



universität
wien

DISSERTATION

Titel der Dissertation

„Weblogs als Instrumente
Deliberativer Kommunikationskultur

www.wahlblogs.at zur Nationalratswahl 2006“

Verfasser

Mag. Victoria Schmid

angestrebter akademischer Grad

Doktorin der Philosophie (Dr. phil.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 092 301

Dissertationsgebiet lt. Studienblatt:

Publizistik und Kommunikationswissenschaft

Betreuer:

Univ. Prof. Dr. Klaus Schönbach

Danksagung

Ich bedanke mich herzlich bei meinem Betreuer
Univ. Prof. Dr. Klaus Schönbach
für zahlreiche Diskussionen und wertvolles Feedback.

Ich bedanke mich herzlich bei meinem Gutachter
Univ. Prof. Dr. Rainer Gries
für seine Unterstützung.

Wien, Mai 2012

Inhalt

1. Einleitung	9
2. Theorie.....	12
2.1. Deliberative Demokratie	12
2.1.1 Was ist Deliberation?	12
2.1.2 Gründe für Deliberation	12
2.1.3 Theorien zur Deliberation	15
2.1.4 Voraussetzungen und Anforderungen an den Deliberationsprozeß.....	17
2.1.5 Probleme und Grenzen der Deliberation	23
2.2. Weblogs in Deliberation	28
2.3. Podcasts	39
3. Forschungsdesign	43
3.1. Forschungsfragen	43
3.2. Untersuchungsmaterial	45
3.2.1 www.wahlblogs.at	45
3.2.2 Profile	47
3.3. Inhaltsanalyse	47
3.4. Operationalisierung	48
4. Ergebnisse	52
4.1 Beschreibung der Blogs	52
4.1.1 Bloggergruppen.....	52
4.1.2 Männer- und Frauenanteil	52
4.1.3 Intensität der Bloggeraktivitäten	54
4.2 Auswahl der Beteiligten.....	56
4.2.1 Kommentarfunktion	57
4.2.2 Registrierung	58
4.2.3 Menüführung.....	58

4.3 Gleichberechtigung	59
4.3.1 Formale Gleichheit.....	60
4.3.2 Basisregeln des Verfahrens	60
4.3.3 Kriterien der Informationssammlung.....	61
4.3.4 Zusatzinfo zugänglich machen.....	63
4.3.5 Entscheidungsstrukturen	66
4.3.6 Beschwerderechte.....	67
4.3.7 Überwachung des Deliberationsverfahrens.....	67
4.3.8 Änderungen von Regeln oder Abläufen.....	68
4.4 Meinungspluralismus	68
4.4.1 Gemeinsame Lebenswelt.....	68
4.4.2 Politische Übereinstimmung der Teilnehmer.....	71
4.4.3 Ausschluß von Mehrheitsentscheidungen	73
4.4.4 Privates Forum oder öffentliche Plattform?	73
4.5 Freie Meinungsäußerung.....	74
4.5.1 Eigene Anregungen.....	74
4.5.2 Bloße Reaktionen	75
4.5.3 Kommentare löschen.....	75
4.5.4 Überschaubare Verhandlungsarena.....	76
4.5.5 Ungewohntes Verhandlungsumfeld	77
4.6 Bereitschaft zur Meinungsänderung	77
4.6.1 Offen gegenüber neuen Ansichten?	78
4.6.2 Offenes Mandat	80
4.6.3 Bewerben die Blogger „ihre“ Partei?	81
4.6.4 Wofür stehen die Blogger?.....	84
4.7 Rationale Argumente	85
4.7.1 Diskussionskultur	85
4.7.2 Zweifel an den Geltungsansprüchen	88
4.8 Respekt.....	90
4.8.1 Blogger antwortet.....	91
4.8.2 Beleidigungen und Hohn.....	91
4.8.3 Political Correctness.....	91
4.8.4 Glückwünsche	92
4.8.5 Achtung und Anerkennung	92

