

Erstpublikation

Omnes, omnia, omnino
(Jan Amos Komenský)

1 <http://www.uni-siegen.de/~ifan/ungewu/heft6/node6.html>, letzter Zugriff 31.12.2005.

2 Rucht, Dieter: Cyberprotest – Möglichkeiten und Grenzen netzgestützter Proteste. In: http://www.wz-berlin.de/zkd/zcm/pdf/rucht_cyberprotest.pdf, letzter Zugang 20.11.2005.

3 Shirky, Clay: Power Laws, Weblogs, and Inequality. In: http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html, letzter Zugang 29.11.2005.

4 Schmidt, Jan: Praktiken des Bloggens. Strukturierungsprinzipien der Online-Kommunikation am Beispiel von Weblogs. In: <http://www.bamberg-gewinnt.de/wordpress/wp-content/pdf/PraktikenDesBloggens.pdf>, letzter Zugang 29.11.2005, hier p. 11.

Es ist ein alter Traum des Menschen, Allwissenheit zu erlangen – und ebenso alt ist auch die Erkenntnis, dass genau dies nicht möglich ist, ja mehr noch: die Erkenntnis selber ist stets unvollständig, da sie nie das Seiende voll erfassen kann. Wozu also soll dann all das Wissen, nach dem wir streben, gut sein – und wo soll es uns hinführen? Beispielsweise in die *docta ignorantia* des Nikolaus von Kues: »Die *docta ignorantia* ist also eine Anleitung zum Gebrauch des Verstandes durch die Vernunft, um das Unendliche in wissender Unwissenheit zu ergreifen«, erklärt Peter Neuhaus in seinem Beitrag *Die Lehre von der belehrten Unwissenheit*.¹

Doch vor der »wissenden Unwissenheit« steht ein langer Weg, denn Wissen entsteht nicht von alleine; vielmehr muss es mühselig erarbeitet und darüber hinaus vermittelbar sein. Wir haben für diesen Zweck die Kulturtechniken des Lesens und Schreibens entwickelt, um Wissen von der persönlichen Präsenz eines Menschen abzukoppeln. Als nächsten Schritt entwickelten wir Enzyklopädien, und von hier führt uns der Weg geradewegs ins *World Wide Web*, das gerne als gigantischer Wissensspeicher bezeichnet wird. Dank moderner Suchmaschinenteknik sind wir nun in der Lage, uns Zugang zu vielen Informationen »auf Knopfdruck« zu verschaffen. Der Vorgang, der dann abläuft, wird »Browsen« genannt – und es ist vielleicht nützlich, sich von Zeit zu Zeit daran zu erinnern, dass »Browsen« in Wahrheit ganz andere und viel poetischere Bedeutungen hat als nur das schnöde »Blättern« oder »Durchsuchen«: Es heißt auch »schmökern«, »sich umsehen«, »etwas durchstöbern« – und bei letzteren Bedeutungen wird sofort klar, dass dieser Vorgang in Wahrheit keineswegs geeignet sein muss, uns im vielfach heraufbeschworenen Nu eines »Mausklicks« jene Frage zu beantworten, zu deren Lösung wir uns *in medias res* – mitten ins massenmediale Netzwerk von Informationen, Meinungen, Fakten, Daten, Bildern, Texten, Kunstwerken usw. – eben mitten in die Dinge, die im Netz ihre virtuellen Spuren hinterlassen, begeben haben. Wir sind mittendrin, und wir sind, so scheint es, völlig frei in der Selektion von Informationen, die wir uns aneignen können, um Wissen zu generieren, Fragen zu beantworten oder auch neue Fragen aufzuwerfen. Wie kommt es aber, dass »die prinzipiellen Vorzüge des Internet – Reichweite, Geschwindigkeit, geringe Kosten, Informationsreichtum, Dezentralität, weitgehende Abwesenheit von Zensur, Suchmaschinen, neuerdings auch die Verbreitung von WebBlogs (sic!) usw.« nicht von allen in adäquater Weise genutzt werden können, wie der Medienwissenschaftler Dieter Rucht in seinem Beitrag *Cyberprotest – Möglichkeiten und Grenzen netzgestützter Proteste* konstatiert? Rucht gerät im Zuge seiner Ausführungen sogar zu der These: »Das Internet bestärkt bestehende Asymmetrien« (p. 7), womit er Medienpräsenz und damit einhergehende Meinungsmacht im Sinn hat.²

