

#### Erstveröffentlichung

Der Beitrag wurde präsentiert auf dem Panel *Inside the Web* am 12.12.2003.

1 Mein Dank gilt Ton Zylstra (<http://www.zylstra.org/blog/archives/001075.html>), der mich auf die Arbeit von Martijntje Smits verwies, sowie der gesamten Blogosphäre, die mich seit meinem Eintreten im April 2002 beständig bereichert, kritisiert, herausfordert, in jedem Fall auch anregt und mir ein bisher ungekanntes Maß an Freude und Interesse am Web, seinen Bewohnern und Orten schenkt.

2 Cf. ganz allgemein: <http://de.wikipedia.org/wiki/Blog>

3 Manovich, Lev: New Media: a User's Guide. In: [http://www.manovich.net/docs/new\\_media\\_users\\_guide.doc](http://www.manovich.net/docs/new_media_users_guide.doc), abgerufen am 03.01.2004.

4 Blood, Rebecca: Weblogs: A History and Perspective. In: [http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html), abgerufen am 27.09.2003.

5 Wolff, Phil: Blogcount. How Many Blogs and Bloggers? How Big the Blogosphere? In: [http://dijest.com/bc/2003\\_06\\_23\\_bc.html#105638688729256217](http://dijest.com/bc/2003_06_23_bc.html#105638688729256217), abgerufen am 27.09.2003.

6 Henning, Jeffrey: The Blogging Iceberg - Of 4.12 Million Hosted Weblogs, Most Little Seen, Quickly Abandoned. In: <http://www.perseus.com/blogsurvey/thebloggingiceberg.html>, abgerufen am 31.12.2003.

7 Cf. Allen, Christopher: Tracing the Evolution of Social Software. In: [http://www.lifewithalacrity.com/2004/10/tracing\\_the\\_evo.html](http://www.lifewithalacrity.com/2004/10/tracing_the_evo.html), abgerufen am 14.12.2004.

8 Pilgrim, Mark: What is RSS? In: <http://www.xml.com/lpt/a/2002/12/18/dive-into-xml.html>, abgerufen am 03.01.2004.

9 Der Begriff geht angeblich auf Doc Searls (<http://doc.weblogs.com/>) zurück, cf. <http://www.microcontent-news.com/resources/glossary/blogrolling.htm>.

10 LeFever, Lee: What is a Blogroll? Why Would I Want One? In: <http://www.commoncraft.com/archives/000427.html>, abgerufen am 31.12.2003.

#### Begriffsbestimmung und Einführung<sup>1</sup>

»Neue« Medien bedürfen immer einer genaueren Spezifikation– denn »neu« ist eine historische Perspektive. Weblogs<sup>2</sup> sind eine hybride Entwicklung der letzten fünf Jahre, die technologisch und publizistisch beschreibbar sind.<sup>3</sup> Im Feld der Neuen Medien stellen sie die derzeit neueste Entwicklung dar, als Publikationsformat erinnern sie stark an Tagebücher oder Logbücher (cf. hierzu Bild 1 auf p. 11). Weblogs beruhen auf einem effizienten Content-Management-System und tragen durch den Einsatz von Hyperlinks zur sozialen Netzwerkbildung im Internet bei.<sup>4</sup> Weltweit werden derzeit etwa 3 Mio. registrierte BenutzerInnen (User) mit unterschiedlich starker regionaler Verteilung angenommen.<sup>5</sup> Bis Ende 2004 wird gar mit 10 Mio. registrierten WebloggerInnen gerechnet.<sup>6</sup> Weblogs sind Teil einer Entwicklung im Feld der Informations- und Kommunikationstechnologien, die v.a. durch die Präsenz und Nutzung des Internets mit dem Begriff »Soziale Software« (Social Software)<sup>7</sup> umschrieben werden kann (cf. hierzu Bild 2 – Screenshot eines Weblogs (Technologie: Antville) – auf p. 12).

#### Was sind Weblogs?

Die neue Weblog-Technologie bietet ein probates Instrumentarium, das Informations- und Wissenserwerb sowie -vertrieb direkt vernetzt. Diese potenzielle Vernetzung beruht auf der Interaktion von Menschen und Maschinen. Durch den Einsatz einiger weniger Standards (RSS)<sup>8</sup> kann ein soziales Wissens- und Kommunikationsnetzwerk webbasiert generiert werden, indem durch die Technik des gegenseitigen Verlinkens von Inhalten und Kommentaren so etwas wie eine »Community of Interest« entsteht, die sich als »Neighborhood« oder Nachbarschaft beschreiben lässt. Die Wahrscheinlichkeit, dass über diese Art der Visualisierung von Vernetzungen Inhalte und Personen mit ähnlichen Interessen erkennbar werden (bzw. dass es eine vorhergehende Kenntnis der anderen gab), ist sehr groß. Als Basis dieser Art von Nachbarschaftsbeziehungen oder Netzwerken dient die Blogroll,<sup>9</sup> jene Liste der Weblogs, die ein Weblogger aus Interesse und/oder Kalkül anlegt.<sup>10</sup> Davon ausgehend werden die verlinkten Weblogs zueinander in Beziehung gesetzt (cf. hierzu Bild 3 auf p. 13).

Die in Bild 3 reproduzierte Visualisierung zeigt, wie drei Weblogs miteinander verknüpft sind. Die Weblogs *blog.p3k.org*, *schockwellenreiter.de* und *randgaenge.net* sind über die Konnektoren (Broker) *scripting.com* und *industrial-technology-and-witchcraft.de* miteinander verbunden.

Der Vollständigkeit halber gilt es, das Phänomen Weblog in seiner Vielschichtigkeit anzuerkennen. Vorliegender Beitrag fokussiert tendenziell auf die spezielle Form von Weblogs, deren Inhalt sich reflexiv auf die Praxis des Bloggens bezieht; auf das sog. Meta-Blogging. Diese Spezifizierung ist relevant, da einige Studien darauf verweisen, dass diese Art des Verständnisses von der Praktik des Webloggens (numerisch) eine Minderheit innerhalb der sog. Blogosphere<sup>11</sup> darstellt.<sup>12</sup>

Weit verbreitet ist die Blogosphere v.a. unter Jugendlichen, phänomenologisch sind diese Weblogs als reine Online-Tagebücher mit stark dialogischer Ausrichtung aufgebaut. Darin sind sie den Internet-Foren nicht unähnlich, wobei bei letzteren der explizite Einsatz der Vernetzungsinstrumentarien keine oder nur eine geringe Rolle spielt.<sup>13</sup> Vereinfachend ordne ich dieser Art des Webpublishings alle Weblogs zu, die ihren Inhalt/Content nicht explizit in der XML-Variante RSS verfügbar machen. Dieses Feld ist nicht Gegenstand dieses Aufsatzes.

Insgesamt kann der Begriff Weblog als Sammelbegriff für eine technologische und eine publizistische Lösung angesehen werden.

Im ersteren Fall handelt es sich um benutzerfreundliche Content-Management-Systeme, die entweder server- oder desktopbasiert sind und in der Regel aus Datenbanken (MySQL) vermittels Skripts (php, perl, javascript, usertalk, python usw.) statische html-Seiten generieren; relevante Elemente bilden darüber hinaus die Möglichkeit, XML-Versionen der gerenderten html-Seiten zu generieren, die via RSS austauschbar (syndizier- und abonnierbar) sind, sowie die Verknüpfung und Archivierung einzelner Posts (oder Weblog-Einträge) mit permanenten

11 Der Begriff Blogosphere wurde von William Quick erfunden, cf. [http://www.iw3p.com/DailyPundit/2001\\_12\\_30\\_dailypundit\\_archive.html#8315120](http://www.iw3p.com/DailyPundit/2001_12_30_dailypundit_archive.html#8315120), abgerufen am 03.01.2004.

12 Herring, Susan C./Scheidt, Lois A./Wright, Elijah/Bonus, Sabrina: Beyond the Unusual: Weblogs as Genre. In: <http://www.blogninja.com/aoir.blog.final.ppt>, abgerufen am 31.12.2003.

13 Cf. Livejournal, <http://www.livejournal.com>.

14 Resnick, Paul: Beyond Bowling Together: SocioTechnical Capital. In: Carroll, John M.: Human-Computer Interaction in the New Millennium. New York: ACM Press 2002, pp. 647 – 672.

15 Reed, David P.: That Sneaky Exponential – Beyond Metcalfe's Law to the Power of Community Building. In: <http://www.reed.com/Papers/GFN/reedslaw.html>, abgerufen am 03.01.2004.

16 Zur Geografie des Webs und der Relevanz des Hyperlinks cf. Weinberger, David: Small Pieces Loosely Joined: A Unified Theory of the Web. Cambridge, MA: Perseus 2002.

17 Als Beispiel dieser Art von e-Science sei das Museumprojekt Türkenbeute, <http://tuerkenbeute.de>, genannt. In diesem Fall sind alle musealen Objekte via Dublin Core Metadaten erfasst und via RSS abonnierbar.

