

# Kommunikationsmittel Weblog

*Christoph Kaindel, netbridge*

## Was ist ein Weblog?

Weblogs – die Bezeichnung ist eine Verbindung aus „Web“ und „Logbuch“ – sind eine relativ junge Erscheinung im Internet. Über Weblog-Portale können auch Menschen, die keine Ahnung von Programmierung und HTML haben, mit geringem Aufwand ihre eigenen Seiten ins Netz stellen. Weblogs, kurz Blogs genannt, sind keine statischen Webseiten, sondern als Kommunikationsplattformen konzipiert. Oft geben sie sich optisch recht spartanisch, aber der Reiz liegt in den ständig wechselnden Inhalten. Wer einmal den „Blog seines/ihrer Vertrauens“ gefunden hat, kann sich dort täglich mit neuen interessanten oder auch nur amüsanten Informationen versorgen.

Die einfachste Anwendung ist das Führen eines Online-Tagebuches, das über ein einfaches Redaktionstool ohne großen Aufwand aktualisiert werden kann. Besucher können die Einträge kommentieren, daraus können sich Diskussionen ergeben die im realen Leben so nie möglich, zwischen Menschen die einander sonst vielleicht nie begegnet wären. Auch Bilder, Sounds und Filme können in Blogs eingebunden werden, sie können untereinander oder mit anderen Websites verlinkt werden und formen so ein gewaltiges Informations- und Kommunikationsnetzwerk.

Das Internet hat den einzelnen UserInnen die Möglichkeit gegeben, zu Medienproduzenten zu werden, eigene Inhalte zu veröffentlichen. Mit dem Instrument Weblog kann nun jeder und jede eine eigene Online-Community gründen – über deren Erfolg freilich entscheidet welche Inhalte da geboten werden. Den Themen sind keine Grenzen gesetzt, sie reichen vom täglichen Bericht über das eigene Haustier bis zum kritischen Kommentar zum politischen Tagesgeschehen. Weblogs sind ein Medium der Basis, sie zeigen ganz persönliche Ausschnitte der Realität. Die meisten Non-Profit-Weblogs werden von Einzelpersonen geführt, Team-Blogs wie [www.blogcritics.org](http://www.blogcritics.org) werden von einer Personengruppe betreut und liefern daher meist mehr und breiter gefächerte Inhalte.

Während des Irak-Krieges zeigte der „Warblog“ des irakischen Studenten Salam Pax eine Seite des Krieges die den etablierten Massenmedien nicht zugänglich war. Journalisten publizieren nicht nur über Weblogs, sie nutzen sie auch zur Recherche. Denn aus inzwischen so zahlreichen subjektiven Ansichten lässt sich durchaus seriös ein objektives Meinungsbild gewinnen.

Denn mittlerweile publizieren mehrere Millionen Blogger weltweit und legen ihre Gedanken offen, manche unter ihrem wirklichen Namen, viele unter Pseudonym. Der Zulauf zu Weblog-Providern wie [www.weblog.com](http://www.weblog.com) und [www.blogger.com](http://www.blogger.com) ist enorm, täglich werden mehrere Tausend neue Blogs eröffnet – deren viele nach anfänglicher Begeisterung der BetreiberInnen wieder im Dornröschenschlaf versinken. Nicht alle Blogs sind öffentlich: möchte die Bloggerin nur ihrer Freundesgruppe Zugriff zum persönlichen Tagebuch gewähren, lässt sich die Seite mit einem Passwort schützen.

Eines ist allen „traditionellen“ Blogs gemeinsam: sie sind höchst subjektiv, und das soll so sein, werden sie doch von vielen als erste wirklich allen zugängliche Möglichkeit unzensurierter Publizierens gesehen.

## Einsatzbereiche

Blogs gehorchen anderen Gestaltungskriterien als statische Webseiten. Während man bei letzteren nach spätestens 10 Sekunden wissen sollte was das Thema der Seite ist, kann es bei einem vorwiegend auf Text basierenden Weblog schon mal etwas länger dauern. Als echte Community-Tools wirken sie damit auch ausgrenzend: ein Blog wendet sich eben nicht an alle Besucher, sondern nur an die anzusprechende Community.

