

**Jenna L. Brinning**

# **Persönliches Publizieren im Web 2.0**

**Zur Herausbildung dynamischer  
Öffentlichkeitssphären  
und publizistischer Vielfalt**

**vwh**

Verlag Werner Hülsbusch  
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

J. Brinning: Persönliches Publizieren im Web 2.0

**Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

© Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg, 2008

**vwh** Verlag Werner Hülsbusch  
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

[www.vwh-verlag.de](http://www.vwh-verlag.de)

Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen jeder Art, Übersetzungen und die Einspeicherung in elektronische Systeme.

Markenerklärung: Die in diesem Werk wiedergegebenen Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenzeichen usw. können auch ohne besondere Kennzeichnung geschützte Marken sein und als solche den gesetzlichen Bestimmungen unterliegen.

Lektorat und Satz: Werner Hülsbusch  
Umschlag: design of media, Lüchow  
Druck und Bindung: Kunsthaus Schwanheide

Printed in Germany

ISBN: 978-3-940317-32-2

# Inhaltsverzeichnis

	<b>Vorwort</b>	<b>7</b>
<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>9</b>
1.1	Begriffsannäherung: Persönliches Publizieren	10
1.2	Forschungsstand	15
1.3	Fragestellung	18
1.4	Aufbau der Arbeit	19
<b>2</b>	<b>Habermas' „Strukturwandel der Öffentlichkeit“</b>	<b>21</b>
2.1	Begriffsbestimmung	21
2.2	Zur Herausbildung der bürgerlichen Öffentlichkeit	24
2.3	Literarische Öffentlichkeit: Vorläufer der politischen Öffentlichkeit	26
2.4	Der Zerfall der bürgerlichen Öffentlichkeit und der Wandel des Mediengebrauchs	31
2.5	Kritische Rezeption: Widersprüche im Modell der bürgerlichen Öffentlichkeit	36
<b>3</b>	<b>Web 2.0: Eine Bestandsaufnahme</b>	<b>41</b>
3.1	Das Internet – ein Massenmedium?	42
3.2	Begriffsbestimmung und Charakteristika des WWW	46
3.3	Exemplarische Social-Software-Anwendungen im Web	53
3.3.1	Social Sharing	54
3.3.2	Wikis	57
3.3.3	Social Networks	59
3.3.4	Pod- und Videocasts	60
3.3.5	Weblogs	62
<b>4</b>	<b>Persönliches Publizieren im Web 2.0</b>	<b>73</b>
4.1	Vernetzte Konversationen und Gemeinschaften?	74
4.2	Weblogs: persönliche Motivationen und Nutzungen	83
4.2.1	Motivationen für das Führen eines Weblogs	83
4.2.2	Weblog-Nutzungen	86

4.3	Zur Banalität und Irrelevanz in der Blogosphäre	90
4.4	Blogosphäre = <i>public sphere</i> ? Idealisierte und kritische Standpunkte	100
4.5	Fazit	107
<b>5</b>	<b>Ausblick und Zusammenfassung</b>	<b>113</b>
5.1	Ausblick: Kommerzialisierung und Fragmentierung der Blogosphäre	113
5.2	Zusammenfassung	117
	<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>121</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>123</b>
	<b>Zitierte Ressourcen im World Wide Web</b>	<b>145</b>
	<b>Personen- und Sachregister</b>	<b>149</b>

## Vorwort

Ich fing an zu bloggen, als die Blogosphäre noch in ihren Kinderschuhen steckte – im Winter 2000 – und das Wort „Blog“ hierzulande noch weitgehend unbekannt war. Auch mein damaliges Weblog war genau dort angesiedelt, wo sich heute der Großteil der momentan knapp 113 Millionen Weblogs weltweit festgesetzt haben: im *long tail* der Blogosphäre. Spätestens Ende 2004 hatte auch die deutschsprachige Blogosphäre ein wenig massenmediale Aufmerksamkeit auf sich gezogen, die aber von Anfang an von einem eher spöttischen Ton gekennzeichnet war, was mich zunächst amüsierte, später irritierte, und letztlich nur noch trivial auf mich wirkte. So auch ein Artikel, auf den ich einige Wochen vor Drucklegung dieses Buches gestoßen war, diesmal bei *Spiegel Online*. Es war wieder einmal ein abgedroschener, im Dunkeln tapsender Versuch, ein pauschalisiertes Erklärungsmodell für etwas zu finden, das im Grundsatz allem Anschein nach von vielen Journalisten nicht begriffen werden möchte: „Blogs bleiben ein Nischenprodukt. Mal lustig, mal interessant. Sehr oft mit nichts als sich selbst beschäftigt. Aber insgesamt ohne große Bedeutung. Man spricht nicht darüber.“<sup>1</sup>