Warum aber ist das so? Die Wahrscheinlichkeit, eine bestimmte Webseite, eine bestimmte Information, einen bestimmten Hinweis oder: ein bestimmtes Weblog – denn von diesen soll im Folgenden die Rede sein – beim Browsen zu entdecken, hat eben mit dem *power law* zu tun, über das Clay Shirky in *Power Laws, Weblogs and Inequality* schreibt:

In systems where many people are free to choose between many options, a small subset of the whole will get a disproportionate amount of traffic (or attention, or income), even if no members of the system actively work towards such an outcome. This has nothing to do with moral weakness, selling out, or any other psychological explanation. The very act of choosing, spread widely enough and freely enough, creates a power law distribution.³

Kurz gesagt: die Reichen werden reicher – und sei es auch nur an virtuellem Kapital, nämlich Aufmerksamkeit und damit einhergehender stärkerer Vernetzung. Dieses Gesetz führt dazu, dass »[E]inige wenige Weblogs [...] eine Vielzahl von ›inbound links‹ auf sich [vereinen], während die überwiegende Mehrheit nur wenige einkommende Verweise besitzt«, so Jan Schmidt in seiner kürzlich publizierten, überaus material- und aufschlussreichen Studie *Praktiken des Bloggens*.⁴

Es sind aber genau jene Weblogs, die eine Vielzahl von *inbound links* besitzen, die beim »Googeln« ganz oben stehen – je mehr Links, desto weiter oben in der Liste, desto sichtbarer

5 Hier, bei der Frage nach Öffentlichkeit, nach vermittelter Information und der Notwendigkeit der Kommunikation derselben scheinen wir uns wieder Nikolaus von Kues und seiner erkenntniskritischen *docta ignorantia* zu nähern. Dazu Peter Neuhaus in: <http://www.uni-siegen.de/~ifan/ungewu/heft6/node6.html>: »Aus der Subjektivität des Erkennens folgt schließlich, auch wenn Kusanus selbst darauf nicht explizit eingeht, seine kommunikative Verwiesenheit, denn die dem Einzelnen nur partiell mögliche Wahrheitserkenntnis läßt sich durch Kommunikation mit der Erkenntnis anderer vervollkommen: ›Vielleicht erfaßt der eine besser als der andere, keiner aber unfehlbar den Sinn des Einzelnen.« – Im Vergleich dazu eine Passage des Systemtheoretikers Fuchs, Peter: Das WorldWideWeb – ohne Technik. In: http://www.fen.ch/texte/gast_fuchs_www.htm, letzter Zugang 30.12.2005. Hier heißt es: »Geht man davon aus, dass die operativ elementare Einheit der Gesellschaft Kommunikation sei, zeigt sich sofort der Grund: Kommunikation unterscheidet, weil sie etwas unterscheidet, schlicht immer sich selbst mit. Sie ist so wenig wie die Operation des Bewusstseins selbstreferenzfrei denkbar, da die Anzeige dessen, worüber ge-sprochen, geschrieben, was gelesen, was gehört wird (eben: die Fremd-referenz), immer – wie minimal auch immer – die Anzeige mitlaufen läßt, dass das Gesprochene mitgeteilt und verstanden wird. Auf der Ebene der Operationen fällt unausweichlich die (interne) Kopie der System/Umwelt-Unterscheidung an. Das geschieht laufend und allenthalben, und damit wird die Möglichkeit geschaffen, über diese Differenz (Fremd-/Selbstreferenz) Struktur-muster zu verdichten und der evolutionären Bewährung/Verwerfung auszusetzen. Etwas anders ausgedrückt: Die unentwegt mitgeführte Selbstbeobachtung auf der Ebene der Kommunikation kann zu Texten (Dokumenten jeder Art) gerinnen, die wir Selbstbeschreibungen nennen, die an Eigennamen gebunden sein können, aber nicht müssen.[...].«