Ausnahmen sind kommerzielle Blogs, zu denen auch jene von wahlkämpfenden PolitikerInnen zu zählen sind. Sie sollen möglichst viele Personen ansprechen, Rückmeldungen dienen der Erhebung von Kundenwünschen oder Wählerwillen. Kommerzielle und politische Blogs (siehe [www.benita-ferrero-waldner.at](http://www.benita-ferrero-waldner.at)) geben sich aber ebenfalls gerne den Anschein des Subjektiven, Persönlichen, Authentischen um ihre Glaubwürdigkeit, jene im Marketing angestrebte „Credibility“ zu erhöhen.

Weblogs sind nicht nur sehr wirksame Marketing-Instrumente die sich genau der Zielgruppe anpassen lassen. Geschlossene Blogs können das Betriebsklima verbessern indem sie in Form eines „Vorstands-Blogs“ der Belegschaft Abläufe auf Leitungsebene transparent machen. Sie lassen sich zum internen Wissensmanagement nutzen, Ressourcen können über die Archiv-Funktion des Weblogs allen zugänglich gemacht werden, Arbeitsgruppen können ihre Zwischenergebnisse publizieren, Ideen ausgetauscht, Kritik geäußert werden. Das Weblog-Archiv wirkt als Suchfilter: einerseits sind alle Themen sichtbar, andererseits können sie schnell und effektiv durchsucht werden.

Die Möglichkeit des Informationsaustausches wird auch im wissenschaftlichen Bereich genutzt. Über Weblogs können ExpertInnen-Netzwerke aufgebaut werden, um anstehende Forschungsaufgaben zu diskutieren. Sie können auch eine interessante Möglichkeit für WissenschaftlerInnen sein ihre Forschungsergebnisse zu publizieren. Der Weblog [www.nanodot.org](http://www.nanodot.org) etwa deckt einen weiten Bereich ab, von Nanotechnologie über Wirtschaft, Ethik bis hin zu Raumfahrt und Zukunftstechnologien. Hier werden Neuigkeiten, Rezensionen und Links zu aktuellen Artikeln gepostet.

Auch für eine Anwendung im Bildungsbereich bieten sich Weblogs an. SeminarteilnehmerInnen können eine gemeinsame Arbeit online planen, diskutieren und dokumentieren, Texte und Bildmaterial allen leicht zugänglich machen. Die Projektgruppe kann untereinander ständig Kontakt halten, auch die natürlich unersetzbaren persönlichen Treffen können über das Weblog koordiniert werden. Dank der einfachen Bedienung fällt die technische Hemmschwelle vieler „Lernplattformen“ weg. Und „Kommunikationsplattform“ klingt nach mehr Spaß und weniger Mühe.

Da Jugendliche ohnehin gerne Weblogs für ihre Selbstpräsentation nutzen und daher mit dem Medium vertraut sind, eignen sich Weblogs auch ausgezeichnet für den Einsatz in der Jugendarbeit. Statt einer klassischen statischen Homepage kann ein Jugendzentrum ein wesentlich spannenderes Weblog einrichten. Selbst technisch weniger bewanderten Jugendlichen kann ein Teil oder die ganze Betreuung übergeben werden – so können sie sich spielerisch weitere Kompetenzen aneignen. Über dieses Weblog lassen sich Termine und News bei Bedarf täglich aktualisieren, Berichte über Veranstaltungen können – mit Fotos – am selben Tag ins Netz gestellt werden. Jugendliche können aus dem Urlaub ihre Freunde grüßen und ihre Erlebnisse berichten. Alle TeilnehmerInnen der Community können jederzeit Kommentare und Kritik zu allen Inhalten abgeben, auch „Ehemalige“ können in losem Kontakt bleiben und sich immer wieder mal informieren. Den Beteiligungsmöglichkeiten sind nur die Grenzen des virtuellen Raumes gesetzt.

## Blogger-Typologie

Joe Katzman unterscheidet, ähnlich wie in anderen Community-Formen, unterschiedliche Ebenen der Beteiligung an der „Blogosphäre“, wie das Netzwerk der Weblogs mittlerweile genannt wird.