Hyperlinks (= Permalink); diese Möglichkeit stellt die Basis der effizienten Vernetzungsleistung von Weblog-Ökologien dar. Ein Weblog bzw. das dahinterstehende Tool ist ein Personal Publishing System, dem eine Trennung von Form und Inhalt zu Grunde liegt. In der Regel wird der Content (Text, Bild etc.) in einer Datenbank abgelegt und beim Publikationsprozess mit einem Template (einer Layout-Vorlage) verknüpft. Damit sind technische Barrieren für die BetreiberInnen weitgehend gelöst, indem sie nicht sichtbar sind. Das sind die technischen Gemeinsamkeiten mit einem CMS.

Als publizistische Lösung oder als Publishing-Format stellen Weblogs eine genuine Webentwicklung dar. Ein Weblog ist im Wesentlichen eine Webseite, die aus mehreren Einträgen bzw. Informationseinheiten pro Seite besteht. Diese Einträge sind chronologisch geordnet, der aktuellste Eintrag steht ganz oben: Ein umgekehrtes Tage- oder eben Logbuch. Fasst man die Definition etwas weiter, dann sind Hyperlinks innerhalb der Einträge ebenfalls ein Charakteristikum. Ein essenzielles Merkmal ist die regelmäßige Publikation neuer Einträge. Das Format lässt sich beschreiben als ein Annotationssystem, welches auf (im Web verfügbare) Inhalte kommentierend verweist oder genuinen Micro-Content schafft. Weblogs sind in der Regel besonders für die Abfassung und Publikation von kleinen Content-Einheiten geeignet. Dies entspricht auch dem Rezeptionsverhalten vor dem Bildschirm. Die auf solche Art generierten Posts können über Hyperlinks direkt verfügbar gemacht werden. Im diesem Sinne stellen sie eine neue Spielart von soziotechnischem Kapital<sup>14</sup> dar, die geeignet erscheint, manche Nachteile von vorheriger Social Software (E-Mail, Messageboards, Instant Messaging, Chat usw.) wie Geschlossenheit, Spam, keine Permalinks, keine Autorenschaft, die an einem POI (= Point of Entry) nachvollziehbar und damit demonstrierbar bleiben, komplementär auszugleichen. Weblogs sind in besonderer Weise geeignet, Autorenschaft über Zeit und Themen nachvollziehbar zu machen. Auf diese Weise stehen mit ihnen elementare Bausteine menschlicher Kommunikation zur Verfügung.

Weblogs sind in diesem Sinne dazu geeignet, sowohl als individuelle Weblogs wie auch als Gruppensoftware der Wissensgenerierung und Gruppenformierung zu dienen.<sup>15</sup> Die primären Ordnungskriterien von Weblogs, nämlich die Autorenschaft sowie der Datumsstempel, garantieren eine sowohl zeitliche als auch individuelle Identifizierung der geschaffenen Inhalte. Der Paradigmenwechsel von der Webseite hin zur fundamentalen Einheit eines Weblogs, dem Post oder Eintrag, ermöglicht die direkte Ansprache von Micro-Contents. Auf diesem Weg kann eine Vernetzung (Verlinkung) punktuell und treffgenau erfolgen. Die grammatikalische Einheit dieser Struktur ist der Permalink (= permanenter Link).<sup>16</sup>

### ExpertInnennetzwerke auf Weblogbasis

Auf diese Weise ist es möglich, eine dezentrale Gruppe von Autoren in einen gemeinsamen Prozess zu involvieren, der – und dies ist ein wesentliches Ziel und Merkmal – punktuell einer breiteren Öffentlichkeit gegenüber publiziert werden kann.

Mit Hilfe der durch Weblog-Software möglichen Nutzung von XML-Daten wird es möglich, den Prozess der Wissensaggregation zu beschleunigen. Da Weblog-Systeme vorrangig Publishing-Systeme sind, wird aus ein und demselben Interface nicht nur Information, Wissen und Konversation verteilt und generiert, sondern in einem Parallel-Prozess ebendieses selektiv der Öffentlichkeit verfügbar gemacht. Diese so publizierten Informationen sind darüber hinaus nicht nur vor Ort (d.i. über die konkrete Webadresse) zugänglich, sondern können via XML (RSS) von allen BenutzerInnen an jedem Ort der Welt abgerufen werden. Auf diesem Weg hält eine besondere Form von Netzwerkeffekt in das Expertennetzwerk und v.a. die indirekten Zielgruppen des Projekts Einzug.<sup>17</sup> Dieses RSS-Distributionssystem ermöglicht es, Daten (Bild, Text) weltweit direkt verfügbar, d.h. weiterverarbeitbar (bspw. in anderen webbasierten Systemen) zu machen.

Die Innovationsleistung liegt darin, dass durch Weblog-Systeme und -formate ExpertInnen (WissensarbeiterInnen) zu AutorInnen mutieren, die mittels hoher gegenseitiger Vernetzung in kürzerer Zeit punktgenauer einen gegenseitigen Austausch von Wissen gestalten und diesen zum gegebenen Zeitpunkt einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich machen.

18 Diese entwickelte sich schon sehr früh, ab 1998, um die Software Antville auf der Plattform <http://antville.org> sowie kommerziell ab 2003 auf der die Software Antville nutzenden Plattform <http://twoday.net>

19 <http://helma.org>

20 Modellhaft vertreten durch den Blogger Salam Pax aus Bagdad, der später ein Buch veröffentlichte sowie Gastkolumnist beim britischen Guardian wurde.

21 Gillmor, Dan: Here comes ›We Media‹. Tech-Savvy Readers Want in on the Conversation. In: <http://www.cjr.org/archives.asp?url=/03/1/gillmor.asp>, abgerufen am 27.09.2003.

## Geschichte und Anwendungsbereiche

Mitten in den Boom und die darauffolgende Konsolidierung am CMS-Markt erscheint somit mit den Weblogs eine neue Spielart von Web-Publishing. Die Ursprünge der Weblogs weisen in die USA, doch hat sich mittlerweile auch in Europa<sup>18</sup> eine aktive Szene entwickelt, deren ProtagonistInnen sich (We)bloggerInnen nennen. Dieser Publikationsstil geht zurück in die Urzeiten des Webs und verbreitet sich seit etwa 2001 zusehends. Neben der Verwendung und der Entwicklung in der sog. Early-Adopter-Szene und dem privaten, nichtkommerziellen Einsatz entwickelt sich Weblogging neuerdings zu einer probaten Lösung für den Geschäftsbereich. Das Publizieren von Inhalten ist damit auf einfache und schnelle Weise dem Einzelnen möglich, wodurch sich im Business-Bereich mehrere Einsatzmöglichkeiten ergeben. Nochmals sei explizit darauf hingewiesen, dass sich der vorliegende Artikel weniger mit der Mehrheit der Weblogs, den privaten tagebuchartigen Exemplaren beschäftigt, sondern mit jenen Weblogs, die entweder im Business-Kontext (das umfasst auch den Bereich von E-Learning) eingesetzt werden oder in einer Art Meta-Blogging die Verwendung reflektieren.

Tim Berners-Lee, der Erfinder des World Wide Webs, war in den frühen 90er Jahren gleichzeitig der erste (We)blogger, indem er eine stets aktuelle Liste existierender Websites betrieb. Letztlich ist somit auch *Yahoo* eine Vorform des Weblogs. Abgesehen von diesen Vorläufern setzt man den Beginn des Webloggings allgemein mit 1997 an. Besonders erwähnenswert sind hier die Weblogs von Dave Winer (<http://www.scripting.com>), John Barger (<http://www.robotwisdom.com>), Wortschöpfer des Terminus' Weblog, und Cameron Barret (<http://www.camworld.com>). Bis 1999 gab es ca. 30 Weblogs. Das änderte sich schlagartig, als ab 1999 Software zur Verfügung stand, die die tägliche Aktualisierung einer Website massiv vereinfachte, somit also quasi Mini-Content-Management-Systeme zur Verfügung standen. Erste Produkte dieser Art sind Blogger, Pitas, Manila – im Wesentlichen serverbasierte CMS. Aus Österreich kommt Antville (<http://www.antville.org>), ein sehr innovatives Tool – ein Showcase<sup>19</sup> von Helma, jenem CMS, das auch der Österreichische Rundfunk auf *orf.at* verwendet. Ein wichtiger Popularisierungsschub erfolgte um den 11. September 2001 im Gefolge der Terrorattacken auf das World Trade Center in New York. Weblogger berichteten minütlich über das Geschehen vor Ort. Damit waren sie nicht nur schneller als die großen Medien, deren Server durch die hohe Anzahl von Aufrufen nicht verfügbar waren, sondern sie berichteten auch persönlicher und unverblümt. Die dezentrale Struktur von Weblog-Netzwerken sowie das Verweisen auf Berichte anderer Weblogs verteilte die Zugriffsfrequenzen und garantierte so die ständige Verfügbarkeit und Aktualität. Im Gefolge der Militarisierung der amerikanischen Innen- und Außenpolitik wurde der Begriff »Warlogs« gebildet, der Weblogs bezeichnet, die sich vornehmlich dem »War Against Terror« widmen. Der Irak-Krieg 2003 stellt eine weitere bedeutsame Entwicklungsstufe dar. Hier eröffnete v.a. die Dichotomie zwischen den »embedded Journalists« und den »authentischen« Bloggern vor Ort<sup>20</sup> eine lebhaft diskutierte Diskussion in Richtung Weblogs und Journalismus.<sup>21</sup>

Mit fortschreitender Software-Entwicklung (allen voran der Produkte *Moveabletype* sowie *Radio Userland*) entstanden allmählich erste Überlegungen, auch Business-Anwendungen zu konzipieren. Weblogs werden zunehmend als eine Alternative zu teuren und hochkomplexen CMS sowie als PR-Tool, als simples Knowledge-Management Tool, als Reporting-Tool sowie im Projektmanagement gesehen.