4.9 Bedeutung der Blogs für die Beteiligten.....	93
4.9.1 Warum blogge ich?	93
4.9.2 Im Fokus des Bloggers	96
4.9.3 Persönliches über die Blogger	97
 5. Fazit	99
5.1. Ergebnisse	99
5.2. Politiker vs. Bürger	107
5.3. Sind Weblogs Instrumente deliberativer Kommunikationskultur?.....	109
5.4. Konsequenzen und Ausblick.....	112
 6. Quellen	114
 7. Anhänge.....	123
7.1 Kurzprofile der Weblogs.....	123
7.2 Codebogen.....	136
7.3 Abbildungsverzeichnis.....	149

1. Einleitung

Was können Weblogs für die politische Diskussionskultur, für Deliberation leisten und wo liegen ihre Grenzen?

Seit einigen Jahren existiert eine neue Form der Kommunikation im *online* Bereich: das Weblog. Das ist ein *online* Tagebuch, das den *usern* auch die Möglichkeit bietet, Kommentare abzugeben und so die Einträge des Autors zu diskutieren. Zerfaß und Boelter definieren Weblogs folgendermaßen:

„*Weblogs* (in Kurzform: Blogs) sind Online-Publikationen, die sich durch kurze, umgekehrt chronologisch angeordnete Einträge sowie eine starke Dialogorientierung auszeichnen und besonders expressive, authentische Ausdrucksformen ermöglichen. [...] Das ‚Web‘ als Synonym für das weltweite Internet wird hier mit „Log“, dem englischen Wort für „Tagebuch“ oder „Fahrtenbuch“, verschmolzen.“ (Zerfaß/Boelter, 2005, S 20)

Weblogs können nicht nur aus Texteinträgen, sondern auch aus mp3 Audio-Dateien, sogenannten Podcasts bestehen. Podcasting bezeichnet das Produzieren und Anbieten von Mediendateien (Audio oder Video) über das Internet. Das Wort setzt sich aus den beiden Wörtern iPod und Broadcasting zusammen. Ein einzelner Podcast ist somit eine Serie von Episoden, (<http://de.wikipedia.org/wiki/Podcasting>) ein Audioblog.

Es ist nicht möglich, aktuelle Zahlen anzugeben, wie viele Leute in welchem Ausmaß im Internet veröffentlichen, bzw. sich politisch betätigen. Denn die Anzahl der Blogger wächst täglich. Zur Präsidentschaftswahl 2004 ist die Anzahl der Blogger in den USA explosionsartig gestiegen, während sich diese Entwicklung 2005 nicht in diesem Ausmaß fortgesetzt hat. (<http://stateofthedia.org/>) Im April 2006 wurden bei Technorati 37,3 Millionen Blogger verzeichnet. Zu diesem Zeitpunkt verdoppelte sich die Blogosphere alle sechs Monate. 175.000 Blogs gingen täglich neu *on air*. (David Sifry. April 2006. <http://www.sifry.com/>) Im Oktober 2006 waren es bereits 57 Millionen Blogger, allerdings nur noch 100.000 neue Blogs pro Tag. (David Sifry. Oktober 2006. <http://www.sifry.com/>)

2010 hat Technorati (Sobel. 2010. <http://technorati.com/>) in einer Studie vier Bloggertypen zusammengefaßt:

- Hobbyblogger: Zwei Drittel bloggen zum eigenen Vergnügen, für persönliche Befriedigung.

- Teilzeit Blogger: bloggen mehrere Stunden und aktualisieren ihr Blog täglich. Sie verdienen auch kleine Summen, etwa durch Werbeeinschaltungen.
- Corporate Blogger: die kleinste Gruppe besteht aus Vollzeit Bloggern, die für eine Firma oder Organisation bloggen. Diese Gruppe bloggt häufiger als die anderen.
- Selbständige Blogger: Ein Fünftel bloggt für die eigene Firma.