6 Gleichsam als Einführung wie auch Zusammenfassung mag hier auf den Text von Schmidt, Jan/Schönberger, Klaus/Stegbauer, Christian: Erkundungen von Weblog-Nutzungen. Anmerkungen zum Stand der Forschung. In: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B4_Schmidt_Schoenberger_Stegbauer.pdf, letzter Zugang 20.11.2005, verwiesen werden.

7 Schmidt 2005, p. 7.

8 Robes, Jochen: What's in it for me?

– und desto wahrscheinlicher, dass ich als Nutzerin genau dieses Weblog aufrufe, die darin enthaltenen Information lese – und es ist sogar sehr wahrscheinlich, dass ich, wenn ich selber Weblog-Autorin bin, in einem eigenen Beitrag auf ebendieses Weblog verweise – und keinesfalls auf eines, das ich mehr oder weniger durch Zufall gefunden habe und das ich als interessant empfinde, das aber wenig populär in Bezug auf seine Zugriffe ist. Nur selten schmückt man sich mit den raren Trouvaillen, könnten diese doch einer allzu abseitigen, randständigen Überzeugung das Wort reden.

Was hat dies mit *Emergenzen am Rande* zu tun? Sehr viel – oder eben: sehr wenig, denn im Umkehrschluss sagt dies aus, dass das, was sich im Netz sozusagen »am Rande«, im gering vernetzten Bereich befindet, häufig nicht sichtbar ist – und was nicht sichtbar ist, das existiert für mich als Nutzerin schlichtweg nicht, mag es auch in Wahrheit vorhanden sein. Und mag die Öffentlichkeit, in der sich die Randerscheinung befindet, in Wahrheit über genau so viele potenzielle NutzerInnen verfügen wie die exzellent vernetzte Seite, nämlich: die Summe aller Internet-NutzerInnen, so wird es doch wenig wahrscheinlich sein, dass die Suchmaschine im Netz ausgerechnet die Randerscheinung zu Tage fördert – seien die Inhalte, die sich auf dieser Seite befinden, auch noch so originell und exzellent recherchiert, denn das Internet funktioniert bis dato noch durch mehr oder weniger simple mathematische Operationen. Denken wie ein Mensch kann es nicht, denn es ist eben kein *semantic web*, das in der Lage wäre, aus all den Informationen, die in ihm stecken, Wissen zu generieren und dieses bereit zu stellen – im Sinne eines kommunikativen, verstandesmäßig gelenkten Selektionsprozesses.⁵

»What's in it for me?«

Was also finden wir im Internet, wenn schon nicht »alle Informationen«? Immer häufiger dürfte es wohl das sein, was wir – um erneut aus dem humanistischen Bildungsschatz zu schöpfen – unter *delectare et prodesse* verstehen: Wir finden Nützliches und Erbauliches, eingebettet in die Form eines Weblogs⁶ – die Zahl der deutschsprachigen Weblogs umfasste im Sommer 2005 geschätzt 61.000 – und täglich werden es mehr.⁷ Jochen Robes, der selber das Wissenschaftsweblog www.weiterbildungsblog.de betreibt, beschreibt in seinem Beitrag *What's in it for me? Über den Nutzen von Weblogs für Wissensarbeiter*,⁸ dass sich für dieselben »neue Möglichkeiten eröffnen – ihre Arbeit zu organisieren; zu publizieren; zu kommunizieren und sich als Fachexperte zu positionieren.« (p. 1)