## Business-Logs im Intranet

Unberücksichtigt bleibt hier der Einsatz von Weblogs im journalistischen Bereich, denn dort etabliert sich ein komplementäres Outlet zu bestehenden Publikationskanälen. Bedeutende Möglichkeiten ergeben sich im betrieblichen Zusammenhang. Gleich vorweg seien die wichtigsten Rahmenbedingungen genannt: Die Betreiber müssen grundsätzlich in der Lage sein, sich schriftlich auszudrücken, und motiviert sein, dies auch zu tun – also Bedingungen, die im allgemeinen Management-Bereich liegen. Grundsätzlich unterscheidet man zwischen einer internen Verwendung in einem Intra- allenfalls Extranet und jener im Internet – und grundsätzlich sind Weblogsysteme die einfachste, billigste und wohl auch sinnvollste Form, um ein Intranet aufzubauen.

Bestens nutzbar im Managementbereich ist der Knowledge-Log oder auch K-Log. Darunter versteht man ein simples Wissensmanagement-Tool, welches personen- und/oder arbeitsgruppenbezogenes Wissen und Erfahrungen erfasst und im Intranet publiziert. Experten (Sachbearbeiter) auf verschiedensten Gebieten können auf diese Weise ihre tägliche Wertschöpfung kommunizieren und sich damit eine firmeninterne Reputation verschaffen. Darüber hinaus bleibt das Wissen erhalten. Die Eigenart eines Weblogs kontextualisiert in der Regel Information, damit fließt implizites Wissen in Archive ein. Die Tatsache, dass Informationen nicht mehr in E-Mailprogrammen, Netzlaufwerken oder persönlichen Bookmarklisten verschwinden, sondern personen- und datumsbezogen erschließbar sind, erhöht auf einfache Weise die Präsenz von Wissen und reduziert gleichzeitig die Anforderungen an die EDV-Ressourcen. Zudem fördert es den Wettbewerb innerhalb einer Organisation insofern, als Weblogsysteme darstellen können, wer wie oft Informationen postet und wer am häufigsten gelesen wird.

Als eine Form des Wissensmanagements gilt das Berichtswesen. Ein Weblog kann hier als Publikationsfläche dienen bzw. als eine Informationszentrale, von der aus die Berichte und Dokumente verlinkt sind, egal ob im LAN oder WAN.

Im Projektmanagement wird ein Weblog zur Projektzentrale. Alle Informationen (E-Mail, Dokumente, Grafiken) können zentral im Intranet publiziert werden. Bei Bedarf kann für den Kunden ein Auszug daraus via Internet zur Verfügung gestellt werden. Auf diese Weise ist eine Projektverfolgung ohne E-Mail möglich.

Die Geschäftsführung bzw. die Administration kann unter Rückgriff auf ein Weblog sowohl Leadership demonstrieren als auch intern das Unternehmen einfach auf dem Laufenden halten. Interne Rundschreiben aus der Geschäftsführung etc. lassen sich auf diesem Weg effizient publizieren – chronologisch und bereichsmäßig sortiert mit einem Archiv und einer Suchfunktion. Abhängig vom jeweiligen Führungsstil ergeben sich darüber hinaus Möglichkeiten, Weblogs als kollaborative Tools einzusetzen.

Mittels eines Community-Servers lassen sich die Aktivitäten aller Weblogs innerhalb eines Intranets darstellen. Auf diesem Weg entsteht eine Community, eine Gemeinschaft, auf der Basis von Relevanz und Aktualität – gemäß der Fragen, wer am häufigsten gelesen wird, wer am häufigsten schreibt und welcher Business-Log am häufigsten abonniert ist. Mittels XML-Standards und RSS-Feeds lässt sich dies alles einfach darstellen.

Wendet man dieses Konzept im Internet auf ganze Branchen an, so würden sich diese ähnlich dem Google-Prinzip – d.h. nach Popularität – organisiert darstellen lassen.

### Nutzung im Internet

Als ein Marketing-Instrument kann ein Weblog als eigene Website, als sog. PR-Log, bestehen. Dann hat er in der Regel die Aufgabe, ein Produkt oder eine Dienstleistung zu kommunizieren, d.h. der Kontakt zu Kunden und Partnern wird über täglich aktualisierte Einträge hergestellt. Dabei kann es sich um Updates zu Funktionalitäten, Neuentwicklungen etc. handeln. Der wesentliche Neuigkeitswert besteht in der regelmäßigen Aktualisierung und im zielgruppenorientierten, in jedem Fall informelleren Ton, in dem diese Einträge in der Regel gehalten werden. Im Gegensatz zu einer forenbasierten Community liegt hier die Kontrolle beim Unternehmen, bei Bedarf können allerdings Zweiweg-Kontaktmöglichkeiten bereitgestellt werden. Ein PR-Log ist ein maßgeschneidertes Portal mit kundenorientierter Kommunikation.<sup>22</sup>

Im Bereich einer bereits existierenden Firmenwebsite bietet sich die Einrichtung eines PR-Logs ebenfalls an, wobei es sich hierbei im Wesentlichen nur um die Weiterführung und betreiberseitigen Personalisierung einer »Was gibt es Neues?«-Seite handelt.

Eine neue Entwicklung könnte das Betreiben eines Weblogs durch die Geschäftsführung sein. In diesem Fall ist es das Ziel, die strategischen Positionen nach außen zu kommunizieren.

Auch die Politik macht sich bereits das Weblog-Prinzip zu Nutze. Auf spontane und weniger formale Art können Positionen und Konzepte veröffentlicht und im Besonderen Communities formiert und organisiert werden. Einen herausragenden Stellenwert in dieser Kategorie nimmt der Weblog von Howard Dean ein.<sup>23</sup> Unter *blogforamerica.com* betreibt der demokratische Präsidentschaftskandidat Howard Dean ein Weblog als Spitze einer ganzen Reihe von Internetaktivitäten. Auf diesem Weg ist es ihm gelungen, nicht nur als Außenseiterkandidat ins Zentrum der medialen Aufmerksamkeit zu rücken, sondern auch die bisher meisten Spenden der demokratischen Kandidaten zu aggregieren (cf. Bild 4 auf p. 13). Dean gelang es,

22 Ein Beispiel hierfür ist »mesh on MX«:

<http://radio.weblogs.com/0106797/>, ein Weblog, der »News, resources, info and links on Macromedia MX, with a focus on Macromedia Flash MX from the Macromedia Flash Community Manager« bereit hält.

23 Als weitere Beispiele dienen hier Peter Pilz, österr. Grünpolitiker, Abgeordneter zum Nationalrat:

<http://www.peterpilz.at> sowie Marie Ringler, österr. Grünpolitikerin, Gemeinderätin in Wien:

<http://mariegoessmscam.twoday.net/>, ebenso die Weblogs von Tom

Watson, britisches Parlamentsmitglied der Labour-Partei:

<http://www.tom-watson.co.uk/> und jener von Howard Dean, dem amerikanischen demokratischen Präsidentschaftskandidaten: <http://blogforamerica.com>.

24 Cf. Hynes, Aldon in: <http://ahynes1.homeip.net:8000/dean/aoirpaper1.htm>, abgerufen am 31.12.2003.

25 Rushkoff, Douglas: Social Currency. In: [http://www.rushkoff.com/cgi-bin/columns/display.cgi/social\\_currency?t=print.tem](http://www.rushkoff.com/cgi-bin/columns/display.cgi/social_currency?t=print.tem), abgerufen am 31.12.2003: »Those of you who think you are creating online content, take note: your success will be directly dependent on your ability to create excuses for people to talk to one another. For the real measure of content's quality is its ability to serve as a medium.«, sowie cf. Ronald Coase via Everett Ehrlich. In: <http://randgaenge.net/2003/12/14.html#a2083>.

26 Cf. die Übersicht über den aktuellen Spendenstand in: <http://www.opensecrets.org/presidential/index.asp>.

27 Smits, Martijntje: Monsterbezwe- ring. De culturele domesticatie van nieuwe technologie. Twente: Univ. Twente Diss. 2002.

28 Smits, Martijntje: Monster Ethics: A Pragmatist Approach to Risk Controversies on New Technology. In: <http://www.tbm.tudelft.nl/webstaf/michielb/ethicsconference/thursday/smits.doc>, abgerufen am 17.08.2003.