Blogger sind gebildet und wohlhabend. Etwa die Hälfte hat einen Hochschulabschluß. Lenhart und Fox (2006, <http://www.pewinternet.org/>) haben herausgefunden, daß die Blogger mehrheitlich jünger als 30 Jahre sind und daß das Verhältnis zwischen Männern und Frauen ausgeglichen ist. Neun von zehn Bloggern aktivieren die Kommentarfunktion. Der durchschnittliche Blogger führt laut Technorati 2-3 Blogs und ist seit etwa zwei Jahren aktiv. (Sobel, 2010, <http://technorati.com/>)

Laut Lenhart und Fox (2006, <http://www.pewinternet.org/>) ist jeder zweite Blogger unter einem Pseudonym unterwegs. Die Leute bloggen, um sich öffentlich auszudrücken und um ihre Erfahrungen mit anderen zu teilen. Je wichtiger das Blog für den Autor ist, desto häufiger aktualisiert er es. Die populärsten Blogs werden regelmäßig erweitert, auch mehrmals am Tag. Die Mehrheit jedoch postet unregelmäßig.

Die Kommentarfunktion – wenn vom Blogger aktiviert – erlaubt Diskussionen zwischen dem Blogger und jenen Lesern, die auf die Einträge reagieren, aber auch zwischen den Kommentatoren. Aufgrund dieser technischen Struktur des Weblogs haben die Leser die Möglichkeit, direkt auf einen Eintrag zu reagieren. Das geschieht im Weblog unmittelbar und unter Wahrung des Kontextes und ist dadurch etwa Leserbriefen einer Tageszeitung überlegen. Der Blogger erhält folglich wertvolle Rückmeldungen auf seine Einträge, Anregungen sowie Kritik und infolgedessen kann sich eine Diskussion entwickeln.

Diskussion ist also das Potential von Weblogs; Diskussion ist die Voraussetzung von Deliberation, Deliberation (siehe S 12) ist eine Voraussetzung von Demokratie.

Deliberation ist ein sozialer Prozeß. Als solcher unterscheidet sie sich von anderen Arten der Kommunikation, da die Teilnehmer bereit sein sollten, ihre Urteile, Vorlieben und Ansichten zu überdenken und gegebenenfalls zu ändern. Dieser Aspekt ist zentral für den deliberativen Ansatz. Deliberation beinhaltet Argumentation und Überzeugungsarbeit, nicht jedoch Drohung, Täuschung oder Einschüchterung. Demzufolge gilt Deliberation als Kern der Demokratie: „The deliberative turn represents a renewed concern with the authenticity of democracy: the degree to which democratic control is substantive rather than symbolic, and engaged by competent citizens.“ (Dryzek, 2000, S 1).

Die *online* angebotenen Informationen sind zwar nicht objektiv, sind aber eine Ergänzung zu anderen Quellen. Zipfel (1998, S 43) hat schon 1998 erkannt, daß der „demokratierelevant[e] Aspekt der Informationsversorgung durch Online-Medien beachtet werden [muß]. Ein Mehr an Informationsquantität bedeutet nicht zwingend ein Mehr an Informationsqualität.“ Er spricht in diesem Zusammenhang von der zweifelhaften Glaubwürdigkeit von Informationen im Web und der damit verbundenen in fragegestellten Transparenz von politischen Entscheidungen. (Zipfel, 1998, S 43)

Sind Weblogs geeignete Plattformen für politische Diskussionen zwischen Politikern und Wählern? Politiker bzw. ihre Parteien integrieren zunehmend Weblogs in ihre Homepages und können somit Journalisten und ihre Medien umgehen. Politische Funktionäre wollen ihre Botschaften an den Wähler bringen und eine Wahl gewinnen. Im Gegensatz zu privaten Bloggern sind sie professionelle Kommunikatoren.