Robes skizziert eine geradezu logisch anmutende Entwicklung, die die Wissenschaft zum Weblog führt. Ausgangspunkt ist der Übergang von der Industrie- in die Wissensgesellschaft, in der den Wissensarbeitern eine besondere Bedeutung zukomme – und in der die Produktivität der Wissensarbeit gesteigert gehöre, da sonst der Übergang nicht gelinge. Erste Versuche dieser Art in Form von »Knowledge Management« führten, so Robes weiter, dazu, dass zwar in Datenbanken jede Menge Informationen gespeichert wurden, doch fehlte leider das menschliche Hirn, das die Information in einen Kontext einbettete und daraus Wissen formte – die reinen Informationen waren wenig brauchbar, und aus »Knowledge Management« war reines »Information Management« geworden. Robes sieht Weblogs als echte Weiterentwicklung in Richtung Wissensmanagement, und als sein schlagendstes Argument führt er die Tatsache an, dass Wissensarbeiter mit einem persönlichen Weblog ihr eigenes Profil entwickeln und darstellen können. Er selber verweist jedoch auch auf die möglichen Probleme: Die häufige Frage bei eigenen Bewerbungsgesprächen nach seinem Zeitmanagement – denn es kostet einige Zeit, einen interessanten oder qualitativ hochwertigen Blogbeitrag zu verfassen – ist sicherlich gerechtfertigt, und Robes gibt darüber hinaus zu, dass es durchaus »Themen und Erfahrungen gibt, über die man nicht berichtet«, was manchmal bedauerlich, aber unvermeidbar sei – über die Inhalte dieser Themen und Erfahrungen schweigt er sich tunlichst aus.⁹

Es existieren also offenbar gute Gründe für eine/n WissenschaftlerIn, sich ein eigenes Weblog einzurichten, dies regelmäßig zu aktualisieren und auch die Interaktion mit den potenziellen LeserInnen durch Kommentare in anderen Weblogs, die dann vielleicht wieder kommentiert werden und auf das eigene Weblog verweisen können, zu fördern. Doch wie sieht es auf der Seite der NutzerIn aus? Was könnte einen Menschen dazu bewegen, in regelmäßigen Abständen, möglichst täglich, das Weblog des/der WissenschaftlerIn zu besuchen und das Neue darin zu lesen, zu kommentieren und vielleicht auch weiterzuforschen? Es könnte wohl derselbe Grund sein, der uns täglich in die Zeitung oder ein anderes Medium schauen

Über den Nutzen von Weblogs für Wissensarbeiter. In: http://www.weiterbildungsblog.de/archives/whats_in_it_for_me.pdf, letzter Zugang 20.11.2005.

9 Ibid., p. 9.

10 Schmidt 2005, p. 14.

11 Rafaeli und Sudweeks 1997, zitiert nach: Perschke, Rasco/Lübcke, Maren: Zukunft Weblog? Lesen, Schreiben und die Materialität der Kommunikation. Anmerkungen zu einem neuen Typus der Online-Kommunikation aus kommunikationstheoretischer Sicht. In: http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B7_2005_Perschke_Luebke.pdf (sic!), letzter Zugang 20.11.2005, p. 4.

lässt: Der Hunger nach Information – nach Fakten, Erlebnisberichten, Veranstaltungstipps, nach lustigen oder auch schockierenden Geschichten – der Hunger nach etwas, über das wir nachdenken und mit anderen Menschen sprechen können; der Hunger nach etwas, das uns das Gefühl gibt, ein Teil dieser Welt zu sein und uns gut in ihr orientieren zu können.