Die seit nunmehr gut zehn Jahren rapide wachsende Blogosphäre sieht sich somit noch immer mit dem Vorwurf des Banalen konfrontiert. Das Interesse an Weblogs im deutschsprachigen Raum hat sich verheddert in einem Gestrüpp aus Vergleichen mit journalistischer Arbeit, was der besonderen Form dieser Publikationsart nicht Rechnung trägt.

Auch im zitierten *Spiegel Online*-Artikel blieb es abermals bei einem Vergleich mit der durchaus ausgereiften, wesentlich größeren und – aufgrund eines fehlenden, mit Deutschland vergleichbaren öffentlich-rechtlichen Rundfunksystems – auch politischeren amerikanischen Blogosphäre. In Deutschland dagegen, so die Autoren des Artikels, würden „allenfalls Beta-Blogger statt massenmediale Alphatiere“ regieren.<sup>2</sup> Die Blogosphäre anhand eines Vergleiches mit journalistischen Leistungen erklären zu wollen, verfehlt aber eine kategorische Berücksichtigung ihrer fundamentalsten

---

<sup>1</sup> BRAUCK, MARKUS, FRANK HORNIG und ISABELL HÜLSEN (2008): „Die Beta-Blogger“.

*Spiegel Online* [Website], 21. Juli 2008

<http://www.spiegel.de/spiegel/0,1518,567038,00.html> (Stand: 15.09.08)

<sup>2</sup> ebd.

Wesenszüge. Unter dem begrifflichen Dach der Blogosphäre befindet sich nämlich die Summe ihrer einzelnen Teile, die an und für sich aus nicht mehr – und nicht weniger – als einem Querschnitt von Privatleuten mit ihren jeweiligen Privatinteressen besteht.

Dass das einzelne Weblog dabei ein oft selbstbezogenes „Nischenprodukt“ ist, geht mit den Gegebenheiten einer solchen individualisierten Form öffentlicher Kommunikation einher. Als persönliches Medium haben Weblogs eigentlich auch keinen anderen Anspruch für sich erhoben. Dennoch machen bloggende Amateure – ob sie über Menstruationsbecher, Müntefering, Mode oder Menschenrechte schreiben – Gebrauch von etwas, das im egalitären Sinne von einer potenziell enormen Bedeutung ist: der individuellen und freien Meinungsäußerung. Dass sie ihren Blick dabei auch auf eine grenzenlose Bandbreite von partikulären Themen richten, die nicht zwangsläufig von gesellschaftlicher Relevanz sein müssen, ist in der Natur des Mediums verwurzelt.

Dieses Buch ist entstanden aus einer Magisterarbeit, die im Winter 2007/08 am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin verfasst wurde. Zwecks verbesserter Lesbarkeit wird die männliche Form als geschlechtsübergreifende Bezeichnung für Bloggerinnen und Blogger, Nutzerinnen und Nutzer, etc. verwendet.

Ich bin einigen Menschen zu Dank verpflichtet. Dazu gehört insbesondere Matthias Grau für die aufschlussreichen (Streit-) Gespräche über die Jahre sowie zuverlässige Hilfe mit dem Korrekturlesen. Werner Hülsbusch vom vwh-Verlag unterstützte mich mit wertvollen Ratschlägen bei der Gestaltung meines Manuskriptes und war selbst zur späten Stunde immer gut gelaunt. Markus Altmann hat sich die Zeit aus seinem Fotografen-Alltag genommen, das Porträt für den Buchumschlag zu schießen. Besonderer Dank gilt Emily Gordon vom *Print*-Magazin in New York City, die sich die Mühe für mich gemacht hat, die Archive vor Ort nach einem sonst unauffindbaren Artikel (von Darcy DiNucci) zu durchsuchen. Nicht zuletzt bin ich all meinen Freunden für ihre unermüdliche Freundschaft dankbar, die mich gleichzeitig erdet und auf Draht hält.

Kritik, Feedback, Fragen und Anregungen können direkt an mich unter [jenna@brinning.net](mailto:jenna@brinning.net) gerichtet werden. Ich freue mich darauf.

Berlin, im September 2008  
Jenna L. Brinning