- Die **LeserInnen** konsumieren ausschließlich Inhalte ohne sich aktiv zu beteiligen
- Die **passiven GelegenheitsschreiberInnen** senden hin und wieder Kommentare oder emails
- Die **AutorInnen** betreiben eigene Weblogs ohne sich sehr um andere Blogs zu kümmern
- Die **VernetzerInnen** betreiben Weblogs die als Schnittstellen zwischen anderen Blogs oder zwischen eng verlinkten Subnetzen fungieren

- Die **Betreuer und Champions** sind sozial aktive TeilnehmerInnen oder BetreiberInnen die sich um das Funktionieren, das Wachstum und die gute Stimmung innerhalb der Community bemühen
- Die **Blog Götter** schließlich sind jene wenigen BetreiberInnen extrem erfolgreicher Weblogs, wie Glenn H. Reynolds ([www.instupundit.com](http://www.instupundit.com)), die anderen Weblogs durch bloße Erwähnung oder Verlinken zu hoher Popularität verhelfen können. Sie sind die Meinungsmacher in der Blogosphäre.

Die Bedeutung dieser Blog Götter ergibt sich aus der unterschiedlichen Verteilung der Zugriffszahlen. Nicht alle Weblogs sind gleich, manche sind gleicher. Die ideale Vorstellung, Weblogs wären ein Medium das zugleich frei, verschiedenartig und allen gleichermaßen zugänglich sei, entspricht, wie Clay Shirky überzeugend argumentiert, nicht der Realität. Eine Verteilungskurve wie sie dank unterschiedlicher finanzieller Mittel bei Massenmedien auftritt, findet sich auch bei den unregelmäßigen und kostenlosen Weblogs. Man könnte annehmen, dass im Prinzip alle Blogs die gleiche Chance hätten gelesen zu werden, aber dadurch dass sie miteinander verlinkt sind und die LeserInnen einander beeinflussen werden die populärsten Weblogs immer populärer, Neuankömmlinge haben nur geringe Chancen in die Ränge der meistgelesenen Weblogs aufzusteigen. Die Verteilungskurve der NutzerInnen ist zunächst sehr steil – laut stündlicher Erhebung auf [www.truthlaidbear.com](http://www.truthlaidbear.com) hat der seit Jahren erfolgreichste Blog, Instapundit, derzeit etwa doppelt so viele Zugriffe wie der zweit erfolgreichste – dann flacht sie etwas ab.

Eine manchmal angedachte Kennzeichnung oder Regulierung für Weblogs, um eine gleichmäßigere Nutzung zu gewährleisten, hält Shirky dennoch für unnötig. Tatsächlich ist die Verteilungskurve eben nur zu Beginn sehr steil und beginnt dann rasch abzuflachen – zwischen den Zugriffszahlen des Blogs an hundertster Stelle und jenem dahinter besteht kaum mehr ein Unterschied.

Hohe Zugriffszahlen selbst sagen natürlich auch nichts über Qualität und den Nutzen des Blogs für die User aus. Da Weblogs vor allem ausgezeichnete Community-Tools sind, diese aber nur bei relativ geringen Nutzerzahlen wirklich gut funktionieren, eignen sich vor allem die kleinen und die geschlossenen Blogs für jene oben beschriebenen vielfältigen Einsatzmöglichkeiten.

#### **Literatur:**

#### **Weblogs:**

<http://www.randgaenge.net/>

<http://www.nanodot.org/>

<http://girlscamp.antville.org/>

<http://www.georgewbush.com/>

#### **Über Weblogs:**

[http://shirky.com/writings/powerlaw\\_weblog.html](http://shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html)

<http://www.truthlaidbear.com/ecosystem.php>

[www.realitylab.at/pdf/weblogs.pdf](http://www.realitylab.at/pdf/weblogs.pdf)

[www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf](http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf)

[business.queensu.ca/kbe/docs/blogs.pdf](http://business.queensu.ca/kbe/docs/blogs.pdf)