Lost in Hypertext

Als Mensch sind wir Teil der Welt – als NutzerIn sind wir demgemäß Teil der Netzwelt. Wie ist es möglich, sich als Teil der Netzwelt zu begreifen und in dieser gut orientieren zu können? Klären wir zunächst, in welchem Rahmen wir uns mit den Weblogs eigentlich befinden. Jan Schmidt verweist in seinem Beitrag *Praktiken des Bloggens* auf die drei unterschiedlichen, verwendungsorientierten Rahmen, die das Internet bieten kann:

- Das Internet als Abrufmedium – vergleichbar der massenmedialen Kommunikation, geprägt von Einseitigkeit und nur wenig Feedback von Seiten der Rezipienten;
- das Internet als Medium interpersonaler Kommunikation – hier geht es um die wechselseitige Bezugnahme, vergleichbar in etwa einem Dialog;
- das Internet als Kontakt- und Diskussionsmedium.¹⁰

An diesem dritten Punkt können wir einhaken: Schmidt führt aus, dass das Internet in dieser Funktion zwar Öffentlichkeit herstelle, aber die aktiven NutzerInnen in einer mehr oder weniger abgegrenzten Gemeinschaft aufeinander Bezug nähmen – bspw. in einer Newsgroup oder in einem Web-Forum. Eine Erweiterung in diesem Sinne stellen Weblogs dar, die als Social Software *Community* herstellen – allerdings mag es wohl meist so sein, dass die Community bereits als solche, und sei es auch nur imaginiert durch bereits vorherige gemeinsame Interessen, existiert und dann via Weblog weiterkommuniziert. Wie nun findet im Weblog Kommunikation statt? Diese Frage ist relativ einfach zu beantworten: »The most real part of the social phenomenon of communication is the text exchanged – more real even than the groups, people and emotions involved.«¹¹

Was wiederum ist ein Text? Vereinfacht – eine formal begrenzte Einheit aus mehreren Sätzen. In textlinguistischer Perspektive: Ein sprachliches Gebilde, das durch mehrere Eigenschaften geprägt ist:

1. Kohärenz: Diese entsteht, wenn zwischen sprachlichen Einheiten semantische Verknüpfungsbeziehungen bestehen. Beispiel: Auf eine Frage folgt eine Antwort. Die Kohärenz betrifft die Tiefenstruktur eines Textes.
2. Kohäsion: Dieser Begriff bezeichnet die grammatikalischen Verknüpfungsbeziehungen, die zwischen Sätzen oder Satzteilen bestehen und betrifft die Oberflächenstruktur eines Textes.
3. Linearität: Ein Text ist linear, wenn die sprachlichen Einheiten nacheinander, in logischer und zeitlicher Abfolge geordnet sind.

Das Prinzip der Linearität kann selbstverständlich durchbrochen werden: Man kann ja bspw. einen Text nicht ganz lesen, wieder einen Absatz zurückspringen, die Fußnoten zwischendurch lesen usw. Immer ist es jedoch der/die RezipientIn, der/die diesen Akt setzt, die Linearität durchbricht und sich stets der Tatsache bewusst ist, »gegen die Regel« verstoßen zu haben – und dies dient der Orientierung und damit dem Textverstehen, denn der/die RezipientIn ist somit aktiv in der Lage, die Informationen des Textes zu verstehen und für sich persönlich zuzuordnen, sich somit einen quasi eigenen Text zu »erlesen« und Kontext zu erzeugen.

Hinsichtlich der Weblogs haben wir es jedoch mit einer etwas anderen Kategorie von Text zu tun: Was wir in Weblogs vorfinden, sind selten abgeschlossene, linear orientierte Texte: Zwar ist es durchaus möglich, einen Blogbeitrag wie bspw. ein Mini-Essay zu gestalten – doch ist dies wohl eher die Ausnahme denn die Regel. Vielmehr ist das erklärte Ziel jeder Weblog-Autorin, jedes Weblog-Autors, durch das Einfügen möglichst vieler Links einen Beitrag zu gestalten, der nicht nur dem Rezipienten eine Vielzahl an weiterführenden, das Thema erweiternde oder auch gänzlich vom Thema abweichende Informationen enthält, sondern es ist auch hinsichtlich des Google-Rankings sinnvoll, möglichst viele Links einzufügen.

12 Besonderer Wert kommt beim Verfassen eines Weblog-Texts der sog. »Anschlussfähigkeit« einer Textpassage zu. Dies bedeutet, dass Texteinheiten nicht isoliert stehen bleiben, sondern der Rezeption sowie Kommentierung geöffnet werden, um möglichst viele Repliken herauszufordern. Auch zu diesem Thema cf. Schmidt 2005 sowie Perschke/Lübcke 2005.

13 Tiedge, Dagmar: Rezeption von Text und Hypertext – ein Vergleich. In: http://www.linse.uni-essen.de/esel/pdf/rezeption_hypertexte.pdf, letzter Zugang, 20.11.2005, p. 24.

14 Fuchs 2005.

Was entsteht nun, wenn ein/e RezipientIn einen solchen Text liest und fleißig die Links anklickt, von dort weiterklickt, denn auch hier wird er/sie wahrscheinlich wieder auf Links treffen, die zu Texten verweisen, in denen andere Links stehen. Dabei entsteht Hypertext – ein Bündel an Informations-Versatzstücken, die dem/der RezipientIn die Möglichkeit zur selektiven Informationsauswahl lassen. Das ist einerseits ein Vorteil, können doch unwichtige Informationen einfach übersprungen werden; andererseits trifft der/die RezipientIn auf textuelle Einheiten, die nicht mehr – wie ein linearer Text – durch Kohärenz und Kohäsion geprägt sind. Es ist zwar möglich, aktiv bei der Gestaltung des Hypertextes mitzuwirken, indem Informationen zugelassen oder abgelehnt werden. Andererseits ist die Gefahr, auf dieser Erkundungsfahrt durch das Innere des Netzes, innerhalb des riesigen Informationsspeichers verloren zu gehen, relativ hoch: Da der Hypertext erst in der konkreten Situation entsteht, können die einzelnen Textsegmente in stets wieder neuen, sich voneinander unterscheidenden Abfolgen zusammengefügt werden. Dabei entsteht eine kommunikative Situation, die sich ganz wesentlich von der »normaler« Texte unterscheidet: Wenn ich einen Text produziere, so denke ich nicht nur darüber nach, worüber ich schreiben möchte, sondern ich schreibe auch möglichst so, dass mein potenzieller Leser mich verstehen kann – um dies zu erreichen, beachte ich die Regeln der Kohärenz und Kohäsion. Beim Hypertext habe ich es als RezipientIn jedoch mit einer Vielzahl von AutorInnen zu tun – und ich verfolge lediglich textuelle Versatzstücke, bei denen mir »die Aufgabe zukommt, die kohärente Anordnung der einzelnen Texte zu vollziehen. Jeder einzelne Schritt ist an die Manipulationen der BenutzerIn gebunden. Die Grenzen zwischen Textrezeption und Produktion lösen sich auf.«¹³ Die kohärente Anordnung jedoch gelingt nicht immer: Der/die LeserIn verliert den Überblick, kann die gelieferten Informationen nicht mehr in einen Kontext einbetten und sieht weder Ausgangs- noch Endpunkt – denn der Hypertext kann in unendlicher Folge weitergeführt werden, und mehr noch: es gehört sogar zu den wesentlichen Merkmalen des Hypertextes, weder über einen Anfang noch über ein Ende zu verfügen, er kann *ad infinitum* fort- und weitergeführt werden. Was aber noch schlimmer ist: Er kann von Tag zu Tag sogar anders aussehen, da Texte im Internet häufig Veränderungen ausgesetzt sind. Dazu Peter Fuchs:

Die bislang einzige Chance, auf einer Ebene zweiter Ordnung operative Schließung einzurichten, bietet die *Hypertextualität* des WWW, die die Dokumente erster Ordnung in virtuelle Beziehungslagen einrückt, also in einem sehr genauen Sinne im Medium dieser Dokumente engere Kopplungen zwischen den Elementen des Mediums ermöglicht, Kopplungen, die [...] zeitflüchtig sind und deswegen viele Form-Arrangements für Beobachter zulassen, die die Verweisungsschläge der Hyperlinks in Anspruch nehmen.

Die Nutzung der Dokumente der ersten Ebene ist, wenn man so sagen darf, sinnrichtig. Man kann die Texte lesen, die Musik hören, die Bilder anschauen, den Videosequenzen folgen. Das Verfahren der Sinnentnahme (oder besser: sinnförmigen Sinnbeobachtung) ist nicht wesentlich anders als in anderen Alltagslagen der Kommunikation. Die Kopplungen auf der Ebene zweiter Ordnung dagegen *kopieren* zwar sehr genau die Form von Sinn, aber erzeugen virtuelle Sequenzen von Dokumenten, deren Selektivität sich nicht mit der Selektivität der Anschlüsse decken muss. Im Beobachtungsmodus des Surfens kann die Website eines Schalkefans durchlotzen zu Blondinenwitzen, die einen operativen Verweis (Hyperlink) auf Harald Schmidt enthalten, etwa auf die Homepage eines Sprüchelieliehabers, von der aus ein weiterer operativer Verweis zu Anettes Philosophiestübchen führt etc.pp. Zwar lassen sich vom Nutzer Festverweise installieren (etwa mit der *Favoritenfunktion*), aber vom Prinzip her können jederzeit virtuelle Arrangements von Dokumenten erzeugt werden, die füreinander wenig oder gar nichts besagen und sich durch Nichtwiederholung schlicht verlieren.¹⁴

Es ist m.E. wichtig, die spezielle Rezeptionssituation, mit der wir bei Hypertexten konfrontiert sind, noch stärker ins Zentrum des Interesses zu stellen, um zu begreifen, dass auch die Möglichkeiten des Internets in Bezug auf seine Informationsvermittlung begrenzt sind durch das menschliche Maß. Für das Internet und wohl auch Weblogs könnte dies bedeuten, dass sich der jetzige Zustand eines riesigen Gemischtwarenladens, in dem man alle Informationen quasi nach Gewicht, aber ohne Packungsinformationen beziehen kann, mehr und mehr ausdifferenziert: Es wird über kurz oder lang – wie bei herkömmlichen Medien – professionelle Marktführer geben, die über strenge Auswahlkriterien bezüglich der Themen und Texte, die gepostet werden dürfen, verfügen, die sich ihre WebloggerInnen aussuchen und deren



generelle »Blattlinie« klar erkennbar sein wird, was die Zuordnung der Informationen zwar erleichtert, aber natürlich den Informationsgehalt thematisch einschränkt – und vielleicht wird ihre Nutzung auch kostenpflichtig sein. Es wird hingegen – wie bei allen anderen Medien auch – Emergenzen am Rande geben, die sich der Dominanz der Marktführer heldenhaft entgegenstellen, an Macht gewinnen und schließlich den Marktführer verdrängen werden, bis auch sie selber wieder abgelöst werden – ganz normale zyklische bzw. antizyklische Prozesse also. Ob das Weblog eines/r einzelnen WissenschaftlerIn aber auf Dauer viel mehr Wert als eine ansprechend gestaltete Visitenkarte haben wird, mag bezweifelt werden – denn obwohl der Präsenz im Internet natürlich eine sehr hohe Bedeutung zukommt, ist es doch nur ein Medium, dessen wir uns täglich bedienen, um unser ganz persönliches Wissen zu generieren. Es kann daher durchaus möglich sein, dass man täglich viel Zeit und Liebesmühe auf *ein* Projekt verwendet, durch dessen Verfolgung man sich in Wahrheit sowohl im Internet als auch in anderen Bereichen, in denen die Zeit besser genutzt wäre, auf Dauer selbst marginalisiert.