29 Ibid., p. 8.

30 Ibid., p. 1.

31 Winer, Dave: Radio is a News Aggregator. In: <http://radio.userland.com/WhatsANewsAggregator>, abgerufen am 28.09.2003.

sich selbst als »Enabler« zu präsentieren und auf diese Weise eine große Anhängerschaft zu vereinen. »Enabler« ist hier bezogen auf den Einsatz und die Bereitstellung von Technologien, auf deren Basis Menschen miteinander in Kontakt treten.<sup>24</sup> Auf diesem Weg wird (nicht nur) Social Currency<sup>25</sup> generiert.<sup>26</sup>

### Skizze zur Phänomenologie

Seit die Blogs das öffentliche Bewusstsein erreicht haben, entwickelt sich eine lebhaft Diskurs über ihre Definition, ihren Sinn, ihre Nutzung, ihre voraussichtliche Lebensdauer, ihre Verbreitung sowie ihre Gefahren und Chancen – ein Diskurs, der idealtypisch von der Ankunft einer neuen kulturellen Form zeugt: An der Peripherie des Webpublishings, dem sozialen Raum Internet, ist etwas Neues aufgetaucht.

Es soll versucht werden, einen Rahmen zu entwickeln, innerhalb dessen die kulturellen Reaktionen einer Gesellschaft angesichts einer neuen digitalen, webbasierten Ausdrucksform aus kulturwissenschaftlicher Perspektive beschreibbar wird und Reaktionen inner- und außerhalb der Blogosphäre einfließen können.

Als Grundlage der Darstellung dient die Dissertation *Exorcising Monsters: the Cultural Domestication of New Technology*<sup>27</sup> von Martijntje Smits bzw. ein auf dieser beruhender Aufsatz.<sup>28</sup>

Ausgehend vom Monster-Begriff, der die These enthält, das Monster vereine zwei ursprünglich unvereinbare Seiten (z.B. menschliche Seiten mit anorganischen und/oder animalischen), werden kulturelle Normen und Verhaltensweisen untersucht, die sich angesichts »monströser« Herausforderungen herausbilden. Das Monster erhält seine »monströsen« Eigenschaften deshalb zugeschrieben, weil unsere kollektiven kulturellen Kategorien, die die Welt für uns beschreib- und begreifbar machen, in diesem Fall keine exakte, eindeutige Zuweisung erlauben. Dies bedeutet aber auch, dass es immer Monster geben wird, zumindest aber so lange, wie unsere Zivilisation auf kulturellen Kategorien beruht.<sup>29</sup>

Vorliegender Beitrag versucht, Smits' These auf das Phänomen Weblog, die Blogosphäre bzw. die Verlinkung/Vernetzung von Content zum Einsatz zu bringen. Eine grundlegende Frage lautet dahingehend: Sind Weblogs, die Blogosphäre bzw. Verlinkungen, d.h. Mikrophysik und -ökonomie der Produktion und Rezeption, »Monster« – und wenn ja, welche kulturellen Kategorien übersteigen sie?

Smits versucht, mit ihren Thesen den kulturellen Lernprozess kreativ zu erweitern, indem sie den »blinden Fleck« der Technologie-Ethik-Diskussionen, der Kommunikation zwischen TechnologInnen und den AnwenderInnen oder NutzerInnen, bis zu den Wurzeln zurückverfolgt und versucht, den Mythos zu säkularisieren. Zwischen dem Vorwurf fehlender Rationalität einerseits und dem der Missachtung der Natur andererseits steht in der Mitte das Monster, und es soll versucht werden, an einem Ausschnitt der technologischen Entwicklung im Bereich der Neuen Medien die Debatte zwischen TechnologInnen und AnwenderInnen zu ihrem Ursprung zurückzuverfolgen.<sup>30</sup>

Ziel ist es auch, einen Lernprozess in Gang zu setzen, der die kreative Aneignung digitaler Medien ermöglicht – in Smits' Terminologie die Schaffung einer »pragmatischen Monster-Ethik«, was auch die Anpassung der Technologien (Software) an die NutzerInnenbedürfnisse mit sich bringen sollte. Auf diese Weise können sowohl EntwicklerInnen als auch die Öffentlichkeit bzw. Gesellschaft dazulernen.

### Kultur und Monster – Risiken neuer Technologien

Smits' Thesen gehen von der Risiko-Einschätzung angesichts neuer Technologien aus. Neue digitale Medien werden zwar in der Regel nicht als riskant wahrgenommen oder zumindest nicht in einem Ausmaß, der sich mit Technologien wie der Genmanipulation, der Kernenergie etc. vergleichen ließe. Dennoch existiert eine kulturelle Ebene, die neue digitale Medien mit kulturell tradierten Formen der Kommunikation und der Produktion bzw. dem Vertrieb von Kommunikation in Konfrontation bringt, die zwar subtiler, aber deshalb nicht weniger erschütternd ist.

Die Mehrzahl der Kommunikationsprodukte ist historisch von sog. Gatekeepern distribuiert worden, was bedeutet, dass den NutzerInnen die Inhalte vorselektiert wurden. Dies bewirkt nicht nur eine Position der Macht, sondern auch eine Reduktion der Produktionsmittel

32 Cf. Waypath. In: <http://www.waypath.com/about>, abgerufen am 27.09.2003.

33 Hargittai, Eszter: Second-Level Digital Divide: Differences in People's Online Skills. In: [http://firstmonday.org/issues/issue7\\_4/hargittai/](http://firstmonday.org/issues/issue7_4/hargittai/), abgerufen am 01.10.2003, sowie in: Valauskas, Edward J. (Hg.): First Monday 7/4 (2002). Hargittai analysiert die unterschiedlichen Nutzungsweisen des Internets, d.h. Medienkompetenz und die Fähigkeit, Netzwerke zu nutzen. Neben den unterschiedlichen Voraussetzungen bezüglich des Vorhandenseins vom Zugang zu neuen Medien sind die unterschiedlichen Kompetenzen ein zunehmend wichtiges Thema.

34 Barbrook, Richard/Cameron, Andy: The Californian Ideology. In: <http://www.hrc.wmin.ac.uk/theory-californianideology.html>, abgerufen am 21.08.2003. Ihren Ausgang hat die Californian Ideology im Silicon Valley Kaliforniens. Wiewohl die Bewegung bereits in den 1960er Jahren ihren Ausgang als *New Left* nahm, begann ihr größter Einfluss mit dem Aufstieg des Internets. Als Gegenstück zum ökonomischen Liberalismus der amerik. *New Right* hat die Californian Ideology eine Integration von Marktwirtschaft und Kommunitarismus entwickelt. Mit dem Internet hat nun der dieser Bewegung inhärente Technikdeterminismus einen massiven Auftrieb erfahren. Eine neue Virtual Class schickte sich spätestens seit dem Beginn der 1990er Jahre an, die Welt mit der Formel »Digitaler Individualismus x virtuelle Vergemeinschaftung« zu erobern. Dieser scheinbare Widerspruch erlangte in den letzten 14 Jahren nicht nur enorme wirtschaftliche Bedeutung, sondern beschäftigt zunehmend die Politik. Die Schlagworte sind Open Source Software, Open Spectrum, Open Access. Der (freie) Zugang zu Ressourcen ist zur zentralen öko-politischen Metapher geworden. Es gilt, die »digitale Kluft« zu schließen, um die Entfaltung einer neuen Welt zu ermöglichen - einer Welt, die einerseits den Individualismus, andererseits die Kerngemeinschaft als zentrale Bausteine aufweist, ermöglicht durch den Einsatz und die Entwicklung neuer Technologien.

35 Smits 2002 (*Monster Ethics*), p. 3.

36 Berger, Peter L./Luckmann, Thomas: Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie. In: Forum Wissenschaft: Gesellschaften. Frankfurt/M.: Fischer 2000; cf. auch <http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/sowi/kovog798/psdiel.htm>.

37 Zylstra, Ton: Monstrous KM. In: <http://www.zylstra.org/blog/archives/001075.html>, abgerufen am 28.09.2003.

– diese Parheit soll nun an vielen Stellen unter dem Schlagwort des »offenen Zugangs zu den Medien« aufgebrochen werden. Dabei geht es um eine Verschiebung zu sog. User-driven-Kommunikationsprodukten, die den individuellen Anforderungen der einzelnen NutzerInnen entsprechen, wodurch neue Kommunikationsprodukte entstehen können. Ein Beispiel wäre etwa ein Newsaggregator,<sup>31</sup> der Inhalte anderer Seiten verfügbar macht und den NutzerInnen eine Weiterverarbeitung dieser Inhalte erlaubt. Ein anderes Beispiel wäre die Erfassung von Waypath<sup>32</sup>-generierten Links, die den Content, auf den sie verweisen, zu einem Dokument zusammenfügen könnten.