Neben beruflichen gibt es auch private Blogger. Diese sind keiner Partei verpflichtet, sie können freier ihre Meinung äußern. Sie können auch subjektive, einseitige Ansichten veröffentlichen und sich für oder gegen eine Sache engagieren ohne jemandem verpflichtet zu sein.

Daher liegt es nahe, diese beiden Gruppen miteinander zu vergleichen. Ziel dieser Trennung ist es, die Unterschiede der Deliberationsansätze in Blogs unterschiedlich disponierter Autoren herauszufiltern. Welche Gruppe – Politikerblogs oder Private – weist mehr Elemente der Deliberation auf, erfüllt mehr Bedingungen für ihr Zustandekommen? Welche sind blogimmanent und welche werden durch den Status des Bloggers beeinflusst? Politiker sind professionelle Kommunikatoren, aber ihrer Partei verpflichtet; Privatleute sind Wähler, also üblicherweise die Rezipienten der politischen Kommunikation. In Blogs können sie ihrerseits Botschaften senden und sind dabei uneingeschränkt.

Finden politische Information, politische Partizipation und politische Kommunikation, sowie gesellschaftliche Identifikation und Integration nun auch in virtuellen Netzwerken statt?

2. Theorie

2.1. Deliberative Demokratie

2.1.1 Was ist Deliberation?

„The idea of deliberative democracy, or decision making by discussion among free and equal citizens, is having a revival.” (Elster, 1998, S 1). Demokratietheorien haben sich seit 1990 verändert und stellen die Deliberation in den Mittelpunkt. Davor galt Demokratie hauptsächlich als Gesamtheit aller Vorlieben oder Interessen, die durch Wahlen oder Repräsentation ermittelt wurde. Deliberative Demokratie hat hingegen ein anderes Ziel:

„Under deliberative democracy, the essence of democratic legitimacy should be sought instead in the ability of all individuals subject to a collective decision to engage in authentic deliberation about that decision. These individuals should accept the decision only if it could be justified to them in convincing terms.” (Dryzek, 2000, S v)

2.1.2 Gründe für Deliberation

Warum wird Deliberation eingesetzt? Deliberation ist essentiell für die Vernunft kollektiver Entscheidungsfindungsprozesse; dafür gibt es drei Gründe:

1. Deliberative Prozesse sind auch Prozesse der Informationsvermittlung. Neue Informationen werden weitergegeben, weil kein Individuum alleine alle Varianten von Perspektiven vorhersehen kann, wie andere Individuen ethische und politische Angelegenheiten einschätzen. Kein Individuum allein kann jede relevante Information zu einer Entscheidung besitzen, die viele betrifft. Deliberation ist ein Prozeß des Informationserwerbs.
2. Im Falle von komplexen sozialen und politischen Problemen haben Individuen meistens nur Ansichten und Wünsche, aber keine geordneten Vorlieben; letzteres würde voraussetzen, daß sie nicht nur über diese Vorlieben, sondern auch über die Konsequenzen und relativen Vorzüge jeder zur Wahl stehenden Möglichkeit im Vorhinein Bescheid wissen. Es ist aber der deliberative Prozeß selbst, der dieses Wissen produziert, indem er das Individuum zu weiterführender kritischer Reflexion über seine Ansichten und Meinungen leitet. Sehr oft geraten die Wünsche des Individuums in Konflikt mit seinen Ansichten und Meinungen. Im Laufe der Deliberation und beim Austausch mit anderen wird dieser Konflikt offenbar und das Individuum muß seine Ansichten ordnen.

