

Prof. Dr. Christoph Neuberger

Universität Münster | Institut für Kommunikationswissenschaft

Partizipation statt Redaktion?

Neue Formate der Vermittlung öffentlicher Kommunikation im Internet

(1) *„Weblog“ als Format:* Das Weblog ist ein internetspezifisches Publikationsformat, also ein sozial verfestigtes Muster für kommunikatives Handeln. Mit Hilfe solcher Formate wird die Produktion und Rezeption von Medienangeboten routiniert und intersubjektiv abgestimmt. Andere Internetformate sind z.B. das Portal, die Suchmaschine oder die Online-Auktion.

(2) *Formatentwicklung:* Am Beispiel der Weblogs lassen sich Besonderheiten der Formatbildung im Internet ablesen wie Dezentralität, öffentliche (Selbst-)Thematisierung, Dynamik und Ausdifferenzierung, die auch durch die Technik vorangetrieben wird („Podcasts“, „Vlogs“, „Moblogs“). Wurzeln des Weblogs sind die persönlichen/privaten Homepages der neunziger Jahre und die (Offline-)Tagebücher.

Adressat der Weblogs wurde zunehmend eine breite, anonyme Öffentlichkeit. Neben der Zunahme der Blogger- und Blogleserzahl ist in Teilen der Blogosphäre auch eine Professionalisierung und Politisierung zu beobachten gewesen. Dabei wirkten einzelne Schlüsselereignisse als Katalysatoren (wie der 11. September 2001, der Irakkrieg 2003, die Tsunami-Katastrophe 2004 und die Londoner Bombenanschläge 2005). In jüngster Zeit ist auch eine Kommerzialisierung und ein Einsatz des Formats für „Public Relations“-Zwecke („Wahlblogs“, „Corporate Blogs“) festzustellen; dabei soll das Image der Blogs (subjektiv, authentisch, spontan, dialogisch etc.) ausgenutzt werden.

(3) *Öffentliche Fremd- und Selbstthematization:* Vor allem die Berichterstattung der traditionellen Massenmedien über Weblogs anlässlich dieser Ereignisse hat die Aufmerksamkeit auf diese gelenkt. Zu vermuten ist, dass die „Entdeckung“ der Weblogs als Medienthema den derzeitigen Hype angefangen und in einer Art „sich selbst erfüllender Prophezeiung“ zur steigenden Verbreitung und Nutzung der Weblogs beigetragen hat. Durch die Berichterstattung ist aber ein Image entstanden, das nur auf einer kleinen Zahl prominenter Weblogs basiert.

Neben dieser massenmedialen Fremdbeobachtung gibt es auch eine intensive Auseinandersetzung unter den Bloggern mit dem Format (Definition, Normen, Verhältnis zum Journalismus etc.).

(4) *Zugang zur Öffentlichkeit:* Die Hoffnung, dass sich durch den vereinfachten kommunikativen Zugang zur Öffentlichkeit im Internet die Utopie einer gleichberechtigten Beteiligung an demokratischen Willensbildungsprozessen realisieren ließe, trägt.

Neben bekannten Barrieren (staatliche Zensur, technische und ökonomische Zugangsvoraussetzungen, Medienkompetenz etc.) kommt durch die Vielzahl der Angebote das Problem hinzu, dass ein großer Teil der Angebote nur wenig Aufmerksamkeit erhält: Rezeption und Resonanz bleiben verschwindend gering. Technische Sortierhilfen (wie *RSS*, *Pings*, *Trackbacks* und *Permalinks*) erleichtern den Nutzern allerdings, die Fülle der Weblogs nach ihren Interessen auszuwerten.

(5) *Verhältnis der Weblogs zum Journalismus:* Breit diskutiert wird die Frage, ob Blogger über die Kommunikatorrolle hinaus auch eine Mediatorrolle besitzen wie der professionell-redaktionelle Journalismus. Wesentliche Einwände gegen die Annahme, Weblogs könnten Vermittlungsleistungen für die Öffentlichkeit erbringen, sind die mangelnde Kontinuität und Universalität sowie das Fehlen einer Redaktion für die Qualitätssicherung.

Diese Einwände lassen sich zumindest zum Teil entkräften: Durch die Vielzahl der Blogger werden Expertenwissen und Einzelbeobachtungen gebündelt. Außerdem findet eine Art Qualitätskontrolle durch die dichte Vernetzung und gegenseitige Kommentierung in der „Blogosphäre“ statt.

Dennoch ist anzunehmen, dass professionell-redaktioneller Journalismus und Weblogs in einem komplementären Verhältnis stehen: Nach einer Befragung betrachten Blogger ihr Tun als „neue Art“ von Journalismus. Ihre Vorzüge sehen sie in der subjektiven Perspektive, dem leichten Zugang zum Autor, der Aktualität sowie dem vielfältigen und intensiven Meinungsaustausch. Weblogs dienen einerseits den Redaktionen als Recherchequelle, und sie begleiten die Massenmedien kritisch („Watchblogs“). Andererseits lenken Massenmedien durch ihre Berichterstattung die Aufmerksamkeit auf Weblogs. Konflikte zeigen allerdings, dass sich ihr Rollenverständnis unterscheidet.