Selbstverständlich sind von diesem Vorgang Aspekte der Macht, der Autorität, der Öffentlichkeit und der Ökonomie betroffen. Und wenn auch das Risiko hier eher unterschwellig besteht, ist es dennoch von politischer Bedeutung.<sup>33</sup>

Angesichts des Internets, des Webs und im Kleineren der Weblogs bzw. der Blogosphäre sind zwei polarisierende Reaktionen, die Raum für die Monster-Analyse geben, zu verzeichnen: Einerseits wird die Befreiung des Einzelnen als AutorIn/ProduzentIn sowie die direkte Vernetzung (Verlinkung) und Umgehung von Intermediatoren (auch Zensoren), Schaffung einer New Economy im Sinne der Californian Ideology<sup>34</sup> begrüßt.

Andererseits wird die Vermassung und Banalisierung von Content (Quantität statt Qualität), Gefährdung der Kultur durch Verdummung, Verletzung von Urheberrechten und ökonomischer Interessen befürchtet.

Was steht hinter dem Utopie-Dystopie-Syndrom, der Euphorie und der Verdammung neuer digitaler Medien? Welche Muster lassen sich isolieren, und gibt es Gemeinsamkeiten innerhalb beider Positionen?

Damit alle Beteiligten die Möglichkeit haben, einen Prozess in Gang zu setzen, so Smits, ist es nötig, den blinden Fleck der Polarisierung zu überwinden. »[...] the shaping of new socio-technical practices should be under some kind of democratic control.«<sup>35</sup>

### Monster als kulturelle Kategorie

Phänomene, die zwar außerhalb der gesellschaftlich konstruierten Wirklichkeit<sup>36</sup> stehen, aber dennoch wahrgenommen werden, die nicht zugeordnet werden können und damit Raum schaffen für Fantasien, rufen nach Smits vier idealtypische Reaktionen hervor, gemäß derer eine Kultur und ihre Akteure gegenüber dem Monströsen agieren: Die Vernichtung des Monsters; die Anpassung des Monsters; die Assimilierung von Empfängerkultur und Monster sowie die Apotheose des Monsters.

Die ersten beiden Fälle stellen eine rigide Reaktion dar: Die bestehende Kultur verweigert sich dem Neuen und vernichtet es; im dritten Fall wird das Neue nicht als Gefahr, sondern als Chance gesehen, beide Seiten nähern sich einander an und integrieren sich. Die Apotheose hingegen ist die blinde Verherrlichung des Anderen, des Monströsen mit allen damit einhergehenden Heilsfantasien und als solche lediglich eine Variante des ersten Falles, nämlich ein unkritischer, unreflektierter Umgang mit dem Anderen.

Ton Zylstra wendet in einem kurzen Kommentar diese Thesen auf die Akzeptanz von Wissensmanagement i.A. an.<sup>37</sup> Hier soll versucht werden, die These von Smits auf das Phänomen Weblogs/Blogosphäre anzuwenden und Positionen zu isolieren, die Ausgangspunkte für weitere Überlegungen darstellen können.

### Weblogs – Monster des Netzwerkes, Netzwerk des Monsters

Das Monströse an Weblogs ist gemäß vielfacher Definitionsversuche analog zu Ton Zylstras These im Feld des Wissensmanagements der Paradigmenwechsel im Bereich Personal Publishing und interaktive Netzwerke, mit der Folge, dass wir nicht nur eine neue Form der Content-Generierung vorfinden, sondern in noch viel höherem, jedenfalls relevanterem Ausmaß eine neue Form der Vernetzung einzelner Knoten (*nodes*) stattfindet. Mit Knoten – und das scheint das wirklich Neue zu sein – sind nun nicht mehr einzelne Websites, die über die URL angesprochen werden können, gemeint, sondern der einzelne Post oder Weblog-Eintrag. Dieser Paradigmenwechsel von der Seite zum Post<sup>38</sup> birgt ein enormes Potenzial wechselseitiger Konnektivität auf Micro-Content-Basis. Weblog-Tools wie *Trackback*<sup>39</sup> oder *Pingback*<sup>40</sup> unterstützen die Awareness. Diese Konnektivität erfordert neue Navigationsinstrumente, die eine Verortung im Inhaltlichen, aber besonders im Sozialen ermöglichen – wie sie bspw. von Tech-

38 Cf. Hourihan, Meg: What We're Doing When We Blog: In: <http://www.oreillynet.com/pub/a/javascript/2002/06/13/megnut.html>, abgerufen am 14.12.2004.

39 Trott, Ben/ Trott, Mena: TrackBack Explanation. In: <http://www.movabletype.org/trackback/beginners/>, abgerufen am 27.09.2003.

40 Langridge, Stuart/Hickson, Ian: Pingback 1.0. In: <http://www.hixie.ch/specs/pingback/pingback>, abgerufen am 27.09.2003.

41 Johnson, Steven: Emergence: The Connected Lives of Ants, Brains, Cities, and Software. New York: Scribner 2001. Cf. zur Emergenztheorie auch <http://www.informationphilosophie.de/philosophie/emergenz.html>.

42 Sergio, Fabio: connectedland. In: <http://www.freegorifero.com/connectedland/connectedland.pdf>, abgerufen am 21.08.2003.

43 Ibid.

44 Ruthner, Clemens: »Je veux revenir«. Studien zu der Revenantfigur und ihrem Umfeld in den Romanen von Ewers, Soyka, Spunda, Strobl. Wien: Diplomarbeit 1990.

45 Auch an dieser Stelle bedanke ich mich bei BETAblogger (2003), der den Autor als Instanz des »Eroberungs-Diskurses« der Blogosphäre auf meinem Radar wiedererscheinen ließ.

46 Mason, Jean S.: From Gutenberg's Galaxy to Cyberspace: The Transforming Power of Electronic Hypertext. In: <http://www.masondissertation.elephanthost.com/newspace.htm>, abgerufen am 27.09.2003.

47 Goldhaber, Michael: The Attention Economy and the Net. (2<sup>nd</sup>) Draft Version of a Talk Presented at the Conference on *Economics of Digital Information*, Cambridge, MA, Jan. 23-26, 1997. In: <http://www.well.com/user/mgoldh/AtEandNet.html>, abgerufen am 13.03.2003.

48 Resnick, Paul/Zeckhauser, Richard/Friedman, Eric/Kuwabara, Ko: Reputation Systems. In: *Communicationns of the ACM* 43/12 (December 2000), pp. 45-48.

49 Fukuyama, Francis: Trust. The Social Virtues and the Creation of Prosperity. New York: Free Press 1995.

50 »Autor«, das ist im Web oft nicht mehr als eine bestimmte Trademark, die Texte im Netz unter ihrem Namen versammelt [...] Die erfolgreiche Verbreitung von Weblogs (ver-

norati ([www.technorati.com](http://www.technorati.com)) und Waypath ([www.waypath.com](http://www.waypath.com)) angeboten werden.

Die auf diese Art gewobenen Netze schaffen, so die These, eine emergente Intelligenz, die mehr ist als die Summe der einzelnen Posts, AutorInnen oder Weblogs.<sup>41</sup>

In solch einer Sphäre besteht dann nicht mehr die Information Anxiety (das Bewusstsein, dass es mehr Informationen gibt, als man jemals und gerade im Moment zur Verfügung hat), sondern die Interaction Anxiety – die Angst, vom Netz entkoppelt zu sein.<sup>42</sup>

Der Zugang zu dieser emergenten Intelligenz wird zum zentralen Bestandteil unseres Alltags. Das Monströse dabei ist nun die Überschneidung des Humanen mit dem Maschinellen sowie die Erkenntnis, dass es eine Art von Intelligenz gibt, die unabhängig vom menschlichen Bestandteil existiert, die nicht zentral kontrolliert werden kann und gerade deshalb intelligent ist. Diese Intelligenz beruht auf Interaktion und Kommunikation sowie auf dem sozialen wie informational Kapital, zum gegebenen Zeitpunkt die richtige Quelle befragen zu können (nämlich bibliografisches Wissen, nicht enzyklopädisches). Das Befragen wird dabei zum Aktualisieren eines Netzwerkes, das gleichermaßen aus Menschen wie aus Maschinen besteht und dessen Bestand *conditio sine qua non* ist:

A world where fluidity of interaction with information will be at least as important as information itself. A world where we'll fear being cut off from The Network, with the resulting inability to access our sources of knowledge. A world of interaction anxiety.<sup>43</sup>

Gehen wir einen Schritt zurück und betrachten wir die Modifikationen im Bereich der Produktionsmittel von Kommunikationsprozessen.

### Produktionsverfahren

Bezogen auf Weblogs können wir eine technisch ermöglichte Emanzipation des Einzelnen/der Masse vom Konsumenten zum Produzenten beobachten: Professionelle Produktionsmittel (Weblog-Software und Webspace) stehen für wenig Aufwand zur Verfügung, die Gatekeeper (Agenturen, Verlage, Konzerne, Behörden) können umgangen werden. Damit einher geht eine fundamentale Neudefinition des Produzierens.

Der Autor als Revenant,<sup>44</sup> eine Art Monster, rückt somit ins Zentrum des Produktionsprozesses. Als quasi paradoxe Intervention positioniert er sich an jener Stelle neu, an der der medientheoretische Diskurs den »Tod des Autors«,<sup>45</sup> hinter mächtigen Hypertext-Strukturen<sup>46</sup> konstatierte. Zwischen einem »Information Overload« und der »Attention Economy«<sup>47</sup> entwickeln sich Reputations-Systeme,<sup>48</sup> die abseits maschineller Regelwerke – aber maschinell unterstützt – als Autoren Instanzen der Relevanz und Qualitätssicherung des Internets sind. Die Frage nach dem Vertrauen als Kategorie einer neuen Medienöffentlichkeit ist gleichermaßen in der Debatte um die »embedded journalists« im Umfeld des Irak-Krieges sowie der Alternativberichterstattung via Weblog bereits festgestellt worden.<sup>49</sup> Weblogs bzw. deren Autoren stellen in diesem Fall eine Art humane Data-Mining-Schnittstelle dar. Der Prozess der Filterung und die Koinzidenz damit einhergehender Algorithmen der Suchmaschine Google – nach dem System des Popularity Rankings – repräsentieren ein digitale Welt, die zurückgreift auf humane Kategorien der Relevanzzuordnung. Dabei handelt es sich nicht zwingend um reale Personen, wengleich dieses Attribut ein besonderes Insignium von Authentizität und damit auch vertrauensbildend ist. Im Zeitalter der Vermassung tritt gleichzeitig – durchaus nicht überraschend – wieder der Einzelne hervor. Der Autor, ob real oder nur imaginiert,<sup>50</sup> bürgt für Qualität angesichts des überbordenden Hypertexts des Internets.

Eine der wesentlichen, jedenfalls stark verbreiteten kreativen Aktivitäten eines Bloggers ist das Filtern von Informationen und Daten, die das Internet und die Wirklichkeit bereit hält. Eine zunächst sekundär anmutende Schöpfungsleistung, die (parasitär) die intellektuellen Leistungen anderer verarbeitet – wenn man allerdings den Wissensraum als kommunikativen Akt betrachtet, stellt sich die Rolle des Filters anders dar.

In der Literaturwissenschaft entwickelte sich ab den 1960er Jahren die Rezeptions- bzw. Wirkungsästhetik nach Hans R. Jauss und Wolfgang Iser, die – quasi als dritter Weg zwischen Produktionsästhetik (gesellschaftliche Realität) und Darstellungsästhetik (Textstrukturen) vermittelnd zwischen Artefakt und NutzerIn trat. »Nicht das Werk, sondern der kommunikative Akt kennzeichnen den ästhetischen Gegenstand.«<sup>51</sup>

Wurde in der Rezeptionsästhetik der Akt des Lesens (Herstellen von Zusammenhängen durch

bunden mit einer Distribution von Software, die jedem Laien zum Medienmacher im Internet prädestiniert) mag zu Beginn des 21. Jahrhunderts einen Strukturwandel von Medienöffentlichkeit anzeigen, in dem das Prinzip von Autorschaft entscheidenden Anteil bei der Bildung von Publizität hat.« (BETA|blogger 2003).

51 Pflugmacher, Torsten: Rezeptions- und Wirkungsästhetik. In: <http://www.uni-essen.de/literaturwissenschaftaktiv/Vorlesungen/methoden/rezwirk.htm>, abgerufen am 21.08.2003; sowie in: Vogt, Jochen: Einladung zur Literaturwissenschaft. Stuttgart: UTB 2002.



52 Cf. Coates, Tom: Weblogs and The Mass Amateurisation of (Nearly) Everything). In: [http://plasticbag.org/archives/2003/09/weblogs\\_and\\_the\\_mass\\_amateurisation\\_of\\_nearly\\_everything.shtml](http://plasticbag.org/archives/2003/09/weblogs_and_the_mass_amateurisation_of_nearly_everything.shtml), abgerufen am 14.12.2004.

53 Heidegger, Gerald: Bloggen. In: <http://betablogger.antville.org/topic/s/Bloggen>, abgerufen am 24.09.2003.

54 Ders.: »Bloggen« im 18. Jahrhundert. In: <http://betablogger.antville.org/stories/482305/>, abgerufen am 24.09.2003.

55 Ibid.

56 Kris: Hihihihihhi! In: <http://eleph.antville.org/stories/411491/>, abgerufen am 27.09.2003.

57 »Bloggers are navel-gazers [...] there's an overfascination with self-expression, with opinion. This is opinion without expertise, without resources, without reporting.« Elizabeth Osder, zit. nach Shachtman, Noah: Blogs Make the Headlines. In: <http://www.wired.com/news/print/0,1294,56978,00.html>, abgerufen am 02.10.2003.



Links, Ergänzen von Leerstellen durch Nodes) bereits als grundlegend produktiv bezeichnet, so tritt uns im Fall der weblog-basierten Produktion nun der passive Rezipient zum aktiven Produzent gewandelt entgegen.

Zu diesen beiden Grundmodalitäten von Produktion tritt noch eine dritte hinzu: die des Filterns. Eine der wesentlichen intellektuellen Leistungen ist die Integration von Information in bestehende Konzepte von Wissen und Erfahrung. Ein elementarer Baustein ist dabei das Filtern von Informationen und Daten. Filtern bedeutet die Zuordnung von Relevanz und von Metadaten zu noch dekontextualisierter Information. Dabei handelt es sich beinahe um Routine innerhalb unserer Alltagskultur, und es ließe sich daher behaupten, das Monströse an Weblogs liege besonders in der massenhaften Unterstützung von (ehemals parasitären) Filtervorgängen, denn wir sind noch nicht vertraut mit der massenhaften Vernetzung individueller Aktivitäten und unserer eigenen Rolle darin.

In einer Zeit, der es nicht an Wissen und Information mangelt, sondern in der eher ein Overflow desselben oder die Information Anxiety besteht, entstehen auf diese Weise viele Agenten, die das Meer der Daten, der Information und des Wissens durchkämmen und subjektive Relevanz und Kontexte zu bestehenden Informationen addieren. Diese Wertschöpfung, die als ein emergentes System (Steven Johnson), das nicht auf einer Command-and-Control-Struktur basiert, vorstellbar ist, hat etwas Monströses – freie Verschlagwortung vs. Einordnung in Ontologien und Taxonomien.

### Netzwerke und öffentlicher Raum

Das Sprechen und auch die Bewegung im öffentlichen Raum, hier v.a. der Raum der Medienöffentlichkeit, sind seit jeher gut organisiert – und zwar im Sinne derer, die über Macht verfügen. Die potenzielle Neuordnung der tradierten Strukturen durch Weblogs/Blogosphere und neue Produktionsverfahren (genuine Produktion und Filtern) steht in ihrem massenhaften Potenzial außerhalb der aktuellen Kultur. Damit ist im obigen Sinne Raum gegeben für Fantasien, die bereits zu Beginn des Internets und des Webs beobachtbar waren.<sup>52</sup>

Wenn wir »außerhalb der etablierten Medienöffentlichkeit« sagen, dann ist ein Blick in die europäische Geschichte hilfreich. Der Weblogger BETA|blogger<sup>53</sup> zieht eine historische Tangente in das vorrevolutionäre Paris des 18. Jahrhunderts. Mit Verweis auf den Historiker Robert Darnton identifiziert er Pamphletisten als archetypische »Weblogger«. Der revolutionäre Impetus des Bloggens ist analog dazu als oppositionelles Vorgehen gegen eine etablierte Medienöffentlichkeit zu verstehen.

Das Zutagefördern von Tabuthemen war und ist dabei Zeichen eines solchen neuen medialen Eroberungs-Diskurses.<sup>54</sup>

Wenn auch der Diskurs und Gestus des BETA|bloggers selbst Teil einer historischen Aneignungsstrategie ist, so werden doch elementare Aspekte des Monsters und seiner Kreation angesprochen: Utopie und Dystopie bezüglich eines Raumes, der im historischen Moment geordnet scheint und an dessen Peripherie etwas Neues auftaucht. Die Identifizierung der Weblogs als »Pamphlete« ist Teil des Monsterdiskurses und gleichzeitig die Beschreibung eines Phänomens, das kulturell noch nicht integriert – d.h. noch nicht im Zentrum, noch nicht kanonisiert – ist. Das Selbstverständnis des Bloggers wiederum wird deutlich aus folgendem Zitat: »Dieser [Louis Sébastian Mercier in den Tableau de Paris] entwickelt als einer der ersten die Feingefühligkeit des Journalisten, gerade das wahrzunehmen und aufzugreifen, was direkt um ihn herum passierte.«<sup>55</sup> Diese Zuschreibung passt gut zu einem Diskurs in der deutschsprachigen Bloggerszene, die sich rund um die Definition des Terminus »Gonzo-Blogger«<sup>56</sup> entwickelte, an der die etablierte Medienöffentlichkeit die vorgebliche mindere Qualität und den kleinteiligen Blick – die »Nabelschau« – kritisiert.<sup>57</sup>

### Rezeption und Umgang mit dem Monster

Projiziert man nun die vier Modalitäten von Smits auf Weblogs, so lässt sich folgender Umgang mit dem Monster konstatieren:

1. *Vernichtung des Monsters Weblog/Filter/Blogosphere*
  - Seitens der klassischen CMS-Partei wird die Funktionalität von Weblogs gering geschätzt.



58 Granovetter, Mark: The Strength of Weak Ties. In: American Journal of Sociology 78/6 (1973), pp. 1360-1380.

59 Cf. Gillmor 2003.

60 Shirky, Clay: Buzz Maker: Interesting But Not There Yet. In: [http://www.corante.com/many/archives/2003/09/11/buzz\\_maker\\_in\\_interesting\\_but\\_not\\_there\\_yet.php](http://www.corante.com/many/archives/2003/09/11/buzz_maker_in_interesting_but_not_there_yet.php), abgerufen am 29.09.2003; sowie in: Many-to-Many: A Group Blog on Social Software (Sept. 2003) sowie Ders.: Social Software and the Politics of Groups. In: [http://www.shirky.com/writings/group\\_politics.html](http://www.shirky.com/writings/group_politics.html), abgerufen am 20.04.2003.

61 Wellman, Barry/Quan-Haase, Anabel/Boase, Jeffrey/Chen, Wen-hong: Examining the Internet in Everyday Life. In: <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/euricom/Examining-Euricom.htm>, abgerufen am 27.09.2003.

62 Nielsen, Jakob: Does the Internet Make Us Lonely? In: <http://www.useit.com/alertbox/20000220.html>, abgerufen am 27.09.2003.

63 Ito, Joichi: Emergent Democracy. In: <http://joi.ito.com/static/emergentdemocracy.html>, abgerufen am 27.09.2003.

64 Jenkins, Elwyn: Blogosphere as the Sixth Estate Revisited. In: <http://microdocnews.info/home/BloggerNews/2003/07/16.html/1>, abgerufen am 27.09.2003.

- Filtern wird als parasitär und sekundär wahrgenommen.
- Das Format wird als privates, irrelevantes, kurzlebige Geschwätz abqualifiziert.
- Qualität von Beziehungen/Content wird durch Quantität ersetzt, soziales Kapital geht verloren. *Strong ties* werden durch *weak ties* ersetzt, dies wird als negativ empfunden.<sup>58</sup>
- Zerfall der Gesellschaft in unverbundene Subkulturen, Entsolidarisierung durch CMC.
- Virtuelle und reale Gemeinschaften (Communities) schließen einander aus.

## 2. Anpassung des Monsters Weblog/Filter

- Bestehende CMS und KMS erhalten eine schwergewichtige Weblog-Extension.
- Etablierung von Ontologien.
- Die Kultur des Verlinkens erfährt eine Ächtung.

## 3. Assimilation

- We-Media – Austausch / Wechselbeziehung professioneller und privater Recherche und Kommentare.<sup>59</sup>
- Content und Verlinkungspraxis werden durch neue Konventionen verfügbar gemacht, ohne Urheberrechte zu verletzen, Creative Commons (<http://creativecommons.org/>) ist ein solcher Versuch.
- Social Software ist nicht nur ein Schlagwort, sondern indiziert das Interesse am sozialen Potenzial von Software. Die Bewegung richtet sich hier weg vom Desktop (aber via Desktop) hin zur Vernetzung.<sup>60</sup>
- Integration freier Filter mit zentralen Taxonomien (k-collector, <http://k-collector.evec-tors.it/>).
- Persönliche Annotationen, die öffentlich zugänglich sind. Auf diesem Weg entsteht ein bewertetes Netz an kontextualisierten Informationen, also Wissen. Zusätzlicher Pfad der Meinungsbildung.
- Rekonfiguration des Öffentlichen und des Privaten: man ist zu Hause und doch nicht allein. Communities of Interest entwickeln sich personenzentriert abseits geografischer und zeitlicher Einschränkungen = »vernetzte Individualität«.<sup>61</sup>
- Neue informelle und unsichtbare soziale Netzwerke werden ermöglicht.<sup>62</sup>
- Virtuelle und reale Gemeinschaften (Communities) schließen einander nicht aus.

## 4. Apotheose

- Politische Heilserwartungen: Die Vision der *emergent democracy* enthält den Wunsch, unsere repräsentative Demokratie durch ein weblog-basierte direkte Demokratie abzulösen.<sup>63</sup> Elwyn Jenkins' *The Emerging Sixth Estate*<sup>64</sup> beschreibt die Blogosphere als »sechsten Stand«, der einer eigenen Logik gehorcht und die öffentliche Meinung – als Alternative und Kontrolle zu den anderen politischen Mächten – fördert und bildet.
- Virtuelle Netzwerke lösen reale ab.
- Ablöse des klassischen Journalismus durch Alltagsreporter, *vulgo* Blogger.
- Gesellschaftliche Meinungsbildung auf Kommentarsystemen und RSS-Basis.
- Ablöse von CMS und Desktop-Applikationen, der Mensch und seine Produktionsmittel gehen im Internet auf.
- Sämtliches implizites Wissen wird explizit und nachhaltig nachvollziehbar.

## Interaktive Netzwerke, Social Software und soziotechnisches Kapital

Offensichtlich ist in der Geschichte der Technologien und sämtlicher Paradigmenwechsel ein ähnlicher Lebenszyklus zu beobachten. Das Potenzial liegt nun an der Stelle verborgen, wo sich der richtige Zeitpunkt erkennen lässt. An diesem Punkt rückt das Monster von der Peripherie ins Zentrum und wird sich dabei verändern – so wie auch das Zentrum Modifikationen vornehmen muss. Dies ist der nachhaltigste Weg der Konfrontation mit dem Anderen und die schlussendliche Integration. Auf diesem Weg wird häufig die ursprüngliche Bezeichnung des Monsters geändert: So wenig wie Menschen mit Herzschrittmachern als Monster (Integration anorganischer Substanzen im organischen Milieu) bezeichnet werden, so ist bspw. denkbar,

65 Stegbauer, Christian: Grenzen virtueller Gemeinschaft. Strukturen internetbasierter Kommunikationsforen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2001.

66 Cf. Resnick 2002, p. 649.

67 Ibid., p. 651.

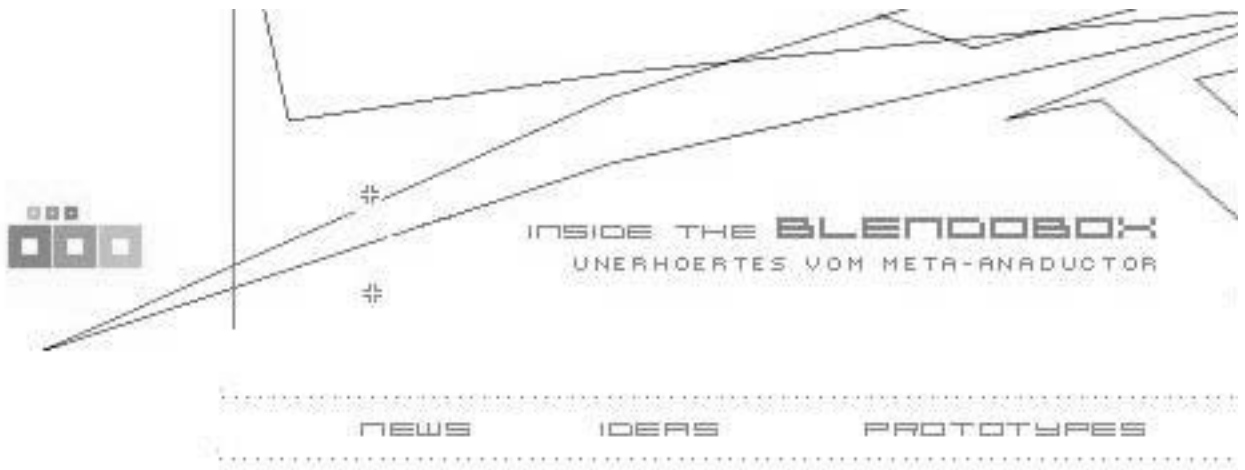
dass der Terminus Weblog zunehmend in den Hintergrund tritt und etwa durch andere wie Business-Journal usw. ersetzt wird. Hier geht es in erster Linie um Interaktion und Vernetzung, und wir stehen erst am Anfang der Reise.

Der Terminus Social Software tritt in diesem Zusammenhang auf, da er als Überbegriff eine gesellschaftliche Aneignung von Software anzeigt, die zunehmend der technologisch unterstützten sozialen Vernetzung via Internet das Wort redet. Weblogs als Spielart von Social Software generieren Wissen durch Filtern und durch auf Vertrauen basierende soziale Netzwerke, also eine Medienöffentlichkeit, die disloziert und bis zu einem gewissen Grad zeitzoneunabhängig ist.<sup>65</sup> Das Monster Weblogs/Blogosphere tritt zu einem Zeitpunkt in Erscheinung, wo der Verfall des tradierten sozialen Kapitals diagnostiziert wird. Im Zuge der Assimilierung oder der Utopie entsteht nun die These von der Ersetzung tradierter Formen sozialen Kapitals durch soziotechnisches Kapital. Die Computer-mediated Communication (CMC) ist ein Mittel zur Anbahnung und Aufrechterhaltung sozialer Beziehungen. Das Zusammenreffen (produktiver Kombinationen) von Informations- und Kommunikationstechnologien und sozialer (Austausch-)Beziehungen führt laut Resnick<sup>66</sup> zum Terminus »soziotechnisches Kapital« als Subkategorie von sozialem Kapital. Social Software ist die Reaktion auf globale Veränderungen, das Monströse äußert sich darin, dass Neues und Anderes von den Rändern ins Zentrum drängt (wenn es das denn tut). Nach Resnick<sup>67</sup> sind soziotechnische Innovationen des 21. Jahrhunderts als Pendants zu den Antworten des letzten Jahrhunderts auf Fabriken, Urbanisierung und Immigration zu sehen: als Parallelbildungen zu Pfadfindern, den Gewerkschaften und Vereinen.

Weblogs sind daher vielleicht nur ein Versuch, informelle Netzwerke darzustellen und zu organisieren, die im Wesentlichen dezentral und emergent sind. Entsteht neben den traditionellen Netzwerken, die Wissen, Identitäten und Arbeitsbeziehungen schaffen, ein neues, das möglicherweise zunehmend bedeutungsvoller wird? Wenn dem so ist, dann lassen sich an den Rändern unserer kulturellen Wahrnehmung die Smits'schen Verhaltensmuster orten – zumindest solange das Monster nicht ins Zentrum tritt oder vernichtet wird.

---

**Thomas N. Burg**, Leiter des Zentrums für Neue Medien an der Donau-Universität Krems.  
Forschungsinteresse: Analyse und Einsatz innovativer Technologien, Social Software.  
Beratung von Unternehmen, NGOs, NPOs usw. Burg betreibt den Weblog  
<http://www.rangaenge.net>  
Kontakt: editor@randgaenge.net



### Konvergenzideen

30.12.03; 21:00:59 Uhr

Es sind Konvergenzideen, wie diese Brücke zwischen RSS, TextToSpeech, MP3 und iPod, die die vielversprechendsten Perspektiven für die Zukunft der IT eröffnen !

- <http://www.gizmodo.com/archives/011473.php>

Permalink

### Wikis und Weblogs

30.12.03; 19:15:46 Uhr

Oliver Wrede hat vollkommen recht: die Symbiose aus Wikis und Weblogs ist schwer im kommen !!!

- <http://owrede.khm.de/2003/12/14>

Permalink

### AI meets HyperCard++

30.12.03; 19:09:41 Uhr

Bekanntlich ist Runtime Revolution der würdigste Hypercard Clone du jour. Aber jetzt gibt es die komplette Clips-Expertensystem-Shell als Plugin für Revolution, was den Namen des Clones mehr als rechtfertigt.

- <http://www.runrev.com>

- <http://mindlube.com/developer/revclips/index.html>

Abbildung 1



... Neueste Beiträge

Samstag, 1. November 2003

#### Wieder: Abmahnung auf Österreichisch

Franz Schmidbauer, Richter am Landesgericht Salzburg, beschäftigt sich auf seiner Internetseite aus aktuellem Anlaß mit Abmahnungen ("Im Namen des lautereren E-Commerce"). Jener Wiener Anwalt, von dem vor einigen Tagen (Bericht) schon die Rede war, ist dabei, einen Rückzieher zu machen.

Von karl von 21:28 | noch kein Kommentar (Kommentieren)

#### Dogville

##### Kinotip?

Dogville, von Lars von Trier, mit Nicole Kidman, Mal Schautin.

Von karl von 22:08 | noch kein Kommentar (Kommentieren)

#### "Der Geldzauberer"

Brandeis liefert ein interessantes Stück Zeitgeschichte: "Vor 70 Jahren beendete der Wiener Verwaltungsgerichtshof das spektakulärste Geldexperiment der Wirtschaftsgeschichte: Der Tiroler Ort Wörgl hatte mit einer Lokalwährung erfolgreich die Deflation der dreißiger Jahre bekämpft – 170 österreichische Gemeinden wollten sich dem Versuch anschließen."

Eine gewisse deflationäre Entwicklung ist seit einigen Jahren wieder

#### Statistik

Online seit 78 Tagen  
Letzte Aktualisierung: 2003.12.29, 22:24

Du bist nicht angemeldet...  
Anmelden

#### Navigation

- » Startseite
- » Themen
- » Impressum/About

» Blogger.de Startseite

#### Besucher

1 User, davon 0 bekannt

#### Letzte Änderungen

Abbildung 2

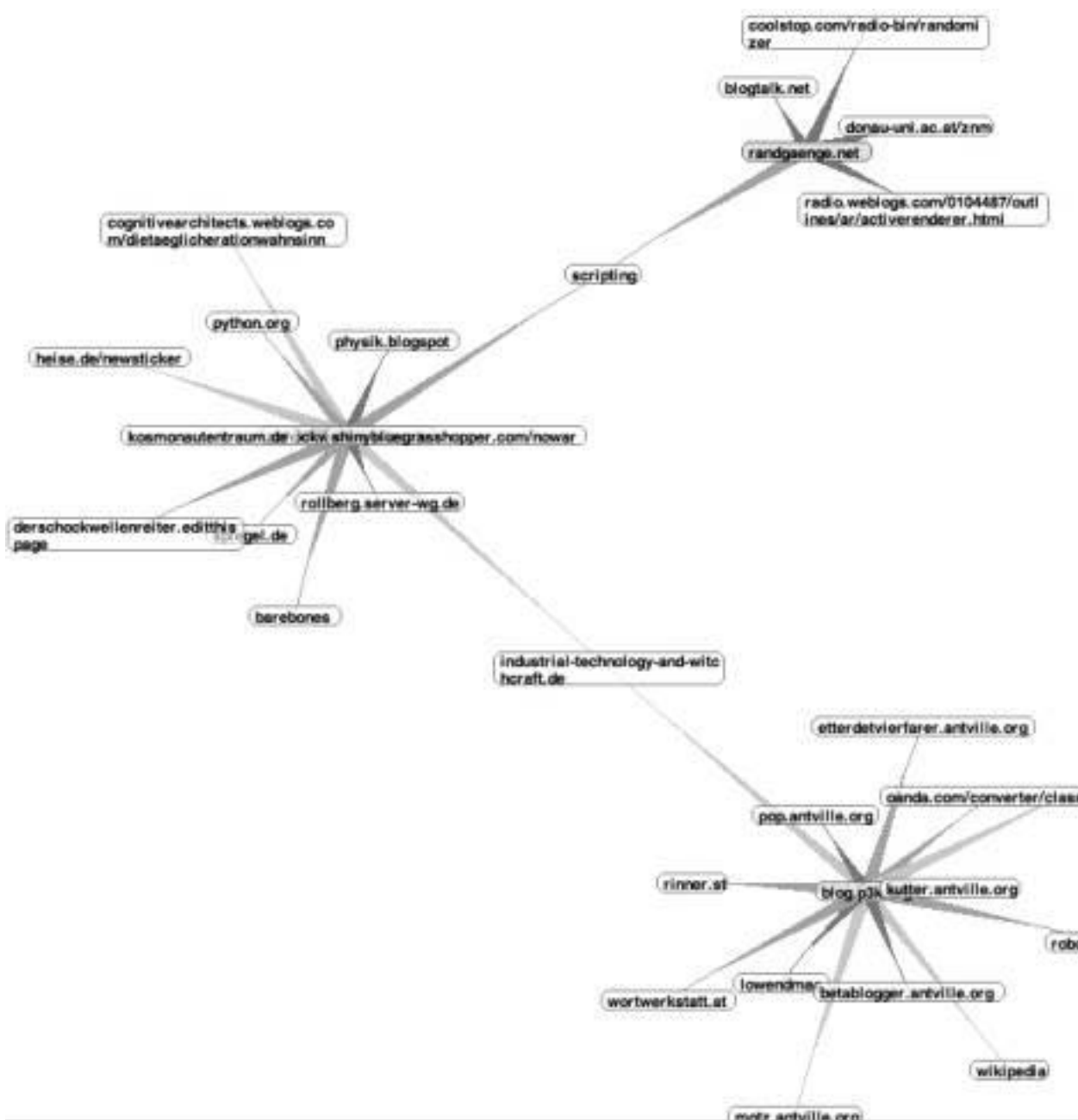


Abbildung 3

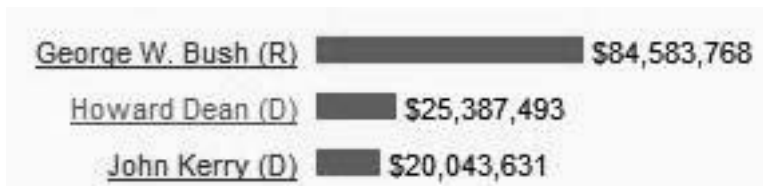


Abbildung 4