3. Die Äußerung einer Meinung in der Öffentlichkeit zwingt das Individuum dazu, seine Ansichten und Meinungen zu überdenken. Dieser Prozeß, mit guten Gründen in der Öffentlichkeit zu argumentieren, zwingt den Einzelnen darüber nachzudenken, was als guter Grund auch für die anderen Betroffenen gilt. (Benhabib, 1998, S 71f)

„The goal of deliberation is to arrive at consensus; even when this is not possible and participants resort to voting, their result is a collective judgment rather than the aggregate of private preferences.” (Young, 1998, S 122)

Deliberation bedeutet, daß die Lösung zu einem Problem die Entscheidung zwischen alternativen Aktionen darstellt. Das heißt, Deliberation wird dann eingesetzt, wenn etwas umgesetzt werden soll und nicht nur eine Entscheidung getroffen werden soll. (Shapiro, 2003, S 122)

Die deliberative Praxis zielt darauf ab, den Einfluß von Machtdifferenzialen bei politischen Ereignissen einzuschränken, weil in der Deliberation eine Entscheidung auf Basis von Argumenten erreicht werden soll und nicht durch Versprechungen, Drohungen oder Gewalt.

Die Theorie der kommunikativen Demokratie betont, daß sich die Ansichten der Leute zu politischen Fragen meistens ändern, wenn sie sich mit den Ansichten anderer auseinandersetzen. In diesem Prozeß verändern sich die anfänglichen Neigungen von subjektiven Wünschen zu objektiven Forderungen; diese Veränderung ist notwendig, um sie berechtigterweise öffentlich bekannt geben zu können. Die Ansichten der Teilnehmer über die Lösung eines Problems, das alle betrifft, verändern sich daher durch Zuhören und Voneinanderlernen. (Young, 1998, S 125) Diese Vorgehensweise verhindert die Durchsetzung von parteiischen Interessen. (Young, 2003, S 103)

Deliberation kann Unparteilichkeit auf unterschiedliche Arten unterstützen. Erstens kann man argumentieren, Entscheidungen seien oft voreingenommen, weil sie die Interessen und Vorlieben anderer nicht berücksichtigen. Einseitige Entscheidungen werden oft nicht aus Eigeninteresse oder Voreingenommenheit der Entscheider getroffen, sondern aufgrund von Mißverständnissen im Evaluierungsprozeß der zur Wahl stehenden Möglichkeiten. Die Entscheider ignorieren dann die Tatsache, daß viele Leute eine Lösung nicht akzeptieren, die die Entscheider als allgemein akzeptabel gehalten haben. (Gargarella, 1998, S 261) Die Teilnehmer sollen einer Einigung nur zustimmen, weil der „zwanglose Zwang des besseren Arguments“ wirkt. (Habermas, 2001, S 12f)

Zweitens kann Deliberation zu mehr Unparteilichkeit beitragen, indem alle Teilnehmer gezwungen werden, die eigenen Argumente zu überdenken und abzuändern, um sie für andere akzeptabel zu machen.

Drittens kann Deliberation jedem Teilnehmer helfen, seinen Standpunkt zu klären und zu bereinigen, da die deliberative Vorgehensweise mehr Informationen für den Einzelnen bietet und dadurch die Auswahlmöglichkeiten erweitert. Denn manchmal übersieht man Alternativen, von denen man zuwenig oder gar nichts weiß. Daher ist Deliberation in dieser Negativ-Funktion nützlich: die Teilnehmer entdecken die logischen Fehler und Lücken in ihrer Argumentation. (Gargarella, 1998, S 261)

Das deliberative Konzept bietet eine wirkungsvollere Darstellung als andere Konzepte der grundlegenden Idee von Demokratie, nämlich, daß Entscheidungen über die Ausübung von staatlicher Macht gemeinsam getroffen werden. „It requires more than that we count their interests, while keeping our fingers crossed that those interests are outweighed.“ (Cohen, 1998a, S 221f) An anderer Stelle (1998b, S 102f) nennt Cohen „this requirement the ‘principle of deliberative inclusion.’“

Sarcinelli mißt der Diskussion in der Öffentlichkeit essentielle Bedeutung bei. Keine Regierung würde sich um Kritik aus den Reihen der Bevölkerung kümmern, wären da nicht regelmäßige Wahlen in knappen Abständen. „Öffentlichkeit ohne Wahl hat gewissermaßen keine Pointe. Aber ebenso nutzlos sind Wahlen ohne Öffentlichkeit, denn sie haben genau betrachtet keinen Sinn.“ (Sarcinelli, 1994, S44)

Demokratische Herrschaft in einer parteienstaatlich geprägten Wettbewerbsdemokratie ist durch periodisch wiederkehrende Wahlen zeitlich begrenzt. Die Politik in einer Demokratie ist begründungs- und zustimmungspflichtig, daher müssen sich politische Entscheidungsträger permanent vor der politischen Öffentlichkeit rechtfertigen, über ihre Pläne und Entscheidungen informieren und Aufmerksamkeit erzeugen. Wahlkämpfe sind daher Stoßzeiten der von den politischen Akteuren ausgehenden Suche nach „Legitimation durch Kommunikation“. Allerdings findet politische Kommunikation permanent statt und ist langfristig angelegt – „nicht zuletzt deswegen, weil politisches Handeln selbst auch kommunikatives Handeln ist.“ (Tenscher, 1998, S 185)

Das deliberative Konzept von Demokratie ist um das Ideal politischer Rechtfertigung organisiert. Demokratie ist bei deliberativer Betrachtung nicht einfach nur eine Form von Politik, sie ist das Gerüst sozialer und institutioneller Bedingungen, die die freie Diskussion unter gleichberechtigten Bürgern ermöglichen, indem sie günstige Bedingungen für die Teilnahme und Meinungsäußerung schafft und die öffentliche Macht einschränkt.

Laut Habermas liegt der Sinn deliberativer Politik und gleichzeitig der Legitimation des Rechtsstaates in der Fähigkeit der Teilnehmer zur Argumentation, in Überzeugungskraft und

Lernbereitschaft. „Der *politische* Streit würde seinen deliberativen Charakter einbüßen und zum *ausschließlich* strategischen Machtkampf degenerieren, wenn die Beteiligten nicht [...] davon ausgehen würden, daß die strittigen *politischen* und rechtlichen *Probleme* eine »richtige« Lösung finden könnten.“ (Habermas, 1998, S 325f)

Dieser Prozeß der Deliberation führt idealerweise zu einem legitimierten Ergebnis, das dann zur Umsetzung führt. Laut Daniel Göler (2006, S 139) ist auch „eine gewisse Unsicherheit über die genauen Auswirkungen einer Entscheidung.“ ein weiterer wichtiger Faktor für das Zustandekommen von Deliberation.

2.1.3 Theorien zur Deliberation

Deliberation ist ein konstituierendes Element prozeduraler Demokratietheorien. Diese stellen den deliberativen Prozeß politischer Meinungs- und Willensbildung in den Mittelpunkt. Die diskurs-ethische Konzeption von Habermas gilt als exemplarisches Demokratiemodell.

„Die deliberierende Öffentlichkeit der zivilen Gesellschaft, in der sich die Rationalität von Argumenten bewahrheiten soll, bleibt auf die staatlichen Entscheidungsinstanzen hin zentriert, auch wenn sie die staatliche Entscheidungskompetenz ergänzen und zeitweise auch unter Druck zu setzen vermag.“ (Lösch, 2005, S 173)

Habermas vereint in seiner Theorie deliberativer Demokratie demokratischen Mehrheitswillen, Rationalität von Verfahren und staatlicher Effizienz, wie z. B. den Abbau von Bürokratie. So soll das klassische demokratietheoretische Dilemma der Volkssouveränität kommunikationstheoretisch überwunden werden. (Lösch, 2005, S 173)

Habermas verortet diese Theorie in liberalen und republikanischen Demokratietheorien und zeigt so, daß der Diskurs ein Grundpfeiler der Demokratie an sich ist:

„Wenn wir den Verfahrensbegriff der deliberativen Politik zum [...] Kernstück der Demokratietheorie machen, ergeben sich Unterschiede sowohl zur republikanischen Konzeption des Staates als einer sittlichen Gemeinschaft als auch zur liberalen Konzeption des Staates als des Hüters einer Wirtschaftsgesellschaft.“ (Habermas, 1998, S 285f)

Gemäß der liberalen Ansicht geschieht Deliberation beim Aushandeln von Interessenskompromissen. Gerhards (1997, S 11) ergänzt, daß der Ausgangspunkt jeder demokratischen Willensbildung bei den individuellen Präferenzen des Einzelnen zu suchen ist. Durch Öffentlichkeit bilden sich die Meinungen der gesellschaftlichen Akteure. In den meisten dieser

Fälle – geht man vom liberalen Modell aus – wird allerdings ein Konsens an der Pluralität der Einzelinteressen scheitern.

Liberales Demokraten glauben an Kontrolle durch das Volk und Rechte des Individuums. Diese beiden Prinzipien stehen oft in Widerspruch, weil demokratische Mehrheiten sich leicht über die Rechte Einzelner hinwegsetzen können, speziell über jene von ungeliebten Minderheiten. Liberale Demokraten können diesen Widerspruch mit dem Argument lösen, daß es Basisrechte gibt, die respektiert werden müssen, z.B. jene, die für die Ausübung demokratischer Bürgerschaft und damit Demokratie selbst notwendig sind. Diese Rechte beinhalten freie Meinungsäußerung und Zusammenkunft, Grundausbildung und auch bis zu einem gewissen Grad materiellen Wohlstand.

Nach republikanischer Meinung hingegen ergibt sich „die demokratische Willensbildung in der Form einer ethischen Selbstverständigung“ und basiert auf „eine[m] kulturell eingespielten Hintergrundkonsens der Bürger“. (Habermas, 1998, S 285f) Doch die Realität ist kulturell nicht neutral. Gerade bei Problemen mit Migration und Ausländerfeindlichkeit ist der kulturelle Hintergrund der Diskutanten nicht zu vernachlässigen. Der Konsens muß hier erst erarbeitet werden, bevor man weitere Entscheidungen treffen kann.

Habermas betont immer wieder, daß ein Kompromiß keine deliberativ erarbeitete Lösung darstellt:

“Das Herzstück deliberativer Politik besteht nämlich aus einem Netzwerk von Diskursen und Verhandlungen, das die rationale Lösung pragmatischer, moralischer und ethischer Fragen ermöglichen soll - eben jene aufgestauten Probleme einer andernorts versagenden funktionalen, moralischen oder ethischen Integration der Gesellschaft.“ (Habermas, 1998, S 388f)

Shapiro unterscheidet zwei grundsätzliche Arten von Deliberation nach den Umständen des Konflikts. Man kann über Themen deliberieren, die keinen Konflikt beinhalten und kommt oft, wenn auch nicht immer, zu einem guten Ergebnis. Die wichtigere Variante ist jedoch jene der Deliberation zur Konfliktlösung, da Konflikte die Gefahr der Dominanz einer Partei über die andere beinhalten (Shapiro, 2003, S 122).

Wie können Dissens und Konsens zur Verständigung über eine Streitfrage beitragen? Miller (1992, S 38) unterscheidet zwischen „kommunikativer Verständigung“ und „kollektiver Akzeptanz“. „Eine konträre Position verstehen heißt nicht, sie auch schon zu akzeptieren; und umgekehrt kann, was nicht akzeptiert wird, eventuell immer noch verstanden werden.“ (Miller, 1992, S 38f)

Können die Teilnehmer einer Deliberationsrunde die Ansichten der anderen verstehen, selbst wenn sie sie nicht teilen? Wenn man nicht weiß, worauf der andere hinauswill, kann man sich dazu nicht zustimmend oder kritisch äußern.

2.1.4 Voraussetzungen und Anforderungen an den Deliberationsprozeß

Im „Magische[n] Viereck’ der Demokratie“ von Feindt (2001, S167) zeigt sich, daß die Deliberation der Kernstück der Demokratie ist, auch wenn sie nicht von allen Demokratietheorien betont wird. Deliberation bedeutet, daß einander gleichgestellte Diskussionsteilnehmer miteinander die bestmögliche Lösung zu einem Problem finden sollen. Rationale Argumente sollen unter Wahrung der Diskussionsregeln gegeneinander abgewogen werden.

- „Während aller Phasen des Prozesses sollen alle Bürger die gleiche Chance haben, Präferenzen in Bezug auf das Ergebnis zu äußern, Themen auf die Agenda zu setzen, Fragen zu stellen und Gründe anzugeben, die die von ihnen favorisierte Option unterstützen.
- In der Entscheidungsphase sollen alle Bürger die gleiche Chance zur Äußerung ihrer Wahl haben, alle Voten sollen gleich gewichtet werden, und keine anderen Faktoren sollen die Entscheidung beeinflussen.
- Alle Beteiligten sollen die Chance haben, ein aufgeklärtes Verständnis der zur Regelung anstehenden Materie und der dabei berührten Interessen zu entwickeln, was den Zugang zu relevanten Informationen und die Auseinandersetzung mit Gründen voraussetzt.
- Der Demos soll die Entscheidungshoheit über die Agenda der zur demokratischen Entscheidung anstehenden Gegenstände, und damit gewissermaßen die Kompetenz-Kompetenz haben.“ (Feindt, 2001, S 167)

Für das Gelingen von Deliberation werden folgende Ansprüche gestellt:

Kein von der Agenda Betroffener soll ausgeschlossen werden. Im Zweifelsfalle ist es besser, die Zahl der Beteiligten zu erweitern, als eine Gruppe auszuschließen. Feindt präzisiert, daß die Auswahl der Beteiligten nach dem Kriterium der Betroffenheit, Repräsentativität durch Öffentlichkeit geschehen soll. (2001, S 526 ff)

Auf den ersten Blick gibt es keine Regeln, die die Agenda der Konversation einschränken, oder die Identität der Teilnehmer, so lange jede ausgeschlossene Person oder Gruppe gerechtfertigt beweisen kann, daß sie von der in Frage gestellten Norm betroffen ist. Das bedeutet unter gewissen Umständen, daß die Bürger einer demokratischen Gemeinschaft einen praktischen Diskurs mit Nichtbürgern führen müssen, die in deren Ländern oder an deren Grenzen wohnen oder in benachbarten Gemeinschaften, wenn diese mitbetroffen sind. Ein gutes Beispiel für solche Fälle sind Ökologie- und Umweltschutzthemen, da die Grenzen des Diskurses sich mit den

Konsequenzen von Handlungen ausdehnen, Handlungen, die immer mehr Menschen betreffen. (Benhabib, 1998, S 70)

Alle Teilnehmer sollen gleichberechtigt sein: soziale Repräsentativität durch gleiche Teilnahme- und Teilnehmerrechte soll eingehalten werden. Alle sollen gleichen Zugang zu relevanter Information haben: Kriterien und Prozeß der Informationssammlung, Genauigkeit der Informationssammlung und Tatsachenfindung, thematische Vollständigkeit (Feindt, 2001, S 526 ff) Alle müssen die gleichen Chancen haben, Reden zu halten, Fragen zu stellen, nachzuforschen und Diskussionen zu beginnen. (Benhabib, 1998, S 70)

Die Beteiligten müssen deshalb die gleichen Rechte haben, um nicht einzelne Positionen unverhältnismäßig zu stärken; alle müssen Zugang zu den allen relevanten Dokumenten haben. