbeiteten (netz)öffentlichen Meinung betrifft, muss die Beantwortung der Frage nach der Tauglichkeit von Weblogs für das Entstehen von Öffentlichkeit auf der unter 4.3.1 dargelegten theoretischen Begründung beschränkt bleiben, da sich diese anhand der Daten nicht prüfen lässt. Eine Hypothese bleibt somit für die dritte Bedingung von Öffentlichkeit aus.

Hypothese 3: Die politische Blogosphäre erfüllt Transparenzfunktionen von Öffentlichkeit

Hinsichtlich der Frage, inwieweit politische Blogs Transparenzfunktionen von Öffentlichkeit aufweisen geht Hypothese 3 mit den unter 4.3.1 dargelegten Einschränkungen davon aus, dass die politische Blogosphäre ein hohes Potential hat, diese Funktion zu erfüllen.

Daher nehme ich an, dass die Analyse der Daten zeigen wird, dass die Anzahl der anonymen Diskursteilnehmer unter den Politbloggern relativ gering ist und die Zuordnung der Argumente zu den Personen somit zumeist relativ eindeutig möglich ist. Dies entspricht nicht nur den Gepflogenheiten, wie sie in der Offlineöffentlichkeit in aller Regel zu finden sind, sondern auch der mittlerweile für den „seriösen“ Bereich der Blogosphäre (wie dem Blogjournalismus) als verbindlich etablierten „Weblogethik“ (vgl. Schmidt, 2006c, S.124). Diese auch als Netiquette bezeichneten, diskursiv ausgehandelten Richtlinien beinhalten prozedurale Regeln für das Bloggen, sind also eine Art Leitfaden für die „richtige“ Anwendung des Mediums.

Hypothese 4: Politblogs erfüllen Validierungsfunktionen von Öffentlichkeit nur zum Teil

Was die Erfüllung von Validierungsfunktionen durch die politische Blogosphäre angeht, gehe ich in Hypothese 4 davon aus, dass sich hier ambivalente Ergebnisse finden lassen, die auf der einen Seite ein hohes Potential von Weblogs vermuten lassen, auf der anderen Seite jedoch Probleme bei deren Umsetzung aufzeigen. Letztendlich macht dies eine nur bedingte Eignung von Blogs hinsichtlich einer Validierungsfunktion für die Gesamtgesellschaft wahrscheinlich.

Zunächst ist zu vermuten, dass die Ergebnisse aus der Analyse der Diskursivität als Anhaltspunkte dafür herangezogen werden können, dass die politische Blogosphäre Validierungspotentiale aufweist. Zweitens ist andererseits ebenso anzunehmen, dass sich bei der Frage nach der Offenheit im Zugang zeigen lassen wird, dass es sich bei den politischen Bloggern lediglich um einen ganz spezifischen Teil der Bevölkerung handelt. Daher darf nur von einem Diskurs innerhalb eines Gesellschaftsfragments und nicht von gesamtgesellschaftlicher Relevanz und Akzeptanz der Ergebnisse ausgegangen werden.

Hypothese 5: Politische Weblogs sind nur bedingt geeignet, um Orientierungsfunktionen von Öffentlichkeit zu leisten

Entsprechendes gilt hinsichtlich der Orientierungsfunktion von Öffentlichkeit für die Gesamtgesellschaft und somit für Hypothese fünf. Einerseits mag zwar die Orientierungsleistung von Blogs für diejenigen relativ hoch sein, die den Diskurs verfolgt und mitgestaltet haben und insofern wäre die Funktion erfüllt. Doch andererseits ist der Teilnehmerkreis, wie anzunehmen ist, auf einen zu spezifischen Teil der Bevölkerung beschränkt, als dass von Orientierung für einen Großteil der Gesellschaft die Rede sein könnte. Zudem spricht gegen eine Funktionsübernahme durch Weblogs im Sinne der Hypothesen vier und fünf, dass andernorts bereits nachgewiesen werden konnte, dass nur ein sehr geringer Teil der deutschen Bürger Weblogs kennt und nutzt (vgl. ARD/ZDF-Online-Studie, 2006).

Hypothese 6: Politische Weblogs sind gut geeignet, um Teil- und Gegenöffentlichkeiten zu konstituieren

Dies alles führt zur Annahme sechs, dass Weblogs zwar eher schlecht geeignet sind um funktional für die Gesamtgesellschaft zu sein, dass sie jedoch ein deutliches Potential für die Konstitution von Teil- und Gegenöffentlichkeit aufweisen. Dabei sind jedoch nicht alle Gesellschaftsfragmente gleichermaßen für den öffentlichen Diskurs mittels Weblogs geeignet. Besonders für internet-affine Subgruppen eignen sich Blogs sehr gut zur Etablierung einer Netzgegenöffentlichkeit. Technikaverse Gruppen der Gesellschaft, die eher zur späten Übernahme von Innovationen neigen, werden dagegen kaum vom Potential des neuen Mediums profitieren.

Hypothese 7: Politische Weblogs können eine wichtige Rolle bei der Meinungsbildung einnehmen

In Hypothese sieben wird zudem vermutet, dass neben der Konstitution von Gegenöffentlichkeiten auch die Meinungsbildung im interpersonellen Onlinediskurs parallel zu offline geführten Gesprächen eine der Stärken von Weblogs darstellt. Um dies empirisch zu prüfen, werde ich erneut auf bereits im Zusammenhang mit Diskursivität getätigte Analysen Bezug nehmen.

5.2 Weblogs und ihr Zusammenhang mit Politik

Nach der Formulierung der Hypothesen hinsichtlich des Einflusses von Weblogs auf Öffentlichkeit werde ich nun meine Annahmen zum Zusammenhang zwischen politischer Offlinepartizipation und politischem Bloggen skizzieren. Grundannahme der weiteren Hypothesen ist dabei, dass Diskurse in Weblogs analog zu offline geführten öffentlichen Debatten als Form der politischen Partizipation gelten können.

Hypothese 8: Politische Weblogs führen zu mehr politischer Partizipation

Die zu testende Hypothese acht besagt, dass Blogs aufgrund ihrer kommunikativen Potentiale wie ihrer Niederschwelligkeit dazu beitragen, dass auch diejenigen Bürger sich politisch beteiligen, die ansonsten kaum oder gar nicht politisch aktiv sind.

Zur Operationalisierung dieser These werde ich prüfen, ob Autoren von politischen Blogs auch im Offline-Leben politisch aktiv sind, das heißt ob sie an öffentlichen Debatten, Demonstrationen und Kundgebungen teilnehmen, ob sie regelmäßig Wählen gehen oder einer Partei angehören. Ziel ist hier festzustellen, ob ein Zuwachs an politischer Teilnahme durch Weblogs zu verzeichnen ist, also wie hoch der Anteil der Befragten ist, der in Blogs politisch aktiv, in der offline Welt jedoch wenig politisch engagiert ist. Es ist jedoch aufgrund der theoretischen Vorüberlegungen auch durchaus denkbar, dass die Daten eher für das Gegenteil sprechen, dass also das offline wie online über Weblogs praktizierte politische Beteiligungsniveau zusammenfallen.

Hypothese 9: Politische Weblogs ziehen ein verstärktes Interesse an regionalen Themen mit sich

In These neun wird vermutet, dass lokalpolitische Themen in der politischen Blogosphäre einen wichtigen Platz einnehmen. Das würde bedeuten, dass, entgegen dem generellen Desinteresse an lokaler Politik in der Offlinegesellschaft im Vergleich zum (inter-) nationalen Geschehen, ein hoher Anteil der politischen Blogger sich gerade mit regionalen Themen befasst.

Grundlage dieser Vermutung ist die Annahme, dass das lokalpolitische Desinteresse trotz der unmittelbaren Relevanz der dort getroffenen Entscheidungen für das tägliche Leben (auch) daher rührt, dass die massenmediale journalistische Berichterstattung auf diesem Feld eher dürftig ist. Beispiele hierfür sind die „übermäßige Orientierung an den politischen und ökonomischen Eliten“, die „dementsprechend eingeschränkten Zugangs- und Berücksichtigungschancen für nachrangige und nichtetablierte soziale und politische Gruppen“, die „weitgehend kritiklose und konfliktarme Berichterstattung über Kommunalpolitik“, „der Verlautbarungsstil des Lokaljournalismus mit seiner extensiven Nutzung journalistischer Vorprodukte von durchsetzungsstarken Gruppen“, sowie die „wenig partizipationsförderliche Aufbereitung und Präsentation politischer Information“ (vgl. Marcinkowski, 1999, S. 7).

Das heißt, ich nehme an, dass es auch Schuld der massenmedialen Berichterstattung ist, dass das Interesse unter der Bevölkerung an lokalpolitischen Themen eher gering ist. Hier könnten Weblogs als Weg aus der regionalpolitischen Krise fungieren, da sie gerade jenen nichtetablierten Gruppen die Möglichkeit bieten, kritische und authentische Berichte über lokale Geschehnisse zu erhalten oder zu verfassen und diese gemeinsam mit anderen zu diskutieren.

Hypothese 10: Die Neigung zu einer der „kleinen“ Parteien führt zu politischem Bloggen

Hypothese zehn besagt, dass das Schreiben von Weblogs und insbesondere politischer Blogs mit Parteineigung in Zusammenhang steht. Ich erwarte dabei, dass vor allem Personen, die den kleineren Parteien wie den Grünen oder der FDP nahe stehen, deutlich überproportional Weblogs betreiben. Grundlage für diese Vermutung ist die Annahme, dass gerade Anhänger dieser Parteien ein Einfluss- und Wirkungsdefizit „ihrer“ politischen Ansichten in Deutschland empfinden, begründet in der verhältnismäßig geringen Größe ihrer Parteien was Mitgliederzahlen und Sitze im Parlament betrifft aber auch dadurch, dass sie nicht an der

Regierung beteiligt sind. Diese Defizite könnten durch politische Einflussnahme mittels Weblogs zu kompensieren versucht werden.

Hypothese 11: Gewohnheiten hinsichtlich der Präsentation politischer Inhalte in den Massenmedien prägen auch die Erwartungen an Form und Inhalt politischer Weblogs

Schließlich vermute ich in These elf, dass die Erwartungen, die die Blogger hinsichtlich Gestaltung und Inhalt an politische Weblogs richten, im Wesentlichen die gleichen sind, die sie auch von der politischen Berichterstattung in den Massenmedien her kennen. Diese sind der „Ernsthaftigkeit“ des Themas geschuldet und gewährleisten eine effiziente und schnelle Aufnahme von relevanten Informationen.

6 Empirische Bewertung von Weblogs

Im folgenden Kapitel werden die soeben aufgestellten dreizehn Hypothesen jeweils einem empirischen Test unterzogen. Dazu muss zunächst auf generelle Vor- und Nachteile von onlinebasierten Befragungen eingegangen werden, wobei zwischen den beiden Arten der E-Mail und WWW-Befragung unterschieden wird. Daraufhin werde ich genauer auf die spezifischen Besonderheiten der vorliegenden „Wie ich blogge!?“-Studie Bezug nehmen und mich mit drei in diesem Zusammenhang problematischen Selektionseffekten auseinandersetzen. Im Anschluss daran wird die so entstandene Datengrundlage im Detail beschrieben bevor die eigentlichen empirischen Analysen folgen.

6.1 Bemerkungen zur Methodik

6.1.1 Chancen und Risiken von standardisierten Online-Befragungen

Standardisierte Onlinebefragungen haben zahlreiche Vorteile. Generell müssen dabei zwei Arten von Internetbefragungen unterschieden werden, die Email-Befragung und die WWW-Umfrage. Beide sind weitaus kostengünstiger als schriftliche Befragungen oder Telefoninterviews, weisen eine hohe Reichweite auf, wodurch sie die Ansprache einer großen Zahl an potentiellen Befragten ermöglichen und erzielen dabei schnell sehr große Fallzahlen, da die Rücklaufgeschwindigkeit in aller Regel hoch ist (vgl. Homburg, 2003, S.201). Daneben sind sie weniger reaktiv als Face-to-face- oder Telefonbefragungen, da es sich hierbei um anonyme Mensch-Maschine-Interaktionen handelt. Durch das Fehlen eines Interviewers sind daher gerade bei „heiklen“ Themen wie Körperhygiene oder politische Einstellungen wahrheitsgetreuer Aussagen zu erwarten, da sie weniger durch Effekte sozialer Erwünschtheit beeinflusst werden. Auch können hier bestimmte Grundgesamtheiten „über thematisch spezialisierte Foren, Newsgroups oder Mailinglisten“ (Schmidt, 2005, S.118) gezielt angesprochen werden, sofern solche zu den forschungsrelevanten Themen vorhanden sind.

Auf der anderen Seite sind Internetbefragungen auch mit einigen Nachteilen verbunden. Für beide Arten der computervermittelten Befragung ist problematisch, dass auch heute noch bei weitem nicht alle Menschen in Deutschland über einen Internetzugang verfügen. Dieser Zugang sowie seine Nutzung hängen zudem mit sozialstrukturellen Merkmalen wie Alter, Geschlecht und Bildung zusammen, wodurch die Repräsentativität der Stichprobe vermindert wird. Ebenfalls für beide Formen schwierig ist die Kontrolle der Antworten, „denn es muss verhindert werden, dass die gleiche Person einen Fragebogen mehrmals ausfüllt und so die

Ergebnisse verzerrt“ (Schmidt, 2005, S.119). Dies ist jedoch schwierig, da bei einer WWW-Befragung eine mehrmalige Teilnahme durch bloßes erneutes Anklicken des Links ermöglicht wird. Bei einer E-Mail-Umfrage muss dagegen damit gerechnet werden, dass einige Befragte über mehrere Mail-Accounts verfügen und so prinzipiell mehrere Einladungen zur Teilnahme an der Untersuchung erhalten können. Des Weiteren ist, wie bei der postalischen Befragung auch, nicht eindeutig festzustellen, in welcher Situation (alleine, konzentriert, abgelenkt, etc.) die Beantwortung stattfindet und ob der Befragte den Fragebogen auch tatsächlich selbst ausfüllt.

Bei der standardisierten **Email-Umfrage** werden digitalisierte Fragebögen, die ansonsten kaum von denen einer schriftlichen Befragung abweichen, per Mail verschickt, von den interessierten Befragten ausgefüllt und ebenfalls via elektronischer Post wieder zurückgesendet. Diese Art der Onlinebefragung kann dabei tatsächlich als Äquivalent zur postalischen Umfrage gelten, da mehrere empirische Studien zu dem Thema nachweisen konnten, „dass die Teilnehmer von Email-Umfragen und schriftlichen Befragungen in der Regel (...) beim Antwortverhalten (...) keine signifikanten Unterschiede aufwiesen“ (Homburg, 2003, S.200).

Problematisch sind jedoch vor allem der Zugang zu Email-Adressen potentieller Befragter sowie die bevölkerungsrepräsentative Auswahl der Stichprobe aus den Adressen, zumal (noch) keine zentralen Register vorhanden sind, die alle existierenden Email-Adressen vergleichbar mit einem Telefonbuch auflisten und viele Internetnutzer darüber hinaus über mehrer solcher Email-Accounts verfügen. Auch besteht die Gefahr, dass die Emails fälschlicherweise als Spam angesehen und ungelesen gelöscht werden, wodurch die Nonresponsequote steigt. Des weiteren ist der Gestaltungsspielraum der Fragebögen begrenzt, da „lediglich die Symbole des ASCII-Zeichensatzes Verwendung finden können“ (Bandilla, 2000, S.16).

Außerdem lässt sich „das Web-spezifische Leseverhalten der meisten Nutzer als eher flüchtig“ (Bandilla, 2000, S.19) beschreiben, weshalb das Scrollen bei längeren Email-Interviews ein Problem darstellt, das zum Abbruch der Beantwortung führen kann. Kommt es auf diese Weise zu einem Ende der Fragenbeantwortung, bedeutet dies im Fall eines Emailinterviews zudem meistens einen Totalausfall des Befragten und nicht, wie bei der WWW-Befragung zumindest eine Verwertbarkeit der bisher eingegebenen Daten. In ersterem Fall muss der Fragebogen zurückgesendet werden, was bei einem vorzeitigen Abbruch

zweifelhaft ist. Bei letzterem dagegen wird jede Eingabe in der Interviewmaske automatisch erfasst und geht bei einem frühzeitigen Befragungsende nicht verloren.

Auch die zweite Version der Online-Befragung, die **WWW-Umfrage** weist neben dieser Eigenschaft spezifische Vor- und Nachteile auf. Hierbei handelt es sich meist um durch Hyperlinks ansteuerbare interaktive Befragungen mittels eigens dafür entwickelter Analysesoftware. Diese ermöglicht eine komplexe Filterführung, was zu einem genau auf den jeweiligen Befragten abgestimmten Fragenverlauf und zudem zu kürzeren Bearbeitungszeiten führt. Auch ist es möglich, multimediale Inhalte wie Videos oder Musikstücke mit in den Fragebogen einzuarbeiten und darüber hinaus Para- oder Metadaten zu erheben, die zum Beispiel Auskunft über die Antwortzeiten pro Frage geben und so Plausibilitätskontrollen ermöglichen (vgl. Bandilla, 2000). Dazu kommt, dass die Weiterverarbeitung der Daten erleichtert ist, „da sie bereits elektronisch vorliegen und so keine Zeit für die Eingabe und Fehlerkontrolle aufgewendet werden muss“ (Schmidt, 2005, S.118).

Jedoch müssen auch hier abermals Abstriche gemacht werden. So ist nach Angaben des Arbeitskreises deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute die Selbstrekrutierung der Befragten in solchen „Clickme-Befragungen“ eher nicht geeignet, um repräsentative Stichproben zu erhalten. Dies liegt vor allem darin begründet, dass die Wahrscheinlichkeit höher ist, dass diejenigen im Internet auf die Umfrage stoßen, die dieses auch intensiver nutzen, woraus erneut Verzerrungen der Ergebnisse resultieren. Darüber hinaus kann es sein, dass die „Möglichkeiten, sich auf eine bestimmte Grundgesamtheit zu konzentrieren, begrenzt“ (Homburg, 2003, S.201) sind, besonders wenn der oben beschriebene Weg der gezielten Ansprache etwa über Links in Foren fehlt. Hinzu kommt die Gefahr unseriöser Antworten aufgrund der vollkommenen Anonymität, die diese Art der Befragung mit sich bringt (vgl. Homburg, 2003, S.201).

Ferner existiert eine Mischform aus beiden Methoden, bei der zum Beispiel ein Anschreiben per Email erfolgt, das wiederum mit einem Link zu einer WWW-Umfrage versehen ist.

6.1.2 Zur Studie „Wie ich blogge!?“

Die zweiwellige Studie „Wie ich blogge!?“ der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“ (FoNK) in Bamberg, auf die ich meine empirischen Analysen stützen werde, ist genau ein solcher Hybrid. Für die erste Welle wurden zum einen in Zusammenarbeit mit den Weblog-Anbietern twoday.net und blogg.de dort registrierte Nutzer per E-Mail angeschrieben und auf die Umfrage hingewiesen (vgl. Schmidt/Wilbers, 2006).

Die Teilnehmer wurden ferner am Ende der Befragung aufgefordert, ihrerseits die Einladung zur Teilnahme mittels einer mitgelieferten Grafik in ihrem Weblog zu implementieren. Auch erklärten sich einige weitere Bloghostingplattformen bereit, den Link zur Umfrage auf ihren Startseiten zu veröffentlichen.

Durch das so entstandene „Schneeballsystem“ können die Ergebnisse der auf diesen Daten basierenden Analysen zwar keine vollständige Repräsentativität beanspruchen, doch war dies der einzige Weg überhaupt in relativ kurzer Zeit an ansatzweise verallgemeinerbare Ergebnisse zu gelangen, zumal, wie im oben beschriebenen Fall des gesamten Internets auch, keine zentralen Register für die Gesamtheit aller Blogs bestehen. Zusätzlich verlieren Bedenken hinsichtlich des ungleich verteilten Zugangs zum Internet und der daraus resultierenden Verzerrung der Ergebnisse von Onlinebefragungen im vorliegenden Fall ihre Bedeutung, da es sich beim Untersuchungsgegenstand Weblogs um ein reines Onlinephänomen handelt und somit jedes Mitglied der relevanten Grundgesamtheit der Blogger bzw. der Blogleser über einen Zugang zum Internet verfügen muss. Es kann zwar nicht ausgeschlossen werden, dass gerade weniger vernetzte Blogger keine Gelegenheit zur Teilnahme an der Umfrage bekommen haben, „[a]ngesichts der Laufzeit, der Verbreitung des Hinweises und der Beteiligung verschiedener Anbieter erscheint es aber plausibel, dass große Teile der aktiven deutschsprachigen Blogosphäre von der Befragung Kenntnis erhalten hat.“ (Schmidt/Wilbers, 2006, S. 5). Dennoch muss von einem **1. Selektionseffekt** ausgegangen werden.

Was die Grundgesamtheit der zweiten Erhebungswelle betrifft, so setzt sie sich aus denjenigen Interviewteilnehmern der ersten Welle zusammen, die sich freiwillig bereit erklärt haben, an einer Nachbefragung teilzunehmen. „Hinsichtlich soziodemographischer und grundlegender blog-bezogener Merkmale gab es dabei signifikante Unterschiede zwischen Personen mit bzw. ohne erneute Teilnahmebereitschaft.“ (Schmidt/Paetzolt/Wilbers, 2006, S.8). Besonders die aktiven Blogger über 30 Jahre mit häufiger Aktualisierung ihres Weblogs sowie längerer Bloggerfahrung waren hier überrepräsentiert. Dadurch verschärft sich die Repräsentativitätsproblematik aufs Neue durch einen **2. Selektionseffekt**.

Schließlich weisen auch die aus dieser Grundgesamtheit stammenden tatsächlichen Teilnehmer an der Nachbefragung Verzerrungstendenzen auf. Hierbei handelt es sich erneut um die eben beschriebenen Merkmale, die schon bei der Angabe der erneuten Teilnahmebereitschaft in der ersten Welle zu beobachten gewesen waren, dabei jedoch in

nochmals stärkerer Ausprägung. Somit muss von einem **3. Selektionseffekt** ausgegangen werden (vgl. Schmidt/Paetzolt/Wilbers, 2006).

Durch diese 3 Effekte leidet die Repräsentativität der folgenden Analysen, wobei das Ausmaß der Verzerrung jeweils schlecht einzuschätzen ist und von Themenkomplex zu Themenkomplex variieren dürfte. Zumindest jedoch ermöglichen die Daten eine ungefähre Einschätzung des Einflusses von Weblogs auf den öffentlichen Diskurs und ihren Zusammenhang mit Politik.

6.2 Datengrundlage

In diesem Abschnitt skizziere ich kurz die Zusammensetzung der Datengrundlage für die weiteren Analysen. Der Fragebogen, mit dem die Daten erhoben wurden, wurde mit Hilfe des Onlinesurveytools „Global Park“ erstellt. An der ersten Erhebungswelle nahmen 5.246 aktive Blogger, Exblogger und Blogleser teil, die zumindest die Beantwortung der ersten drei Seiten der Befragung abgeschlossen haben (4.217 Befragte haben den ersten Fragebogen komplett beantwortet). Da jedoch in der ersten Welle nur wenige Items zu den im Weiteren im Focus liegenden Feldern der Öffentlichkeit und der Politik enthalten waren, werden sich die weiteren Analysen auf diejenigen Fälle stützen, die auch an der zweiten Erhebungswelle teilgenommen haben. Dazu musste in der ersten Befragung eine gültige Email-Adresse angegeben werden, die dann durch die Forschungsstelle, mit der Bitte um Teilnahme an einer zweiten vergleichenden Studie, angeschrieben wurde. Hierbei erklärten sich von den 2.701 Teilnehmern der ersten Welle, die dort einer weiteren Befragung zugestimmt hatten 1.439 Befragte tatsächlich bereit, erneut teilzunehmen, jedoch füllten wiederum nur 1.300 Befragte den Fragebogen vollständig aus.

Von diesen 1.439 Fällen mussten für die weiteren Zwecke erneut 276 aus den Daten herausselektiert werden, da diese Personen angaben, keine deutschen Staatsbürger zu sein. Im Einzelnen handelt es sich dabei um 146 österreichische und 81 schweizer Staatsbürger. Keine Angabe bezüglich ihrer Herkunft machten 44 Befragte. Eine Selektion scheint hier nötig, da besonders im Fall der Schweiz von einer gänzlich anderen politischen Kultur mit deutlich mehr direktdemokratischen Einflussmöglichkeiten und einem sich vom deutschen unterscheidenden Wahlsystem ausgegangen werden muss. Dies könnte wiederum Auswirkungen auf wahrgenommene Demokratiedefizite und daher auch auf die Bewertung von onlinegestützten öffentlichen Diskursen haben. Darüber hinaus müssen diejenigen Befragten, die keine Angaben gemacht haben ausgeschlossen werden, da hier die Zugehörigkeit zu den jeweiligen politischen Systemen gänzlich im Dunklen bleiben muss und

es sich daher beispielsweise auch um Ausländer mit deutschen Sprachkenntnissen handeln könnte.

Dies ergibt eine Fallzahl von 1.163 für die deutsche Blogosphäre. Davon entfallen 140 Fälle auf Leser von Blogs oder ehemalige Blogger, aktive Blogger sind demnach 1.023 Personen. Von diesen gaben 365 (oder 36,4%¹) an, sich in ihrem Blog (bzw. ihren Blogs) auch mit politischen Themen befassen. Diese Betreiber eines Weblogs werden im Folgenden als politische Blogger bezeichnet und bilden den Focus der weiteren Analysen. 639 Untersuchungsteilnehmer (63,6%) äußerten dagegen kein Interesse an politischen Fragen.

6.3 Soziodemographie

Bei der Analyse der soziodemographischen Daten der Befragten (siehe Tabelle 1) fällt zunächst auf, dass Männer tendenziell stärker vertreten sind als Frauen, besonders bei den (zahlenmäßig am geringsten vertretenen) reinen Bloglesern. Ebenso deutlich und dabei über alle drei Gruppen hinweg überrepräsentiert sind junge Erwachsene im Alter zwischen 20 und 29 Jahren. An zweiter Stelle und mit einem deutlichen Abstand stehen die Mittdreißiger, gefolgt von den Teenagern im Alter von höchstens 19 Jahren. Auffallend ist hier, dass erstere jeweils ca. ein Viertel aller aktiven Blogger und Leser ausmachen, der Anteil der Exblogger jedoch verhältnismäßig gering ist. Genau umgekehrt verhält es sich bei den Teenagern. Sie konstituieren ein Viertel der ehemaligen Blogger und stellen jeweils nur ein Sechstel der aktiven Blogger und Leser. Dies könnte dem Umstand geschuldet sein, dass junge Menschen eher dazu neigen, weniger beständig in ihren Nutzungsroutinen zu sein, was den Gebrauch neuer Medien angeht, als ältere Bürger. Diese Annahme wird zusätzlich dadurch gestützt, dass bei den über 40jährigen die Anzahl der Exblogger auf dem niedrigsten Stand liegt. Ältere Menschen im Bereich von 50 Jahren und darüber bilden schließlich die kleinste Gruppe innerhalb der Blogosphäre.

Was die Bildung angeht sind die Ergebnisse mehr als eindeutig. Ein hoher formaler Bildungsgrad hängt über alle drei Gruppen der Blogger, Exblogger und Blogleser hinweg mit einem hohen Anteilswert zusammen. Fast die Hälfte aller Mitglieder der Blogosphäre können ein Abitur vorweisen und zumindest ein Drittel sogar einen Hochschulabschluss. Immerhin 17% aller Befragten haben die mittlere Reife erreicht. Befragte mit Hauptschulabschluss oder gar keinem Abschluss sind dagegen nur minimal vertreten und dazu vor allem bei den eher „passiven“ Exbloggern und Lesern.

¹ 19 Befragte haben diese Frage bereits nicht mehr beantwortet, da sie den Fragebogen vorzeitig abgebrochen haben

Tabelle 1: Soziodemographie in der deutschen Blogosphäre (in %)				
	Aktiver Blogger (88)	Ex-Blogger (7,4)	Reine Blogleser (4,6)	Gesamt (100)
Geschlecht (N=1163)				
männlich	53,9	53,5	64,8	54,3
weiblich	46,1	46,5	35,2	45,7
Altersgruppen (N=1159)				
Jünger als 20 Jahre	14,5	27,9	16,7	15,6
20 bis 29 Jahre	42,3	43,0	40,7	42,3
30 bis 39 Jahre	26,4	17,4	25,9	25,7
40 bis 49 Jahre	11,2	5,8	7,4	10,6
Über 50 Jahre	5,6	5,8	9,3	5,8
Bildungsstand (N=1161)				
kein Schulabschluss	3,7	9,3	9,3	4,4
Volksschule/Hauptschule	2,3	3,5	1,9	2,3
Mittlere Reife	16,9	16,3	18,5	17,0
Abitur / Matura	46,5	44,2	44,4	46,3
(Fach-)Hochschulabschluss	30,6	26,7	25,9	30,1
Berufstätigkeit (N=1162)				
Keine Angabe	3,6	2,3	-	3,4
Schüler/Student	39,4	58,1	48,1	41,2
Wehrdienst-/Ersatzdienstleistend	0,4	-	1,9	0,4
Arbeiter/Angestellter/Beamter	33,1	27,9	29,6	32,5
Selbstständig/Freiberuflich tätig	15,6	7,0	11,1	14,7
Hausfrau/-mann	3,0	-	1,9	2,8
Rentner/Pensionär	1,4	1,2	3,7	1,5
Arbeitslos/-suchend	3,5	3,5	3,7	3,5

Ein ähnlich klares Bild zeichnet sich daher auch ab, was die Berufstätigkeit der Befragten betrifft. Hier sind vor allem Schüler und Studenten (mit durchschnittlich 41,2% und besonders hohem Anteil an Exbloggern) sowie Angestellte und Beamte (mit 32,5% und dem Focus auf aktiven Bloggern) stark vertreten. Vergleichsweise gar keine Beteiligung an der Blogosphäre haben dagegen Hausfrauen, Rentner und Wehrdienstleistende, wobei bei den Hausfrauen die aktiven Blogger und bei den Rentnern die Leser dominieren. Arbeitslose stellen durchschnittlich etwa 3,5% der (Ex-) Blogger und Leser.

Somit ergibt sich hinsichtlich der **sozialstrukturellen Zusammensetzung der gesamtdeutschen Blogosphäre** ein klares Bild. Vor allem ein mittleres Alter und ein hoher Bildungsgrad sowie die damit verbundene berufliche Position beeinflussen die Begeisterung für das neue Medium Weblog. Geschlecht dagegen hat den geringsten Einfluss, obgleich die Männer dabei tendenziell überwiegen.

Diese Ergebnisse werde ich nun mit den sozialstrukturellen Merkmalen der politischen Blogger sowie der Leser politischer Weblogs vergleichen (vgl. Tabelle 2). Hierbei fällt zunächst auf, dass kaum Ungleichheiten zwischen den Produzenten und den Rezipienten politischer Äußerungen bestehen. Dies lässt annehmen, dass es sich hierbei vornehmlich um den gleichen Personenkreis handelt – eine Vermutung die durchaus naheliegend ist. Bestätigt wird diese durch die Analyse der Korrelationen zwischen beiden Gruppen. Hier zeigt sich, dass der Zusammenhang zwischen dem Schreiben politischer Blogs und dem Lesen solcher politischer Seiten sehr hoch und zudem hochgradig signifikant ist (Cramer's V = 0.547***). In 79,5% der Fälle sind Nichtleser auch Nichtschreiber beziehungsweise Verfasser politischer Blogs auch deren Rezipienten. Daher werde ich im weiteren Verlauf nur noch bei gelegentlich auftretenden Abweichungen der beiden Gruppen jeweils spezifisch auf diese eingehen.

Tabelle 2: Soziodemographie der deutschen Politblogger und deren Leser (in %)		
	Politische Blogger (N=364-365)	Leser politischer Weblogs (N= 344-345)
Geschlecht		
männlich	76,2	72,8
weiblich	23,8	27,2
Altersgruppe		
Jünger als 20 Jahre	9,3	9,6
20 bis 29 Jahre	44	42,4
30 bis 39 Jahre	27,5	27,9
40 bis 49 Jahre	10,7	11,3
Über 50 Jahre	8,5	8,7
Bildungsstand		
kein Schulabschluss	1,6	3,5
Volksschule/Hauptschule	1,4	1,7
Mittlere Reife	13,2	11
Abitur / Matura	50,4	51,6
(Fach-)Hochschulabschluss	33,4	32,2
Berufstätigkeit		
Keine Angabe	3,6	4,1
Schüler/Student	36,7	39,1
Wehrdienst-/Ersatzdienstleistend	0,3	0,3
Arbeiter/Angestellter/Beamter	34,8	32,8
Selbstständig/Freiberuflich tätig	16,2	18,3
Hausfrau/-mann	1,1	1,2
Rentner/Pensionär	2,2	1,7
Arbeitslos/-suchend	5,2	2,6

Schon beim Geschlecht fallen deutliche Unterschiede zwischen der allgemeinen und der politischen Blogosphäre auf. So ist der Anteil der Männer nun von knapp der Hälfte auf 76,2% für die Politblogger und 72,8% für die Leser politischer Blogs gestiegen. Dadurch ergibt sich ein deutliches Übergewicht des männlichen Geschlechts unter dem politisch interessierten Teil der Blogosphäre.

Auch beim Alter sind Unterschiede erkennbar, wenngleich diese auch nicht so deutlich ausfallen. So lassen sich zwar wenig Differenzen feststellen, was die „mittleren“ Altersgruppen der 20- bis 49- Jährigen betrifft. Doch sind die Abweichungen bei den Jungen und Alten deutlicher. Die unter 20- Jährigen verlieren dabei um ein Drittel, wohingegen die über 50- Jährigen von unter einem Prozent auf nahezu 9% zulegen.

Was den Schulabschluss betrifft, so ist eine weitere Verschiebung zu hohen formalen Bildungsgraden zu verzeichnen. Vor allem bei den Politbloggern sinkt der Anteil der niedriggebildeten auf Werte nahe einem Prozent. Bei beiden Gruppen steigt dagegen der Anteil der Abiturienten und Akademiker, wobei dieser Anstieg auch zu Lasten der mittleren Reife erfolgt, die jeweils einige Prozentpunkte verliert.

Bei der Berufstätigkeit bleibt bis auf einige Ausnahmen weitgehend alles wie im Falle der Gesamtblogosphäre. Die Schüler verlieren Anteile vor allem was die „Passiven“ betrifft (hier sind die Unterschiede mit bis zu 19 Prozentpunkten am deutlichsten). Der Anteil der Rezipienten (zu denen sowohl Leser als auch Exblogger zählen) steigt im Gegenzug bei den Selbstständigen von 7 bzw. 11,1 auf 18,3%. Der Arbeitslosenanteil steigt was die aktiven politischen Blogger betrifft leicht auf knapp über 5% an und sinkt dafür bei den passiven Lesern ab.

Auch für die **politische Blogosphäre** lässt sich somit ein relativ klares **soziodemographisches Durchschnittsprofil** erstellen. Hier sind Männer deutlich in der Überzahl, für die zudem nochmals stärker als im Fall der Gesamtblogosphäre eine hohe Bildung zu verzeichnen ist und eine Konzentration auf die mittleren beiden Altersstufen mit einer Gesamttendenz zu höherem Alter gilt.

Vergleicht man diese soziodemographischen Merkmale in der politischen Blogosphäre mit denen in der deutschen Bevölkerung, so ergeben sich eine Reihe von Abweichungen (siehe Tabelle 3). Die Datengrundlage für diese Vergleichszahlen bildet die repräsentative Stichprobe aller über 18jährigen Deutschen aus dem ALLBUS 2004. Die Daten sind zwar nicht vollständig vergleichbar, etwa da hier, im Gegensatz zur „Wie ich blogge!?“-Studie, keine Teenager unter 18 Jahren vertreten sind, sowie beim Bildungsstand die Kategorie (Fach-)

Hochschulabschluss fehlt, doch lassen sich zumindest Anhaltspunkte für einen Vergleich finden.

Zum einen sind Männer in der politischen Blogosphäre mit 23,4 Prozentpunkten deutlich überrepräsentiert, Frauen hingegen viel zu schwach vertreten, als dass von einer repräsentativen Verteilung gesprochen werden könnte. Was das Alter angeht, muss auf eine Interpretation der jüngsten Gruppe der unter 20- Jährigen verzichtet werden, da sich hier die Grundgesamtheiten der beiden Datenquellen nicht decken. Betrachtet man jedoch die verbleibenden Kategorien, so wird besonders ein klarer Überhang der 20 bis 29- Jährigen mit über 30 Prozentpunkten deutlich. Ebenfalls zu stark vertreten sind Befragte im Alter zwischen 30 und 39 Jahren. Unterrepräsentiert zeigen sich dagegen die über 40- Jährigen und hier in besonders starkem Ausmaß die Generation 50+, die bei den politischen Bloggern die schwächste, in der deutschen Bevölkerung jedoch die zahlenmäßig größte Gruppe darstellen. Was das Alter angeht, kann somit ebenfalls festgehalten werden, dass die Verteilung in der politischen Blogosphäre nicht der in Gesamtdeutschland entspricht.

Tabelle 3: Gesamtheit aller Deutschen ab 18 Jahren in % (Quelle: ALLBUS 2004)	
Geschlecht (N=2946)	
Männlich	49,4
Weiblich	50,6
Alter (N=2946)	
unter 20	3,6
20-29	13,3
30-39	18,9
40-49	20,3
50 und mehr	43,9
Bildungsstand	
Ohne Abschluss	2,2
Volksschule/Hauptschule	40,1
Mittlere Reife	33,5
(Fach-)Hochschulreife	22,6
Anderer Abschluss/keine Angabe	1,6

Auch hinsichtlich der Bildung bestehen deutliche Differenzen. So sind unter den Politbloggern die hoch Gebildeten klar zu stark vertreten. Niedrige formale Bildung ist dagegen massiv unterrepräsentiert. Vor allem der Hauptschulabschluss ist unter den Politbloggern nahezu nicht vertreten, wohingegen er in Deutschland den größten Anteilswert aufweist.

Zusammenfassend kann infolgedessen als erwiesen gelten, dass vor allem **junge, hoch gebildete Männer** im politischen Teil der Blogosphäre deutlich stärker vertreten sind als in der deutschen Offlinegesellschaft. Ein Vergleich dieser Ergebnisse mit aktuellen Daten aus der ARD/ZDF-Online-Studie 2005 zeigt (siehe Tabelle 4) hingegen, dass dieses soziodemographische Profil vielmehr dem des „gemeinen“ Internetnutzer entspricht als dem Durchschnittsdeutschen, da auch hier Männer und jüngere Bevölkerungsteile übermäßig stark repräsentiert sind.

Tabelle 4: Internetnutzung in Deutschland

② Internetnutzer in Deutschland 1997 bis 2005												
Anteil in %												
	1997 ¹⁾	1998 ¹⁾	1999 ¹⁾	2000 ¹⁾	2001 ¹⁾	2002 ¹⁾	2003 ¹⁾	2003 ²⁾	2004 ¹⁾	2004 ²⁾	2005 ¹⁾	2005 ²⁾
Gesamt	6,5	10,4	17,7	28,6	38,8	44,1	53,5	51,5	55,3	52,6	57,9	56,7
männlich	10,0	15,7	23,9	36,6	48,3	53,0	62,6	61,6	64,2	60,4	67,5	66,2
weiblich	3,3	5,6	11,7	21,3	30,1	36,0	45,2	42,3	47,3	45,4	49,1	48,0
14–19 Jahre	6,3	15,6	30,0	48,5	67,4	76,9	92,1	87,0	94,7	90,1	95,7	90,1
20–29 Jahre	13,0	20,7	33,0	54,6	65,5	80,3	81,9	75,5	82,8	79,8	85,3	85,3
30–39 Jahre	12,4	18,9	24,5	41,1	50,3	65,6	73,1	70,2	75,9	72,5	79,9	78,8
40–49 Jahre	7,7	11,1	19,6	32,2	49,3	47,8	67,4	67,1	69,9	66,6	71,0	70,3
50–59 Jahre	3,0	4,4	15,1	22,1	32,2	35,4	48,8	47,6	52,7	50,7	56,5	54,1
60 Jahre und älter	0,2	0,8	1,9	4,4	8,1	7,8	13,3	13,0	14,5	12,8	18,4	18,0
in Ausbildung	15,1	24,7	37,9	58,5	79,4	81,1	91,6	89,0	94,5	91,2	97,4	95,8
berufstätig	9,1	13,8	23,1	38,4	48,4	59,3	69,6	67,7	73,4	70,1	77,1	76,0
Rentner/nicht berufstätig	0,5	1,7	4,2	6,8	14,5	14,8	21,3	19,4	22,9	20,9	26,3	25,0

1) Gelegentliche Onlinenutzung.
2) Onlinenutzung innerhalb der letzten vier Wochen.
Basis: Onlinenutzer ab 14 Jahre in Deutschland (2005: n=1 075, 2004: n=1 002, 2003: n=1 046, 2002: n=1 011, 2001: n=1 001, 2000: n=1 005, 1999: n=1 002, 1998: n=1 006, 1997: n=1 003).

Quellen: ARD-Online-Studie 1997, ARD/ZDF-Online-Studien 1998–2005.

6.4 Zugangsbeschränkungen in der politischen Blogosphäre

Nach dieser Charakterisierung der Zusammensetzung der (un-)politischen Blogosphäre wende ich mich der Frage zu, inwieweit im Falle von Politblogging von einem unbeschränkten Diskurs gesprochen werden kann. Dazu ist zu prüfen, wie hoch der Anteil zugangsbeschränkter Blogs ausfällt, bei denen entweder das ganze Blog, einzelne Beiträge oder die Kommentarfunktion mit einer Abfrage der Zugriffsberechtigung versehen sind (vgl. Tabelle 5). Hier zeigt sich, dass die gesamte Blogosphäre relativ frei von Beschränkungen ist. 88,4% aller deutschen Blogger berichten von keiner Limitierung im Zugriff auf ihr Blog, etwas über 7% versehen gelegentlich einzelne ihrer Beiträge mit einem Passwort.

Lediglich knapp 4% schützen ihr gesamtes Weblog vor den Augen „Unbefugter“. Es sind dabei deutliche Unterschiede festzustellen zwischen der politischen Blogosphäre und ihrem unpolitischen Teil. So liegt der Anteil der unbeschränkt zugänglichen Blogs unter den Politblogs sieben Prozentpunkte höher als bei den übrigen. Dementsprechend geringer fallen die Werte für die beiden Beschränkungsvarianten aus.

Tabelle 5: Offenheit in der Blogosphäre und in Politblogs			
	Gesamte Blogosphäre (N=1011-1012)	Politblogger (N=364-365)	Nicht politische Blogger (N=637-639)
Zugang zum Blog (in %)			
Ja, Zugang ist ohne Beschränkung möglich	88,4	92,9	85,9
Nein, einzelne Beiträge sind nur bestimmten Personen zugänglich	7,4	5,5	8,6
Nein, mein gesamtes Weblog ist nur bestimmten Personen zugänglich	4,2	1,6	5,5
Zugang zu den Kommentaren (in %)			
Ja, auch ohne vorherige Registrierung	78,8	81,1	77,5
Ja, aber nur mit vorheriger Registrierung	18,6	16,2	20
Nein	2,6	2,7	2,5

Ähnlich verhält es sich zunächst auch mit dem Zugang zur Kommentarfunktion. 81,1% der Politblogger ermöglichen das Kommentieren ohne vorherige Registrierung. Dagegen gestatten dies nur 77,5% der unpolitischen Blogger. Addiert man hier die Anteile für diejenigen Fälle, bei denen Kommentare sowohl ohne als auch mit vorheriger Registrierung möglich sind, so ergibt sich daraus die Summe von 97,3% für politische und 97,5% für unpolitische Blogs. Kommentieren ist also prinzipiell in der gesamten Blogosphäre möglich, Politblogs sind jedoch tendenziell offener, da sie weniger häufig eine Registrierung für das Schreiben von Kommentaren voraussetzen. Insgesamt kann also behauptet werden, dass die Blogosphäre im Allgemeinen und **politische Weblogs** im Speziellen **von hoher potentieller Offenheit geprägt** sind, was die technische Möglichkeit des Lesens und Kommentierens von Blogeinträgen angeht.

6.5 Kommentare

Im diesem Abschnitt setzte ich mich mit Kommentare in (politischen) Weblogs auseinander. Was den durchschnittlichen Anteil der kommentierten Beiträge im eigenen Weblog angeht, sind die Ergebnisse nicht eindeutig (siehe Tabelle 6). Zum einen finden sich zwar unter den unpolitischen Bloggern Anhaltspunkte für eine im Vergleich leicht erhöhte Diskursivität, da hier diejenigen, bei denen jeweils alle oder zumindest die meisten der Beiträge kommentiert werden geringfügig höher vertreten sind als bei den Politbloggern. Andererseits weisen diese jedoch einen kleineren Teil auf, der gar keine Kommentare erhält. Zudem bleiben die Unterschiede im Bereich von wenigen Prozent, weshalb für den vorliegenden Fall des **Anteils an Kommentaren** am ehesten **von keinem Unterschied** zwischen politischen und unpolitischen Bloggern ausgegangen werden sollte. **Generell** herrscht jedoch ein **reger**

Diskurs, da bei über 50% aller Blogger mindestens die Hälfte aller Beiträge kommentiert wird.

Tabelle 6: Anteil der kommentierten Beiträge (in %)

	Alle Blogger (N=975)	Politblogger (N=353)	Nicht politische Blogger (N=622)
Alle	5,4	4,5	5,9
Die Meisten	26,8	26,1	27,2
Etwa die Hälfte	25	26,9	24
Wenige	40,5	41,1	40,2
Keiner	2,3	1,4	2,7

Ein vergleichbares Bild liefert die Betrachtung der Anzahl der vergebenen Kommentare, sofern ein Artikel Reaktionen unter den Lesern hervorruft und sie zur Tastatur greifen lässt (vgl. Tabelle 7). Tendenziell erhalten Politblogger zwar geringfügig mehr Kommentarzuspruch, zumal diese in der niedrigsten Kategorie anteilmäßig weniger und in den höheren (bis auf die kaum zu erreichende 50+ Stufe) etwas stärker vertreten sind. Doch auch hier gilt wieder, dass die **Unterschiede zu gering** ausfallen, als dass von deutlich mehr Diskurs in der politischen als in der unpolitischen Blogosphäre die Rede sein könnte. Jedoch kann hier erneut **allgemein** von einem **angeregten Diskurs** über alle Weblogs hinweg ausgegangen werden, zumal nahezu 80% aller Blogger zwei oder mehr Kommentare erhalten, sofern ein Artikel kommentiert wird.

Tabelle 7: Durchschnittliche Anzahl der Kommentare bei kommentierten Artikeln (in%)

	Alle Blogger (N=973)	Politblogger (N=352)	Nicht politische Blogger (N=621)
Einen	20	17,9	21,3
Zwei bis fünf	64,5	66,5	63,4
Fünf bis zehn	9,8	10,5	9,3
Zehn bis fünfzig	3,4	4	3,1
Mehr als fünfzig	0,1	-	0,2
Ich erhalte keine Kommentare	2,2	1,1	2,7

Ebenfalls für eine hohe Diskursivität von politischen Blogs spricht der große Anteil an Politbloggern von über 90%, der bereits selbst Kommentare auf den eigenen Blogs geschrieben hat, um auf Beiträge von Besuchern der eigenen Seiten zu reagieren (siehe Tabelle 8). Jedoch hat dies auch ganz generell ein großer Teil der übrigen Blogosphäre schon getan. Gleiches gilt für die Frage, ob Kommentare geschrieben wurden, um eigene Artikel zu ergänzen oder zu verbessern, nur in kleinerem Maßstab. Über ein Viertel aller Politblogger hat so bereits seine Meinung revidiert, jedoch kann dies auch knapp unter einem Viertel der übrigen Blogger von sich sagen.

	Alle Blogger (N= 976)	Politblogger (N= 354)	Nicht politische Blogger (N= 622)
Ja, um auf andere Kommentare zu reagieren.	87,4	90,7	85,5
Ja, um meine eigenen Beiträge zu ergänzen oder zu korrigieren	23,1	25,4	21,7
Nein	10,2	7,3	11,9

Somit lässt sich festhalten, dass Blogger im Allgemeinen über die **Kommentarfunktion** in einem **regen Diskurs** mit ihren Lesern stehen und auch gegebenenfalls Äußerungen und **Meinungen revidieren**. Dies gilt jeweils etwas deutlicher für Blogger mit politischem Interesse.

Was die Frage des Löschens von Beiträgen anderer auf dem eigenen Blog betrifft, verlaufen die Analysen nur zum Teil wie erwartet (vgl. Tabelle 9). Zwar gibt eine relativ große Zahl von Bloggern an, zumindest bisher noch keine Kommentare von Besuchern des eigenen Weblogs gelöscht zu haben oder dies ganz generell nicht zu tun, doch ist der Anteil derer, die Kommentare bereits gelöscht oder verändert haben **wider erwarten** unter den **Politbloggern höher** als bei den übrigen Mitgliedern der Blogosphäre. Dies entspricht **nicht** den Vermutungen und wird daher wahrscheinlich zu einer Anpassung der getroffenen Hypothese führen müssen.

	Alle Blogger (N=976)	Politblogger (N=354)	Unpolitische Blogger (N=622)
Ja, ich habe schon einen Kommentar aus meinem Weblog gelöscht	34,4	36,4	33,3
Ja, ich habe schon einen Kommentar in meinem Weblog nachträglich verändert	13,1	18,6	10
Nein, aber ich würde es machen, wenn es einmal notwendig sein sollte	47,1	43,5	49,2
Nein, das würde ich auch nie machen.	13,1	13,6	12,9

6.6 Motive für das Bloggen

Erwartungsgemäße Ergebnisse liefert dagegen wieder die Untersuchung der Motive für das Bloggen (vgl. Tabelle 10). Politblogger weisen hier einen um über 11 Prozentpunkte höheren Anteil hinsichtlich des Ziels auf, mit anderen die eigenen Ideen und Erlebnisse zu besprechen. Was den Beweggrund angeht, sein eigenes Wissen anderen zugänglich zu machen, erhöht sich dieser Vorsprung sogar nochmals auf über 18 Prozentpunkte. Damit können **Politblogger**, zumindest im Vergleich zum Rest der Blogosphäre als **überdurchschnittlich interessiert** gelten, was den **Austausch von Wissen und Ideen** anbetrifft.

² Die Summe der Prozentzahlen kann 100 überschreiten, das Mehrfachnennungen möglich waren

	Alle Blogger (N=1015)	Politblogger (N=365)	Nicht politische Blogger (N=639)
Zum Spaß	75,1	79,7	72,6
Weil ich gerne schreibe	68,8	77,8	63,4
Um eigene Ideen und Erlebnisse für mich selber festzuhalten	65,2	67,1	64,6
Um mich mit anderen über eigene Ideen und Erlebnisse auszutauschen	49,5	57,0	45,7
Um mir Gefühle von der Seele zu schreiben	42,1	40,3	43,2
Um mit Freunden und Bekannten in Kontakt zu bleiben	40,7	41,4	40,4
Um mein Wissen in einem Themengebiet anderen zugänglich zu machen	37,4	49,0	30,8
Um mich selbst im Internet darzustellen	36,6	45,2	31,5
Um neue Bekanntschaften und Kontakte zu knüpfen	31,3	32,6	30,7
Aus beruflichen Gründen	15,2	18,1	13,6
Aus anderen Gründen	6,0	6,8	5,6

6.7 Anonymität in der politischen Blogosphäre

Bei dem Vergleich der Anteile anonym oder mit einem Pseudonym bloggender Umfrageteilnehmer entsprechen die Daten erneut nicht ganz den Erwartungen (vgl. Tabelle 11)⁴. Politblogger und solche ohne politische Ambitionen unterscheiden sich nur geringfügig was den Grad der Anonymität betrifft, machen dabei jedoch generell mit jeweils drei Vierteln der Befragten sehr häufig Angaben zu ihrer Person. Darüber hinaus geht der Trend – sofern man hier von einem solchen sprechen möchte - eher zu mehr Anonymität in der politischen Blogosphäre.

	Alle Blogger (N=1067)	Politblogger (N=358)	Nicht politische Blogger (N=611)
Ich gebe Teile meiner Offlineidentität preis	76,4	74,9	78,7
Ich blogge anonym oder mit einem Pseudonym	23,6	25,1	21,3

Diese unerwarteten Ergebnisse könnten jedoch in der Formulierung der Antwortvorgaben begründet sein. Hier werden vollkommene Anonymität und Bloggen unter einem Pseudonym in einer Kategorie erfasst. Dies scheint jedoch für die hier angestrebten Erkenntnisse eher unzweckmäßig, da Internetpseudonyme durchaus eine hohen Persistenz und Kontinuität für ein Individuum aufweisen können. Viele Blogger verwenden ihren „Nickname“ auch

³ Die Summe der Anteilswerte in den Spalten übersteigt 100%, da Mehrfachnennungen möglich waren

⁴ Die Ergebnisse wurden mit Hilfe der Daten der ersten Welle errechnet

anderorts im Internet, so dass er häufig Teil der (netzspezifischen) Identität des jeweiligen Bloggers wird. Das bedeutet, dass im Fall von Internetpseudonymen nicht automatisch Anonymität anzunehmen ist, sondern auch von der Möglichkeit ausgegangen werden muss, dass mit ihrer Hilfe eine relativ eindeutige Zuordnung des Gesagten zu einer (Netz-)Person erfolgen kann. Somit ist festzuhalten, dass hinsichtlich der Hinweise auf die eigene Person, die eine Zuordnung ermöglichen können, unter Bloggern allgemein hohe Werte gefunden werden. Eine spezifische Besonderheit von Politbloggern kann jedoch nicht nachgewiesen werden.

Dass besonders politische Blogger auf eine eindeutige Zuordnung von Argumenten zu Personen achten, legt jedoch die Analyse des Umgangs mit der Identität anderer nahe (siehe Tabelle 12) . Fast die Hälfte, und damit deutlich mehr als bei den nichtpolitischen Bloggern, gibt an, auf Weblogs und Homepages anderer zu verlinken, sofern sie einen Verweis auf eine andere Person oder ihre Argumente beabsichtigen.

	Alle Blogger (N=1011)	Politbloggger (N=365)	Nicht politische Blogger (N=639)
Ich nenne sie zum Beispiel "meine Mutter" oder "mein Freund"	53,5	50,4	55,1
Ich benutze deren Initialen, eine Abkürzung oder einen Spitznamen	49,3	51,2	48,2
Ich verlinke auf ihr Weblog oder eine Homepage, sofern es eine/s gibt	40,1	48,2	35,2
Ich nenne den vollen Vor- und/oder Nachnamen	15,9	14,0	17,2
Ich erwähne grundsätzlich keine anderen Privatpersonen	12,2	14,0	11,3

Der relativ hohe Anteil an Politbloggern, der angibt, Spitznamen oder Abkürzungen zu benutzen stützt dabei das oben angeführte Argument, dass von ihnen häufig Pseudonyme in Form von „Nicknames“ verwendet werden. Zusammenfassend scheint es somit durchaus gerechtfertigt anzunehmen, dass generell alle Betreiber von Weblogs, unter ihnen jedoch die **politischen Blogger insbesondere**, auf die **Möglichkeit einer Zuordnung** von Personen und Argumenten achten.

6.8 Politblogger und politische Partizipation

Im Folgenden wird das Verhältnis zwischen politischer Offlinepartizipation und dem Verfassen politischer und nicht politischer Bloggeinträge untersucht. Dazu werde ich zunächst für alle Blogger und im Anschluss daran für die Politblogger den Anteil untersuchen, den sie jeweils an verschiedenen Arten der konventionellen und unkonventionellen Beteiligung

⁵ Die Summe der Anteilswerte in den Spalten kann 100% übersteigen, da Mehrfachnennungen möglich waren

aufweisen. Diese werden dann zu den Durchschnittswerten für die gesamtdeutsche Bevölkerung ins Verhältnis gesetzt (vgl. Tabelle 13).

Was die Zahlen für Gesamtdeutschland angeht, ziehe ich die Datensätze der ALLBUS Studien aus den Jahren 1998 und 2002 heran, in denen jeweils Fragen zur politischen Beteiligung für alle Interviewten enthalten sind (neuere Datenquellen mit politischen Items stehen leider bis dato nicht zur Verfügung). Problematisch ist dabei jedoch, dass lediglich für das Jahr 1998 Partizipationsitems erhoben wurden, die neben einer lebenslangen Partizipation auch die Beteiligung in den letzten beiden Jahren zum Thema haben, wie dies auch im Fall der „Wie ich blogge!?“ Daten der Fall ist. Für das Jahr 2002 wurde dagegen ausschließlich nach den Formen des politischen Engagements gefragt, an denen die Befragten jemals über ihr gesamtes Leben hinweg teilgenommen haben. Dadurch müssen die Partizipationsanteile zwangsläufig steigen, da sich hier der Zeitrahmen für die Teilhabe je nach Lebensalter der Personen um ein Vielfaches erhöht. Dies wiederum erschwert die Vergleichbarkeit der Ergebnisse erheblich.

Daher werde ich versuchen, durch die Analyse des Verhältnisses zwischen den lebenslangen und den zweijährigen Beteiligungsdaten aus den ALLBUS 1998 und einem Vergleich dieses Verhältnisses mit den Werten für die lebenslange Partizipation 2002, plausible Vermutungen für die kurzfristigen Beteiligungsraten im Jahre 2002 abzuleiten. Obgleich dieses Verfahren sicherlich fehlerbehaftet sein wird, ist es doch die einzige Möglichkeit, einen sinnvollen Vergleich zwischen relativ aktuellen Daten für Gesamtdeutschland und der vorliegenden Datenquelle aus der „Wie ich blogge!?“ Studie anzustellen.

-Teilnahme an Wahlen (konventionell): In der Gesamtheit aller deutschen Blogger führt der Gang zur Wahlurne, an dem sich knapp drei Viertel aller Befragten bereits beteiligt haben, die Partizipationsrangliste an. Diese Zahl deckt sich weitestgehend mit der Wahlbeteiligung von 77,7 % in der Bundestagswahl vom Oktober 2005, die sich innerhalb der abgefragten zweijährigen Zeitspanne befindet⁶ und somit maßgeblich für diesen Wert verantwortlich sein dürfte. Was die politischen Blogger betrifft, lässt sich hier ein deutlich höherer Anteil von über 85% feststellen. Politblogger beteiligen sich somit häufiger über die konventionelle Partizipationsform der Wahl als der Durchschnittsblogger.

Vergleicht man diese Werte mit den ALLBUS-Daten für die Gesamtbevölkerung, so ergibt dies für das Jahr 1998 eine deutlich niedrigere Beteiligung von gerade einmal 63,5%. Hierbei ist jedoch zu bedenken, dass die ALLBUS-Datenerhebung im Zeitraum von März bis Juli

⁶ Die „Wie ich blogge!?“ Nachbefragung fand im Juli/August 2006 statt

1998 stattgefunden hat, die Bundestagswahl in diesem Jahr jedoch erst am 27. September durchgeführt wurde. Somit konnten die Interviewten im fraglichen Zeitraum gar nicht an einer Bundestagswahl teilgenommen haben, die regelmäßig die stärkste Beteiligung unter allen Wahlen hervorrufen. Dieser Wert unterschätzt somit die tatsächliche Wahlhäufigkeit für dieses Jahr. Überschätzt wird dagegen aus naheliegenden Gründen die kurzfristige Wahlbeteiligung, wenn man diese für 1998 und 2002 aus den Angaben für die lebenslange Beteiligung ableitet. Hier scheint daher für beide Jahre eine Betrachtung der Wahlbeteiligung als sinnvoller. Diese liegt für 1998 bei 82,2% und im Jahr 2002 bei 79,1%.

Zusammenfassend heißt das, dass für die Blogosphäre als Ganzes ein Wert erreicht wird, der im Lichte sinkender Wahlbeteiligung in der Gesamtbevölkerung im wesentlichen auf einem durchschnittsdeutschen Level liegen dürfte. Die **Politischen Blogger** hingegen beteiligen sich deutlich **überdurchschnittlich an Wahlen**.

	Alle Blogger (2 J.) (N=1050)	Politblogger (2 J.) (N=328)	Allbus 98 (2 J.) (N=2345)	Allbus 98 (jemals) (N=2825)	Allbus 02 (jemals) (N=2503)
Bei einer nationalen oder lokalen Wahl meine Stimme abgegeben	74,3	85,4	63,5	87,1	88,5
Im Bekanntenkreis, am Arbeitsplatz meine politische Meinung geäußert	68,7	82,0	72,2	76,3	.
Mich an einer Unterschriftenaktion beteiligt	56,3	66,8	24,7	40,6	70,4
An einer genehmigten Demonstration teilgenommen	27,7	38,1	7,2	17,3	36,2
Mich in Versammlungen an einer öffentlichen Diskussion beteiligt	18,7	32,6	13,6	25,3	.
Aktiv in einer Partei mitgearbeitet	7,9	17,7	2,4	4,3	11,1
In einer Bürgerinitiative mitgearbeitet	6,1	11,0	3,9	8,9	20,2
An einer nicht genehmigten Demonstration teilgenommen	4,8	6,7	1,2	3,7	9,5
An einer Verkehrsblockade teilgenommen	2,4	3,4	0,6	1,8	.
An einer Hausbesetzung bzw. Besetzung von Fabriken oder Ämtern	1,0	2,1	0,2	0,6	.
Nichts davon	9,8	4,3	.	.	.

-Im Bekanntenkreis die Meinung äußern (unkonventionell, legal): Der Anteil der Befragten, der angibt, bereits einmal im Bekanntenkreis, am Arbeitsplatz oder in Schule und Studium seine politische Meinung geäußert zu haben, liegt für die Gesamtblogger bei knapp 69%. Vergleicht man diesen Wert mit den beiden nur geringfügig voneinander abweichenden ALLBUS-Angaben für das Jahr 1998 (2002 wurde diese Frage nicht gestellt), so liegt er für die Blogger in etwa auf dem Niveau der deutschen Gesamtbevölkerung. Versucht man aus den Werten von 1998 die wahrscheinlichen Anteile für das Jahr 2002 zu schätzen, so müssen

⁷ Mehrfachnennungen waren möglich

mehrere Einflüsse in Betracht gezogen werden, die in den vier dazwischen liegenden Jahren eingewirkt haben könnten. Zum einen wird generell die Abnahme des politischen Engagements in der Gesellschaft beklagt. Dies würde für einen geringeren Anteilswert für 2002 sprechen. Zum zweiten ist die Abgabe der Stimme bei einer Wahl zwischen beiden Zeitpunkten gleich geblieben. Dies spräche für einen relativ konstant bleibenden Wert auch bei Meinungsäußerungen. Drittens zeigt sich, wie unten noch weiter ausgeführt werden wird, ein Ansteigen vor allem der unkonventionellen Partizipation zum Beginn des 21. Jahrhunderts.

Auch aufgrund des ohnehin schon recht hohen Levels der Anteile für politische Meinungsäußerung im Bekanntenkreis im Jahr 1998 scheint hier die zweite Variante am ehesten geeignet, obgleich auch beide anderen Alternativen denkbar wären. Unter dieser Annahme, dass auch für 2002 der Anteilswert, wenn er erhoben worden wäre, bei etwa 70% für die in den letzten beiden Jahren erfolgte Partizipation liegen würde, kann der Wert für alle Blogger als erneut im Bereich der aktuellen gesamtdeutschen Durchschnittswerte liegend gelten. **Politblogger** dagegen beteiligen sich erneut überdurchschnittlich **hoch** mit 82% an politischer **Meinungsäußerung im persönlichen Umfeld**.

-Unterschriftenaktionen (unkonventionell, legal): Was die Teilnahme an Unterschriftenaktionen angeht, die die drittstärkste Partizipationsform innerhalb der allgemeinen Blogosphäre darstellen, muss angenommen werden, dass der Wert von knapp über der Hälfte aller Befragten eher unter dem Durchschnittswert für alle Deutschen liegen dürfte. Dieser übertrifft zwar beide Anteile im Jahr 1998, liegt jedoch unter dem korrespondierenden Wert für 2002. Aufgrund des deutlichen Unterschiedes hinsichtlich der lebenslangen Perspektive zwischen den nur vier Jahre auseinander liegenden Erhebungszeitpunkten im ALLBUS muss, wie oben bereits angedeutet, ein allgemeiner „Boom“ von Unterschriftenaktionen zu Beginn des 21. Jahrhunderts angenommen werden, der für diesen Anstieg verantwortlich zeichnet. Das bedeutet wiederum, dass auf eine Frage nach der Beteiligung an Unterschriftenaktionen in der unmittelbaren Vergangenheit auch im ALLBUS 2002 hohe Werte erreicht hätten werden müssen, wenn sie erhoben worden wären. Obwohl auch hier keine eindeutigen Aussagen getroffen werden können, scheint es zumindest plausibel, dass sich somit zwar die **Politblogger** mit 66,8% **überdurchschnittlich**, die „Durchschnittsblogger“ aber wohl erneut eher nur durchschnittlich oft an **Unterschriftenaktionen** beteiligen.

- *Genehmigte (unkonventionell, legal) sowie nicht genehmigte (unkonventionell, illegal) Demonstrationen:* Auch was die vierthäufigste Form der politischen Partizipation unter der Allgemeinheit der Blogger, die genehmigten Demonstrationen mit 27,7% betrifft, muss von einem ähnlichen „Boom“ in jüngster Zeit ausgegangen werden. Was den ALLBUS 1998 anbelangt, so liegt die kurzfristige Partizipation mit etwas über 7% erneut weit abgeschlagen und auch die Beteiligung über das gesamte Leben hinweg erreicht nur magere 17,3%. Dagegen schnellte der Prozentsatz der Demonstranten im ALLBUS-Jahr 2002 mit 36,2% wieder deutlich in die Höhe, weshalb analog zu den Unterschriftenaktionen eine steigende Beliebtheit dieser Partizipationsform zu Beginn des Jahrtausends anzunehmen ist. Dies deutet darauf hin, dass auch in diesem Fall zumindest die Allgemeinheit der Blogger eher durchschnittlich, die **Politblogger** dagegen **überdurchschnittlich** an legalen **Demonstrationen** teilnehmen, da ihr Prozentsatz sogar über dem der lebenslangen Beteiligung 2002 liegt. Entsprechendes gilt für die nichtgenehmigten Demonstrationen, nur auf einem generell niedrigeren Level und mit eher durchschnittlichen Werten für die Politblogger.

-*Öffentliche Diskussionen in Versammlungen (unkonventionell, legal):* Hinsichtlich der Teilnahme an öffentlichen Diskussionen fehlt leider erneut eine Angabe für das Jahr 2002 aus dem ALLBUS. Daher lässt sich wieder nur schwer beurteilen, ob ein Wert von fast 19% für den Durchschnitt aller Blogger, der zwischen den beiden Ausprägungen für das ALLBUS-Jahr 1998 liegt, als für die Gegenwart durchschnittlich gelten kann. Sicher ist jedoch, dass die Beteiligung der Politblogger im Vergleich zu allen Bloggern mit 32,6% fast doppelt so hoch ist. Politblogger diskutieren demnach deutlich häufiger auch in der Offlineöffentlichkeit als der „normale“ Blogger. Geht man analog zur Meinungsäußerung im persönlichen Umfeld von gleichbleibenden, beziehungsweise wie bei den zwei zuletzt beschriebenen Partizipationsformen von (leicht) steigenden Werten für das ALLBUS-Jahr 2002 aus, so beteiligen sich **Politblogger** im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung Deutschlands **überdurchschnittlich**, die übrigen Weblogbeteiber wiederum durchschnittlich an **öffentlichen Diskursen**.

-*Mitarbeit in einer Partei (konventionell):* Mehr als doppelt so hoch fällt der Anteil der politischen Blogger im Vergleich zu ihrer unpolitischen Referenzgruppe aus, was die Mitarbeit in einer Partei angeht. Fast 18% der Politblogger haben dies schon einmal während der letzten beiden Jahre getan, im Vergleich zu knapp 8% bei allen Bloggern. Bei den Zahlen für die Gesamtgesellschaft fällt erneut ein Anstieg der auf Lebenszeit betrachteten Parteiaktivität auf. Diese steigt von über 4% im Jahre 1998 auf etwas über 11% für 2002.

Mangels zur Verfügung stehender Daten wird erneut am ehesten ein Anwachsen der des **Aktivitätsgrades in einer Partei** für das 21. Jahrhundert angenommen. Daher kann der Wert aller deutschen Weblogbetreiber wieder als eher durchschnittlich, der der **Politblogger** dagegen als deutlich **überdurchschnittlich** gelten.

-Mitarbeit in einer Bürgerinitiative (unkonventionell, legal): Ebenfalls nahezu doppelt so viele Politblogger (11%) wie politisch Uninteressierte (6,1%) geben an, bereits bei einer Bürgerinitiative aktiv mitgearbeitet zu haben. Beide Werte übertreffen dabei die Anteile, die im ALLBUS 1998 verzeichnet sind, wobei dies sowohl für die kurz- wie für die langfristige Sichtweise gilt. Der Wert aus dem ALLBUS 2002 jedoch steigt hier erneut im Vergleich zu 1998 erheblich an. So will ein mit 20,2% mehr als doppelt so hoher Prozentsatz wie noch zwei Jahre zuvor bereits einmal in ihrem Leben die „Bürgerinitiative ergriffen“ haben. Aufgrund der Höhe dieser Wertdifferenz von 11,3%, die damit sogar über dem Gesamtwert für alle Politblogger liegt, scheint es erstmals nicht angebracht, von einem überdurchschnittlichen Engagement der **politischen Blogger an Bürgerinitiativen** auszugehen, sondern vielmehr eher von einem **durchschnittlichen** bis sogar **unterdurchschnittlichen**.

-Verkehrsblockaden und Hausbesetzungen (unkonventionell, illegal): Bei den als illegal einzustufenden Verkehrsblockaden und Hausbesetzungen fehlen leider erneut die Daten für den ALLBUS 2002. Auch sind die Anteile über alle vier Felder hinweg jeweils erwartungsgemäß nur sehr gering ausgeprägt. Dies ermöglicht es, zwei Schlüsse zu ziehen. Zum einen sind – auch wenn diese Feststellung trivial ist – illegale Formen der Partizipation in Deutschland generell weniger weit verbreitet als legale. Zum anderen nehmen Politblogger deutlich öfter an diesen teil als andere Weblogbetreiber.

Schließlich unterstreicht der mehr als doppelt so hohe Prozentsatz der politisch vollkommen inaktiven Blogger in der Allgemeinheit der Blogosphäre, dass Politblogger generell politisch engagierter sind als andere Blogger.

6.9 Themen in politischen Weblogs

Das nächste Kapitel beschreibt die Themen, mit denen sich politische Blogs beschäftigen (siehe Tabelle 14). Was den regionalen Bezug angeht, dominieren nationale Themen mit 83,3%, knapp gefolgt von weltpolitischen Fragen. Lokale Themen sind in der politischen Blogosphäre dagegen wider Erwarten weit abgeschlagen, mit gerade einmal der Hälfte aller

Politblogger. Dieser Wert liegt sogar etwas unter dem der Wahlbeteiligung auf lokaler Ebene von meist 50% bis 65%⁸.

Hinsichtlich der behandelten Themen stellen Beiträge zu Wahlkämpfen und Wahlergebnissen mit über 40% den größten Anteil. Diese fallen relativ hoch aus, bedenkt man, dass der letzte Wahlkampf - zumindest was nationale Wahlen betrifft - zum Zeitpunkt der zweiten Erhebungswelle bereits nahezu ein Jahr zurücklag. Hier wären mit hoher Wahrscheinlichkeit noch größere Werte zum Zeitpunkt der ersten Welle zu verzeichnen gewesen, wenn diese Frage dort bereits enthalten gewesen wäre. Beiträge zu einzelnen Politikern hingegen verfassen rund 36% der befragten Blogger. Hier lässt sich jedoch nicht unterscheiden, ob es sich um sachliche Kommentare zu Äußerungen von Politikern und somit um „echten“ politischen Diskurs handelt oder lediglich um eine blogbasierte Variante der Regenbogenpresse, die etwa Lieblingsbadeorte oder Affären von Politikern zum Thema hat.

Regionaler Bezug der Themen		(N=365)
Beiträge zu nationalen Themen		83,3
Beiträge zum weltpolitischen Geschehen		81,4
Beiträge zu lokalpolitischen Themen		49,9
Spezifische Thematik		(N=365)
Beiträge zu Wahlkämpfen und/oder Wahlergebnissen		41,9
Beiträge über einzelne Politiker		36,2
Beiträge über Demonstrationen und Kundgebungen		20,3
Beiträge zu spezifischen Politikfeldern		19,2
Andere politische Themen		9,6

Beiträge zu Demonstrationen und Kundgebungen verfasst immerhin noch über ein Fünftel der befragten Blogger. Obgleich dies zunächst viel erscheint, überrascht die im Verhältnis zur Teilnahme an politischen Demonstrationen wiederum geringe Anzahl. Rund 38% der Politblogger hatten zuvor angegeben, in den letzten beiden Jahren an einer genehmigten und fast 7% an einer illegalen Demonstration teilgenommen zu haben. Ein möglicher Erklärungsansatz für diese Diskrepanz wäre, dass einige Politblogger weniger über die eigenen Erfahrungen mit Politik (und somit auch über selbst erlebte Demonstrationen), als vielmehr über mit Hilfe der Massenmedien vermittelte politische Ereignisse berichten und diese diskutieren. Dies könnte auch ein Grund für den niedrigen Prozentsatz an lokalen Berichten darstellen.

⁸ Quelle: http://www.cor.europa.eu/document/documents/cdr216-2001_etu_de.pdf

⁹ Mehrfachnennungen waren möglich. Daher übersteigt die Summe der Anteilswerte 100%

Was die 28,8%, die aufsummiert über „spezifische Politikfelder“ und „andere politische Themen“ in ihren politischen Weblogs berichten, betrifft, ergab die Analyse der offenen Antwortkategorien, dass es sich hierbei vor allem um die Bereiche „Konflikte“, „Rechtsextremismus“, „Bildung“, „Wirtschaft“, „Umwelt“, „(Menschen-/Urheber-)Recht“, „eDemocracy“ und „Gender“ handelt. Dies verwundert jedoch kaum, da es sich um auch in anderen Medien stark thematisierte Inhalte handelt.

6.10 Parteineigung unter politischen Bloggern

Geht man der Frage nach, welcher Partei Blogger und speziell politische Blogger nahe stehen, so ergibt sich ein relativ klares Bild (vgl. Tabelle 15). Der größte Anteil der Weblogbetreiber favorisiert klar die Grünen mit über einem Viertel aller Befragten. Dies erklärt sich unter anderem dadurch, dass in ihrer Wählerschaft ebenso junge Menschen und solche mittleren Alters überrepräsentiert sind wie auch in der Blogosphäre.¹⁰ Darüber hinaus ist das Klientel der Grünen seit der Parteigründung stark durch eine relativ hohe formale Bildung gekennzeichnet (vgl. Klein, 1997), wie es auch in der Blogosphäre zu beobachten ist.

Zweitstärkste Partei ist die SPD mit 17,3% aller Nennungen. Dies mag auch daran liegen, dass unter den Mitgliedern der Sozialdemokraten eine verhältnismäßig große Anzahl Internet affin ist. Diese Gruppe hat beispielsweise auch im Zuge der vorgezogenen Bundestagswahlen 2005 Muster-Weblog-Installationen und Designvorschläge für interessierte Internetnutzer zur Verfügung gestellt, mit denen ohne die Voraussetzung von Vorwissen innerhalb kürzester Zeit zahlreiche SPD-nahe Weblogs entstehen konnten.

	Alle Blogger (N=1044)	Politblogger (N=328)	Allbus 2002 (N=1709)	Politblogger ("bereinigt") (N=233)	Bundestagswahl 2005	Sonntagsfrage August 2006
CDU/CSU	5,6	4	25,2	5,6	35,2	36
SPD	17,3	19,8	24,7	27,9	34,2	30
FDP	6,9	10,7	2,7	15	9,8	12
Grüne	25,7	28	3,7	39,5	8,1	9
Linkspartei	6,4	7,3	3,5	10,3	8,7	7
Einer anderen Partei	0,9	1,2	0,7	1,7	4	6
Weiß nicht	2,2	1,2
Keine Parteineigung	21,7	19,5	34,9	.	.	.
Keine Antwort	12,9	7,9	4,5	.	.	.
Ich komme nicht aus Deutschland	0,3	0,3

¹⁰ Quelle: <http://www.bundeswahlleiter.de/bundestagswahl2005/presse/pd430211.html>

Es kann also generell davon ausgegangen werden, dass eine „vergleichsweise stark vernetzte sozialdemokratische Blogosphäre“ (Schmidt, 2006c, S. 143) besteht.

Drittstärkste Partei unter den Bloggern ist die FDP mit knapp 7%, in kurzem Abstand gefolgt von der Linkspartei. Den geringsten Wert weist dagegen die zweite große Volkspartei, die CDU/CSU auf mit gerade einmal 5,6% der Anteile. Keine Parteineigung geben indessen 21,7% der bloggenden Bevölkerung an. Fast 13% verweigern die Angabe.

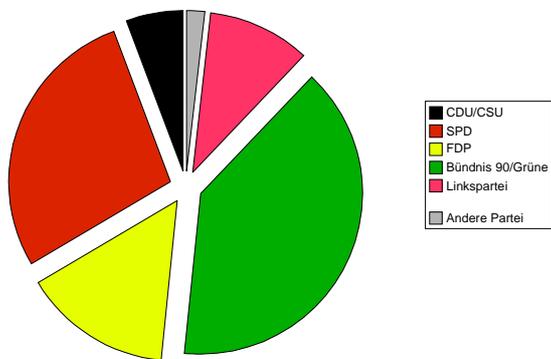
Vergleicht man diese Werte nun mit denen der politischen Blogger und den Zahlen für die gesamte deutschen Bevölkerung aus dem ALLBUS 2002 so fallen hier einige interessante Aspekte ins Auge. Zum einen fällt die Parteineigung zur CDU/CSU für die Politblogger erneut um knapp eineinhalb Prozentpunkte und steht nun in einem noch schärferen Kontrast zur Anhängerschaft der „Schwarzen“ unter allen Deutschen mit über einem Viertel aller Befragten. Das bedeutet, dass diejenigen, die der CDU/CSU anhängen in der Blogosphäre und speziell unter den Politbloggern deutlich unterrepräsentiert sind. Die Anteilswerte der SPD-Anhänger steigt hingegen für die politisch interessierten Blogger und befindet sich mit ca. 20% nur knapp unter dem Durchschnittswert aller Deutschen.

Die FDP dagegen ist eine von drei Parteien, deren Sympathisanten in der Blogosphäre und hier wieder besonders unter den Politbloggern deutlich mehr Anteile verbuchen können als unter der bundesdeutschen Gesamtgesellschaft. Ihr Prozentsatz erhöht sich um fast das vierfache für die politisch interessierten Blogger auf nahezu 11%. Die zweite Partei, deren Anhängerschaft in der Blogosphäre stark überrepräsentiert ist sind die Grünen. Mit 25,7% für die Gesamtheit aller Blogger und 28% für die Politblogger übersteigt ihr Wert den in der Offlinegesellschaft um den Faktor 7,5. Es kann somit behauptet werden, dass die Grünen zum einen den größten Anteil an der Parteineigung überhaupt in der Blogosphäre besitzen und dieser darüber hinaus weit über dem in der deutschen Gesamtbevölkerung liegt.

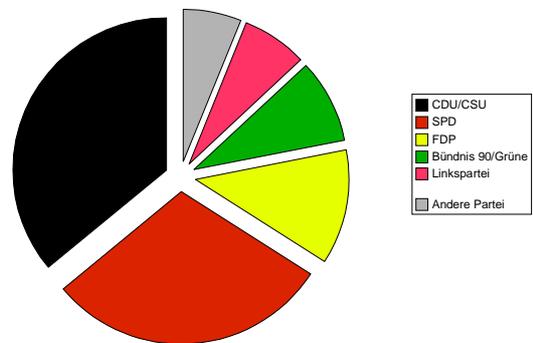
Ebenfalls doppelt so hoch ist der Prozentsatz der Anhänger der Linkspartei, was die Blogosphäre als Ganzes und speziell die Politblogger betrifft. Auch sie zählt somit zu den durch Weblogs „gestärkten“ Parteien. Ebenfalls auffällig ist, dass der Anteil der politisch nicht prädisponierten Blogger in beiden Fällen der generellen wie der politischen Blogosphäre deutlich unterhalb des Wertes aus der ALLBUS- Befragung liegt. Das bedeutet, dass Blogger im Allgemeinen eine stärkere Verbindung zu einer Partei aufweisen, als der Durchschnittsdeutsche. Der Anteil der Verweigerer, die die Frage nach der Parteineigung unbeantwortet gelassen haben, ist dagegen im ALLBUS mit 4,5% am niedrigsten, gefolgt von den Politbloggern mit knapp 8%.

Vergleicht man nun die (um nicht vergleichbare Kategorien „bereinigten“) Daten zur Parteineigung der Politblogger mit den tatsächlichen Wahlergebnissen beziehungsweise mit der Sonntagsfrage zum Zeitpunkt der Erhebung der „Wie ich blogge!?“-Daten, so relativieren sich diese Verhältnisse zumindest zum Teil (zur Veranschaulichung siehe Graphik 1 und 2). Generell muss hierzu bemerkt werden, dass eine Parteineigung nicht immer automatisch auch eine entsprechende Wahl nach sich zieht (auch Protest- oder Nichtwahl wären denkbar) und andererseits auch Menschen ohne Präferenz für eine Partei wählen gehen (auch wenn sie dies seltener tun) und in den Ergebnissen der Sonntagsfrage enthalten sind. Daher „hinkt“ der nachstehende Vergleich etwas.

Graphik 1: Parteineigung unter den Politbloggern



Graphik 2: "Sonntagsfrage" August 2006

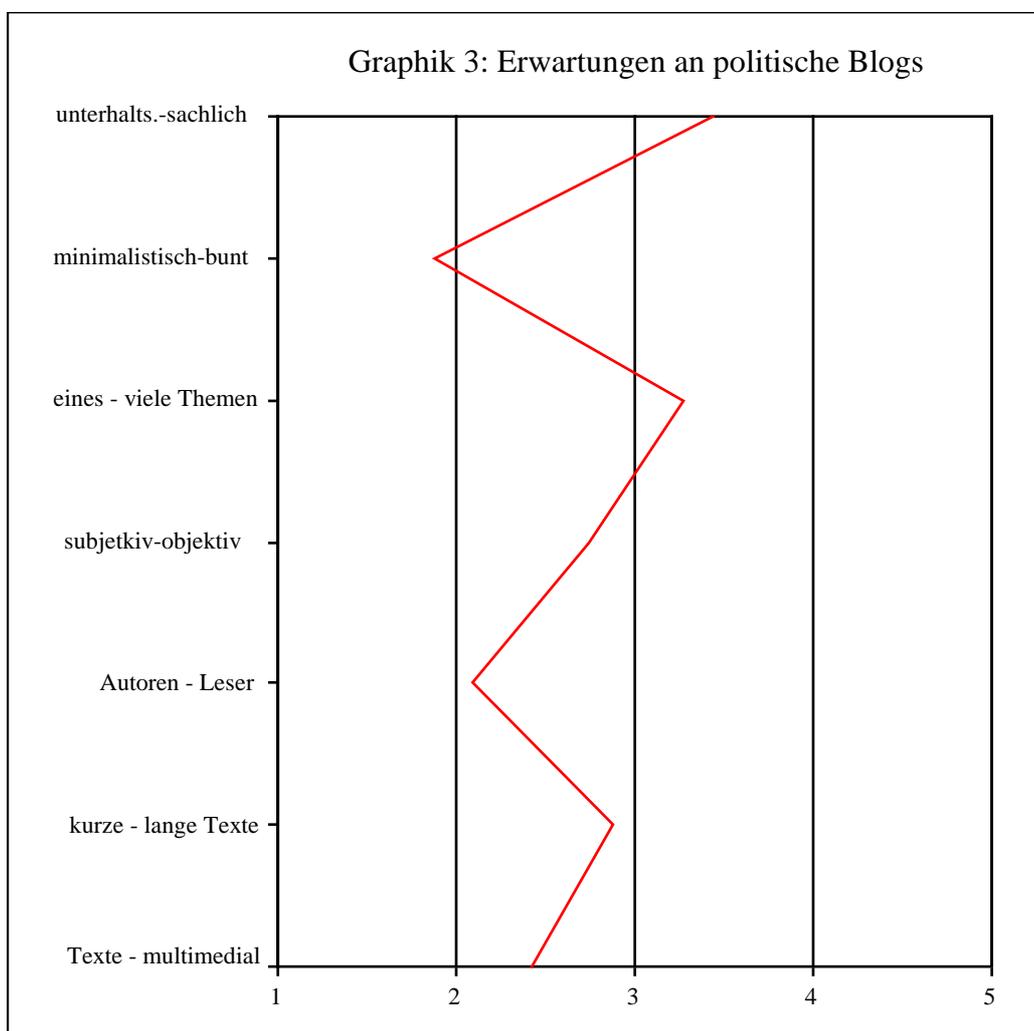


Es bleibt zwar unter den Bloggern die CDU/CSU stark und die SPD leicht unterrepräsentiert, doch relativieren sich die Vergleichswerte für FDP und Linkspartei deutlich auf einen nunmehr nur noch geringfügigen Vorsprung in der Blogosphäre. Was die Grünen angeht, so fällt ihr Anteil unter den Politbloggern zwar im Vergleich mit der Sonntagsfrage erneut deutlich höher aus, jedoch nimmt das Verhältnis in dem die grünen Blogger überwiegen nun merklich ab. Dagegen wächst der Anteil der Wähler anderer Parteien, wenn man die Frage nach der Stimmabgabe im Falle einer Wahl am nächsten Sonntag betrachtet, was vor allem auf Protestwähler zurückzuführen sein dürfte.

Zusammenfassend lassen sich somit über die Parteineigung in der Blogosphäre folgende Schlüsse ziehen. Erstens **neigt ein höherer Anteil der Blogger** eher einer **bestimmten Partei zu** als dies bei den Durchschnittsdeutschen der Fall ist. Zweitens ist dabei vor allem die **CDU/CSU** unter den Weblogbetreibern **unterrepräsentiert**. Den höchsten Anteil erreichen dagegen die **Grünen**, deren Parteianhängerschaft unter den Politbloggern um über 24 Prozentpunkte höher liegt als in Gesamtdeutschland. Ebenfalls unter den Bloggern überrepräsentiert sind die **FDP und Linke**. Somit sind vor allem die **kleineren Parteien** unter den (Polit-)Bloggern überrepräsentiert.

6.11 Erwartungen von Lesern politischer Weblogs

Nach der Beschreibung der Autoren politischer Blogs werde ich nun kurz darlegen, welche Erwartungen und Anforderungen die Leser von Politblogs an Inhalt und Gestalt von Weblogs haben, die sich mit Politik beschäftigen. Dabei können die selben Präferenzen auch für deren Autoren angenommen werden, da es sich, wie oben aufgrund des hohen Zusammenhangs zwischen Lesern und Politbloggern gezeigt werden konnte, um den selben Personenkreis handelt. In der „Wie ich blogge!“ Umfrage wurden den Befragten sieben Gegensatzpaare vorgelegt, die jeweils die Extrempunkte einer fünfstufigen Ratingskala darstellten.



Die in Graphik 3 dargestellten Ergebnisse basieren auf den Mittelwerten dieser Einstufung. Ein Wert, der nahe „1“ liegt, entspricht dabei einer Favorisierung des linken, ein Wert nahe „5“ dagegen des rechten Elements unter den Gegensatzpaaren. Ein Wert von „3“ bedeutet, dass durchschnittlich keine der beiden Seiten bevorzugt wird.

Die Leser politischer Weblogs erwarten vor allem eine minimalistische Präsentation, das heißt sie wollen eher weniger bunte oder verspielte Designelemente in Politblogs vorfinden. Auch präferieren sie vor allem eine Konzentration auf den Autor und seine Meinung als auf die Leser. Politblogs sollen darüber hinaus vor allem Texte ohne viel multimediales Beiwerk (wie Java-Scripts oder Podcasts) enthalten, die überwiegend sachlich gestaltet sein sollen. Was Themenvielfalt, Textlänge und Objektivität betrifft, sind die Vorstellungen dagegen recht ausgewogen, eine klare Tendenz ist somit nicht erkennbar.

6.12 Zusammenfassendes Modell: Determinanten für politisches Bloggen

Am Ende der empirischen Analysen werde ich nun der Frage nachgehen, welche Variablen letztendlich dazu geeignet sind, die Zugehörigkeit zur Gruppe der Politblogger zu erklären. Als Grundgesamtheit dient hierbei die Menge aller Blogger. Ein Vergleich mit der bundesdeutschen Bevölkerung ist aufgrund der vorliegenden Daten leider nicht möglich.

Zu diesem Zweck kommt eine logistische Regression zur Anwendung. Als abhängige Variable dient die Angabe, (auch) politische Themen im eigenen Blog zu verfassen. Als Prädiktoren werden Alter, Geschlecht, Bildung, Parteineigung und politische Partizipation im Offlineleben herangezogen. Es werden 873 Fälle in die Analyse aufgenommen, 290 werden aufgrund fehlender Werte bei einer der zugrunde liegenden Variablen aus dem Verfahren ausgeschlossen.

Die schrittweise Einführung der Variablen ergibt, dass das Geschlecht, die Äußerung der eigenen Meinung im Bekanntenkreis sowie in öffentlichen Diskussionen, die Beteiligung an Unterschriftenaktionen sowie an genehmigten Demonstrationen und die aktive Mitarbeit in einer Partei die Wahrscheinlichkeit erhöhen, ein politisches Weblog zu führen. Sie erklären zusammen rund 27% der Varianz (Nagelkerkes $r^2 = 0,275$) der abhängigen Variablen, ein für die Sozialwissenschaften bereits recht ordentlicher Wert.

	Regressionskoeffizient B	Exp (B)
Geschlecht	1,45	4,27
Aktiv in einer Partei mitgearbeitet	1,21	3,35
Meinung in öffentlichen Versammlungen gesagt	0,62	1,86
Meinung im Bekanntenkreis gesagt	0,57	1,76
An genehmigter Demonstration teilgenommen	0,43	1,54
An Unterschriftenaktionen teilgenommen	0,41	1,5

Dabei ist es für Männer über viermal so wahrscheinlich ein Politblogger zu sein als für Frauen (siehe Tabelle 16). Auch erhöht die Mitarbeit in einer Partei die Neigung zum politischen Bloggen um das 3,3-Fache. Darüber hinaus erhöhen beide Arten der Meinungsäußerung in der Offlinewelt auch die Wahrscheinlichkeit, dies in einem politischen Blog zu tun etwa um den Faktor 1,8. Die Teilnahme an genehmigten Demonstrationen sowie an Unterschriftenaktionen erhöht schließlich die Wahrscheinlichkeit, ein Politblogger zu sein nochmals um das Eineinhalbfache. Das heißt, Politblogger zeichnen sich gegenüber den übrigen Bloggern vor allem dadurch aus, dass sie Männer sind, die in Parteien aktiv mitarbeiten, ihre Meinung auch im „normalen“ Leben äußern und diese auch in Demonstrationen oder Unterschriftenaktionen kund tun. Keinen Einfluss haben demgegenüber das Alter und die Bildung sowie andere Formen der offline praktizierten politischen Partizipation.

Bei diesen Ergebnissen ist jedoch zu beachten, dass sie den Unterschied zwischen politischen und nichtpolitischen Bloggern darstellen. Wäre ein Vergleich mit allen deutschen Bürgern möglich gewesen, so erscheint es aufgrund der oben beschriebenen Vergleiche mit Daten aus den ALLBUS-Erhebungen als plausibel, dass die politischen Blogger dann im Gegensatz zu den Durchschnittsdeutschen auch durch ein junges bis mittleres Alter, eine höhere Bildung und eine Neigung zu kleineren Parteien zu unterscheiden gewesen wären.

7 Bewertung der Hypothesen

Was bedeuten diese empirischen Ergebnisse nun für die unter Kapitel 5 aufgestellten Hypothesen? Lassen sie sich bestätigen oder widerlegen oder ist eine empirische Prüfung und somit eine Aussage über den Wahrheitsgehalt nicht möglich?

Hypothese 1: Die politische Blogosphäre kann nur bedingt als offen bezeichnet werden

Der Vergleich der „Wie ich blogge!“-Studie mit den aktuellen Daten aus dem ALLBUS 2004 belegt eindeutig eine von der Grundgesamtheit abweichende Verteilung sozialstruktureller Merkmale für die Teilnehmer am politischen Onlinediskurs in Weblogs. So sind vor allem Männer in jungem Alter mit hoher formaler Bildung überrepräsentiert. Dieses sozialstrukturelle Profil entspricht im Wesentlichen eher dem der Internetnutzer im Allgemeinen als dem Durchschnittsdeutschen. Dies ist ein Beleg dafür, dass nicht von Chancengleichheit im Zugang zu Onlinediskursen ausgegangen werden kann.

Auch hinsichtlich der Frage nach der Beschränkung des Zugang zu Weblogs, einzelnen Beiträgen oder der Kommentarfunktion durch ein Passwort sind die Ergebnisse der Analysen recht eindeutig, deuten dadurch aber im Gegensatz zur Soziodemographie auf eine hohe Offenheit hin. Politblogs weisen sowohl was die generelle Beschränkung der gesamten Seite, als auch Limitierungen hinsichtlich einzelner Beiträge betrifft, niedrigere Werte auf als die Referenzgruppe der unpolitischen Blogbetreiber. Was die Möglichkeit angeht, Kommentare auch ohne Registrierung zu verfassen, ist der Anteil der politischen Blogs dagegen höher. Politische Blogs sind somit messbar weniger durch Zugangsbeschränkungen mittels Passwortabfrage limitiert als unpolitische Weblogs.

Was die dritte Operationalisierung zur Prüfung der Offenheit der politischen Blogosphäre betrifft, ergeben sich von den Erwartungen abweichende Ergebnisse. Gerade unter den Politbloggern ist der Anteil derer vergleichsweise hoch, die bereits einmal einen Kommentar gelöscht oder aber nachträglich verändert haben. Relativierend müssen hierzu jedoch zwei Aspekte berücksichtigt werden. Zum einen haben nahezu 60% der Politblogger trotz alledem noch nie eine Veränderung in den Kommentaren anderer vorgenommen. Und zum zweiten ist der Indikator, wie bei der Hypothesenbeschreibung bereits vermerkt, unter Umständen nicht gut geeignet, um den theoretisch relevanten Sachverhalt der Offenheit auch tatsächlich zu messen.

Abschließend kann Hypothese 1 somit als bestätigt gelten. Es hat sich zeigen lassen, dass die politische Blogosphäre zwar Anzeichen einer „offenen“ Öffentlichkeit aufweist, jedoch werden diese Potentiale vor allem durch den ungleich verteilten Zugang zum Internet und den dort in Weblogs stattfindenden Diskursen wieder stark begrenzt.

Hypothese 2: Die politische Blogosphäre ist hochgradig diskursiv

Auch zum Test der Diskursivität der politischen Blogosphäre wurden Angaben hinsichtlich der Kommentarfunktion von Weblogs herangezogen. Was den Anteil der kommentierten Beiträge sowie die Anzahl der dabei erzielten Kommentare betrifft, so konnte gezeigt werden, dass zwar kaum ein Unterschied zwischen dem politischen und dem unpolitischen Teil der Blogosphäre zu verzeichnen ist, jedoch lassen sich auch Anhaltspunkte finden, die von einer generell hohen Anzahl an Kommentaren innerhalb der deutschen Bloggerschaft zeugen. Dies ist als Hinweis zu deuten, dass der Diskurs hier stark ausgeprägt ist und Hypothese 2 somit gestützt wird.

Ebenfalls deutlich sind die Zahlen im Fall des Schreibens von Kommentaren im eigenen Weblog. Hierbei haben neun von zehn Politbloggern bereits diese Möglichkeit genutzt, um auf Anmerkungen von Lesern zu reagieren. Jeder Vierte hat einen Kommentar verfasst, um die eigenen Beiträge zu ergänzen oder zu korrigieren. Auch unter den unpolitischen Weblogautoren sind die entsprechenden Werte relativ hoch, wenngleich sie auch stets unter denen der Politblogger bleiben. Auch dies spricht für eine hohe Diskursivität der Politblogosphäre und stützt Hypothese 2.

Auch die Analyse der Motive spricht für die 2. Hypothese. Hier hat sich gezeigt, dass politisch interessierte Blogger deutlich mehr Wert darauf legen, eigene Ideen und Erlebnisse mit anderen Bloggern auszutauschen und ihnen ihr Wissen in einem bestimmten Themengebiet zugänglich zu machen als dies für den unpolitischen Teil der Blogosphäre gilt.

Zusammenfassend kann also behauptet werden, dass die politische Blogosphäre hochgradig diskursiv ist. Sie erfüllt somit die zweite Bedingung von Öffentlichkeit gut, wodurch Hypothese 2 bestätigt wird.

Hypothese 3: Die politische Blogosphäre erfüllt Transparenzfunktionen von Öffentlichkeit

Die Untersuchung des Anteils der anonym oder unter einem Pseudonym schreibenden Politblogger ergab zunächst ein ernüchterndes Bild. Über ein Viertel, und damit sogar ein höherer Prozentsatz als unter den übrigen Blogautoren, gab hier an, keine Informationen über die eigene Offlineidentität preiszugeben. Dieser Wert darf jedoch als überhöht gelten, will

man die tatsächliche Möglichkeit der Zuordnung der veröffentlichten Aussagen messen, da, wie oben ausgeführt wurde, auch Pseudonyme Teil der Identität eines Blogger darstellen können. Als Überproportional hoch zeigte sich dagegen der Prozentsatz der Politblogger, die in Bezug auf die Anonymität andererangaben, auf die Weblogs und Internetseiten zu verlinken, die die Quelle der Argumente darstellen. Somit darf von einem relativ hohen Level der Identifizierbarkeit von Argumenten mit einer bestimmten (Netz-)Person innerhalb der politischen Blogosphäre ausgegangen werden. Hypothese 3 gilt folglich als bestätigt.

Hypothese 4: Politblogs erfüllen Validierungsfunktionen von Öffentlichkeit nur zum Teil

Wie angenommen lassen sich für die Eignung von politischen Weblogs zur Erfüllung von Validierungsfunktionen entgegengesetzte Anhaltspunkte in den Daten auffinden. Demgemäß spricht die bereits dargelegte hohe Intensivität des Diskurses innerhalb der Blogosphäre auf der einen Seite dafür, dass die dort erörterten Meinungen, die die Ergebnisse der Debatten darstellen, eine relativ hohe Verbindlichkeit für alle Beteiligten aufweisen. Hier jedoch genau liegt die Problematik verborgen, die zu einer Relativierung der Eignung führen muss. Denn es hat sich ebenso zeigen lassen, dass der Zugang zur Blogosphäre stark von sozialstrukturellen Merkmalen abhängt. Das führt dazu, dass sich die Diskursteilnehmer in der politischen Blogosphäre auf einen ganz bestimmten Kreis von Bürgern beschränken und somit nur für diese eine Verbindlichkeit der Diskursergebnisse gelten kann. Politische Weblogs weisen somit zwar prinzipiell ein Potential auf, Validierungsfunktionen zu leisten, tun dies aber tatsächlich nur für einen sehr eingeschränkten Teil der Bevölkerung. Hypothese 4 wird somit bestätigt.

Hypothese 5: Politische Weblogs sind nur bedingt geeignet, um Orientierungsfunktionen von Öffentlichkeit zu leisten

Ein ähnlich ambivalentes Verhältnis wurde zwischen politischen Weblogs und Orientierungsfunktionen von Öffentlichkeit vermutet. Auch hier legen die Untersuchungen die Richtigkeit der Hypothese nahe. Einerseits kann die Orientierungsfunktion politischer Weblogdiskurse analog zur Validierungsfunktion als relativ hoch für diejenigen gelten, die den Diskurs mit geprägt haben. Es darf angenommen werden, dass in den intensiven Debatten über politische Entscheidungsoptionen die Fülle der als sinnvoll erachteten Handlungsmöglichkeiten eingeschränkt wird. Dadurch reduziert sich die Komplexität des politischen Entscheidungsprozesses und die Weblogöffentlichkeit ist im hier gemeinten Sinne funktional.

Andererseits stellt auch in diesem Fall der nachgewiesene Einfluss der soziostrukturellen Merkmale auf den Zugang ein Problem dar, das Orientierungsfunktionen von Weblogdiskursen für die Gesamtgesellschaft unwahrscheinlich macht. Somit können die Potentiale politischer Weblogs erneut nicht ausgeschöpft werden. Hypothese 5 gilt als bestätigt.

Hypothese 6: Politische Weblogs sind gut geeignet, um Teil- und Gegenöffentlichkeiten zu konstituieren

Die soeben in den Hypothesen 4 und 5 dargelegten Potentiale, lassen Weblogs jedoch zumindest dort als funktional im Sinne einer politischen Öffentlichkeit erscheinen, wo die jeweiligen Einschränkungen nicht oder nur zum Teil greifen. Dies scheint immer dann gegeben, wenn für die Öffentlichkeit, die von den in den Diskursen behandelten Themen betroffen ist, ein relativ uneingeschränkter Zugang zum Internet und der politischen Blogosphäre angenommen werden kann. In diesen Fällen könnten alle Beteiligten von den beschriebenen Vorteilen eines weblogbasierten Diskurses profitieren, ohne dass die Benachteiligung einiger Betroffener durch den Ausschluss aus oder vielmehr den nicht vorhandenen Zugang zu den Debatten angenommen werden müsste. Offenheit und Diskursivität wären ebenso gegeben, wie Transparenz-, Validierungs- und Orientierungsfunktionen. Einzig von Autorität im Sinne einer verbesserten Einbringungsmöglichkeit in relevante politische Entscheidungsorgane ist erneut nur eingeschränkt auszugehen. Dennoch darf Hypothese 6 als bestätigt gelten.

Hypothese 7: Politische Weblogs können eine wichtige Rolle bei der Meinungsbildung einnehmen

Eine ebenfalls gute Eignung wurde für politische Weblogs angenommen, was die Teilhabe am Meinungsbildungsprozess betrifft. Hierzu sollte gelten, dass netzbasierte Debatten in Weblogs im wesentlichen vergleichbar sind mit interpersonellen Diskursen in der Offlinewelt, jedoch durch die spezifischen Eigenschaften von Blogs zusätzliche Vorteile mit sich bringen. Um dies annehmen zu können, musste sich zeigen lassen, dass der Diskurs in der Blogosphäre zum einen als rege bezeichnet werden kann und zum anderen eine Revidierung, also eine (Um-)Bildung von Meinungen auf Basis der Debatten verzeichnet werden kann. Für die Erfüllung beider Bedingungen konnten in den Daten Anhaltspunkte gefunden werden. Hypothese 7 wird somit bestätigt.

Hypothese 8: Politische Weblogs führen zu mehr politischer Partizipation

Was den vermuteten Anstieg der politischen Partizipation durch das neue Medium Weblog betrifft, legen die empirischen Befunde eine Verwerfung der Hypothese 8 nahe. Es war angenommen worden, dass Blogs, vor allem aufgrund der kostengünstigen, schnellen und einfachen Möglichkeit zur politischen Partizipation, auch bei denjenigen zu einer Steigerung der politischen Aktivitäten führen würden, die sich im Offlineleben nicht in diesem Bereich engagieren. Allerdings musste festgestellt werden, dass, mit Ausnahme der Mitarbeit an Bürgerinitiativen, politisches Bloggen und politisches Offlineengagement zusammenfallen. Es sind vor allem solche Bürger unter den Politbloggern zu finden, die auch ansonsten eher Wählen gehen, ihre Meinung äußern, an Demonstrationen teilnehmen oder in Parteien mitarbeiten. Somit kann nicht davon ausgegangen werden, dass Weblogs zu einem Anstieg der Anzahl politisch aktiver Bürger beitragen. Hypothese 8 muss somit verworfen werden.

Hypothese 9: Politische Weblogs ziehen ein verstärktes Interesse an regionalen Themen mit sich

Auch Hypothese 9 ist im Lichte der empirischen Erkenntnisse nicht haltbar. Es hat sich klar gezeigt, dass, was den räumlichen Bezug der behandelten Themen betrifft, regionale Themen nicht wie angenommen stark, sondern vielmehr am schwächsten vertreten sind. Demnach liegt das geringere Interesse für Lokalpolitik entweder nicht, wie von Marcinkowski vorgeschlagen, in den Defiziten der massenmedialen Regionalberichterstattung begründet oder aber Weblogs sind auch nicht dazu geeignet, den in diesem Zusammenhang dargelegten Problemen zu begegnen. Hypothese 9 muss jedoch in jedem Fall verworfen werden.

Hypothese 10: Die Neigung zu einer der „kleinen“ Parteien führt zu politischem Bloggen

Die Annahme, dass die Anhänger der kleineren Fraktionen im deutschen Parteienspektrum unter den Bloggern überrepräsentiert sind, wenn man einen Vergleich zur Parteineigung im bundesdeutschen Durchschnitt anstellt, hat sich dagegen bestätigt. Begründet wurde diese Vermutung dadurch, dass Einflussdefizite kompensiert werden sollen. Vor allem Sympathisanten der Grünen, der FDP und der Linken sind stärker unter den politisch interessierten Bloggern vertreten, als sie dies in der Gesamtbevölkerung sind. Auch absolut betrachtet stellt diese Gruppe den höchsten Prozentanteil unter den Politbloggern. Somit darf behauptet werden, dass die Neigung zu einer kleinen Partei die Wahrscheinlichkeit erhöht, politische Themen in seinem Blog zu diskutieren.

Hypothese 11: Gewohnheiten hinsichtlich der Präsentation politischer Inhalte in den Massenmedien prägen auch die Erwartungen an Form und Inhalt politischer Weblogs

Auch Hypothese 11 wird klar bestätigt. Die Analysen der Vorlieben der Leser politischer Weblogs haben gezeigt, dass mit einer nüchternen, aufs Wesentliche konzentrierten und auf den Autor als Sender ausgerichteten Vorstellung von Politblogs in etwa dieselben Eigenschaften gefordert werden, wie sie durch Nachrichten im Fernsehen und Zeitungen bekannt sind. Massenmediale Politikberichterstattung prägt somit die Gestaltung der Auftritte politischer Weblogs.

8 Fazit

Am Ende lassen sich vor allem zwei Dinge festhalten. Einerseits sind die Chancen, die Weblogs für die Wiederbelebung der Demokratie durch das Entstehen von Öffentlichkeit und ein Ansteigen der politischen Partizipation bieten, zweifelsfrei groß. Ihr Potenzial ist vielfältig und wird in mancherlei Hinsicht auch bereits genutzt. Jedoch verhindern vor allem Probleme, wie die durch sozialstrukturelle Faktoren bedingte Ungleichheit im Zugang zum Internet und die damit verbundene (noch) zu geringe Sichtbarkeit von blogbasierten Diskursergebnissen, dass es zur Entfaltung des vollen Möglichkeitenspektrums des neuen Mediums kommt.

Besonders geeignet scheinen Weblogs schon jetzt, um die Basis von spezifischen Teil- und Gegenöffentlichkeiten darzustellen, sofern für deren Mitglieder ein relativ uneingeschränkter Zugang zum Internet vorausgesetzt werden kann. Auch zur Meinungsbildung innerhalb solcher Gemeinschaften dürfen Weblogs als funktional betrachtet werden. Selbst wenn sie den interpersonellen Diskurs zu diesem Zweck sicherlich auch in fernerer Zukunft nicht verdrängen werden, so bilden sie dennoch bereits heute eine praktische und einfache Alternative zum persönlichen Gespräch. Weiterhin bilden sie ein Sprachrohr für alle, deren Stimme in der Offlinewelt nicht oder nur kaum gehört werden. Zu ihnen zählen nicht nur die politisch Unterdrückten und Verfolgten in repressiven Systemen, sondern ebenso diejenigen, die in den demokratischen westlichen Gesellschaften Einstellungen vertreten, die von der Mehrheitsmeinung, oder dem was die Massenmedien als solche präsentieren, abweichen.

Die Anforderungen für eine gesamtgesellschaftliche Öffentlichkeit erfüllen Weblogs jedoch eindeutig nicht. Inwieweit man annehmen darf, dass sich hier noch Möglichkeiten bieten werden, die Potentiale in einem höheren Maße zu nutzen, hängt vor allem von kulturellen Faktoren ab, die ausschlaggebend für die Übernahme neuer Technologien und Medien sind. Es ist gleichermaßen denkbar wie wünschenswert, dass in diesem Zusammenhang kulturelle und demokratische Klüfte überwunden werden.

Literaturverzeichnis:

- Arbeitskreis deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (ADM): „Richtlinien für Onlinebefragungen“. Online verfügbar unter: www.adm-ev.de/pdf/R08_D.pdf
- ARD/ZDF-Online-Studie (2006). Online verfügbar unter: <http://www.daserste.de/service/studie.asp>
- Bandilla, Wolfgang / Bosnjak, Michael (1999): „Online Surveys als Herausforderung für die Umfrageforschung: Chancen und Probleme“. Online verfügbar unter: <http://www.gesis.org/publikationen/Aufsaeetze/ZUMA/documents/pdfs/2bandilla-bosnjak.pdf>
- Coenen, Christopher (2005): „Weblogs als Mittel der Kommunikation zwischen Politik und Bürgern – Neue Chancen für E-Demokratie?“ In: Schmidt, Jan / Schönberger, Klaus / Stegbauer, Christian (Hrsg.): Erkundungen des Bloggens. Sozialwissenschaftliche Ansätze und Perspektiven der Weblogforschung. Sonderausgabe von kommunikation@gesellschaft, Jg. 6. Online-Publikation: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B5_2005_Coenen.pdf.
- Emmer, Martin/Füting, Angelika/Vowe, Gerhard (2006): Wer kommuniziert wie über politische Themen“. In: Medien und Kommunikationswissenschaft, Ausgabe 54, Jg. 2/2006, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden.
- Franz, Julia (2005): „Praktiken des Bloggens im Spannungsfeld von Demokratie und Kontrolle“ In: Schmidt, Jan / Schönberger, Klaus / Stegbauer, Christian (Hrsg.): Erkundungen des Bloggens. Sozialwissenschaftliche Ansätze und Perspektiven der Weblogforschung. Sonderausgabe von kommunikation@gesellschaft, Jg. 6. Online-Publikation: http://www.rz.uni-frankfurt.de/K.G/B6_2005_Franz.pdf.
- Grunwald, Achim/Banse, Gerhard/Coenen, Christopher/Hennen, Leonhard (2005): „Internet und Demokratie. Endbericht zum TA-Projekt ‚Analyse netzbasierter Kommunikation unter kulturellen Aspekten‘“. Arbeitsbericht des Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag, Nr. 100. Berlin.
- Habermas, Jürgen (1990): „Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft“. Frankfurt: Suhrkamp Verlag
- Habermas, Jürgen (1992): „Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats“. Frankfurt: Suhrkamp Verlag
- Herring, S./Kouper, I./Scheidt, L./ Wright, E.: “Women and Children Last: The Discursive Construction of Weblogs”. Online verfügbar unter: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/women_and_children.html

- Heming, Ralf (2000): „Systemdynamik, Lebenswelt und Zivilgesellschaft – Zeitdiagnostische Aspekte der Gesellschaftstheorie“. In: Schimank/Volkmann: „Soziologische Gegenwartsdiagnosen I“. Leske + Budrich, Opladen
- Homburg, Christian; Krohmer, Harley (2003): „Marketingmanagement. Strategie-Instrumente-Umsetzung-Unternehmensführung“. Wiesbaden: Gabler/GWV Fachverlag GmbH.
- Ito, Joi (2003): „Emergent Democracy Paper Draft“. Online verfügbar unter: http://joi.ito.com/archives/2003/02/16/emergent_democracy_paper_draft.html
- Ito, Joi (2005): „The Infrastructure of Democracy“. Online verfügbar unter: http://joi.ito.com/archives/2005/03/10/the_infrastructure_of_democracy.html
- Klein, Markus / Arzheimer, Kai (1997) „Grau in grau. Die Grünen und ihre Wähler nach eineinhalb Jahrzehnten“ In Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Nr. 49. Online verfügbar unter: <http://www.politik.uni-mainz.de/kai.arzheimer/gruen/grau.html>
- Kornelius, Bernd / Roth, Dieter (2004): „Politische Partizipation in Deutschland. Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage“. Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung Band 471. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.
- Korupp, Sylvia; Szydlak, Marc (2005): „Causes and Trends of the Digital Divide“. In: European Sociological Review, Volume 21. Online verfügbar unter: <http://esr.oxfordjournals.org>
- Krüger, Thomas (2003): „Strukturwandel der Öffentlichkeit 2.0“. Online verfügbar unter: http://www.bpb.de/presse/LJZ47Z,0,Strukturwandel_der_%D6ffentlichkeit_2_0.html
- Marcinkowski, Frank / Irrgang, Michael (1999): „Politische Partizipation und das Internet im lokalen Raum“. In: Politische Bildung 4/1999. Online verfügbar unter: http://pro-online.uni- Duisburg.de/bin/part_lok.pdf
- Möller, Erik (2005): „Die heimliche Medienrevolution – Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern“ Heise Zeitschriften Verlag GmbH & co KG. Hannover. Online verfügbar unter: <http://medienrevolution.dpunkt.de/files/Medienrevolution-1.pdf>
- Münch, Richard / Schmidt, Jan (2005): „Medien und sozialer Wandel“ In: Jäckel, Michael: Lehrbuch der Mediensoziologie. Opladen
- Neidhardt, Friedhelm (1994): „Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen“. In: Neidhardt et al „Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen“. Sonderheft 34/1994 Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Westdeutscher Verlag.

- Noelle-Neumann, Elisabeth (1989): „Die Theorie der Schweigespirale als Instrument der Medienwirkungsforschung“ In: Kaase/Schulz: Massenkommunikation. Sonderheft 20 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie

- Perschke, Rasco; Lübcke, Maren (2005): „Zukunft Weblog?! – Lesen, Schreiben und die Materialität der Kommunikation. Anmerkungen zu einem neuen Typus der Online-Kommunikation aus kommunikationstheoretischer Sicht“. In: Schmidt, Jan / Schönberger, Klaus / Stegbauer, Christian (Hrsg.) (2005): Erkundungen des Bloggens. Sozialwissenschaftliche Ansätze und Perspektiven der Weblogforschung. Sonderausgabe von kommunikation@gesellschaft 2005. Online-Publikation: http://www.rz.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B7_2005_Perschke_Luebcke.pdf.

- Peters, Bernhard (1994): „Der Sinn von Öffentlichkeit“. In: Neidhardt et al „Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen“. Sonderheft 34/1994 Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Westdeutscher Verlag.

- Reichmayr, Ingrid (2005): „Weblogs von Jugendlichen als Bühnen des Identitätsmanagements. Eine qualitative Untersuchung.“ In: Schmidt, Jan / Schönberger, Klaus / Stegbauer, Christian (Hrsg.): Erkundungen des Bloggens. Sozialwissenschaftliche Ansätze und Perspektiven der Weblogforschung. Sonderausgabe von kommunikation@gesellschaft, Jg. 6. Online-Publikation: http://www.soz.unifrankfurt.de/K.G/B8_2005_Reichmayr.pdf

- Rogers, Everett M. (2003): “Diffusion of Innovations. Fifth Edition”. New York: Free Press, Simon & Schuster, Inc.

- Schenk, Michael (1995): „Soziale Netzwerke und Massenmedien. Untersuchungen zum Einfluß der persönlichen Kommunikation“. Tübingen: Mohr.

- Schiewe, Jürgen (2004): „Öffentlichkeit. Entstehung und Wandel in Deutschland“. Paderborn: Ferdinand Schöningh GmbH.

- Schmidt, Jan (2005): „Die Konstitution des virtuellen lokalen Raums. Zur Institutionalisierung lokalbezogener Online-Nutzungsepisoden“. München: Reinhard Fischer.

- Schmidt, Jan (2006a): „Social Software: Onlinegestütztes Informations-, Identitäts- und Beziehungsmanagement“. In: Forschungsjournal neue soziale Bewegungen

- Schmidt, Jan (2006b): „Weblogs als Social Software“. Online verfügbar unter: <http://www.politik-digital.de/edemocracy/netzkultur/blogger/jschmidtWeblogsSocialSoftware060214.shtml>

- Schmidt, Jan (2006c): „Weblogs: Eine kommunikationssoziologische Studie“. Konstanz: UVK

- Schmidt, Jan / Paetzolt, Matthias / Wilbers, Martin (2006): „Stabilität und Dynamik von Weblogpraktiken. Ergebnisse der Nachbefragung der ‚Wie ich blogge!?!‘-Umfrage“. Online verfügbar unter: <http://www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkbericht0603.pdf>

- Schmidt, Jan / Wilbers, Martin (2006): „Wie ich blogge. Erste Ergebnisse einer Weblogbefragung 2005“. Online verfügbar unter: <http://www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkbericht0601.pdf>

- Zimmermann, Ann (2006): „Onlien-Öffentlichkeit und Zivilgesellschaft: neue Chancen auf massenmediale Sichtbarkeit?“. In: Forschungsjournal „Neue soziale Bewegungen“, Jg. 19, 6/2006, Lucius&Lucius Verlagsgesellschaft mbH.

Abbildungsverzeichnis:

Graphik 1: Parteineigung unter den Politbloggern	S. 69
Graphik 2: „Sonntagsfrage“ August 2006.....	S. 69
Graphik 3: Erwartungen an politische Blogs	S. 70

Tabellenverzeichnis:

Tabelle 1: Soziodemographie in der deutschen Blogosphäre (in %)	S.51
Tabelle 2: Soziodemographie der deutschen Politblogger und deren Leser (in %)	S.52
Tabelle 3: Gesamtheit aller Deutschen ab 18 Jahren in % (Quelle: ALLBUS 2004)	S.54
Tabelle 4: Internetnutzung in Deutschland	S. 55
Tabelle 5: Offenheit in der Blogosphäre und in Politblogs	S. 56
Tabelle 6: Anteil der kommentierten Beiträge (in %)	S. 57
Tabelle 7: Durchschnittliche Anzahl der Kommentare bei kommentierten Artikeln (in%)	S. 57
Tabelle 8: Schreiben von Kommentaren im eigenen Blog (in %)	S. 58
Tabelle 9: Löschen oder Verändern von Kommentaren anderer auf dem eigenen Weblog (in %)	S. 58
Tabelle 10: Motive für das Bloggen (in %)	S. 59
Tabelle 11: Umgang mit eigener Identität (in %)	S. 59
Tabelle 12: Umgang mit der Identität anderer (in %)	S. 60
Tabelle 13: Formen der politischen Partizipation unter den Bloggern und in der Gesamtbevölkerung (in %)	S. 64
Tabelle 14: Themen in politischen Blogs (in %)	S. 66
Tabelle 15: Parteineigung (in %)	S. 67
Tabelle 16: Ergebnisse der loglinearen Regression (Einfluss auf politisches Bloggen)	S. 71

Ich erkläre hiermit gemäß §30 Abs. 2 DPO, dass ich die vorstehende Diplomarbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe.

(Datum)

(Unterschrift)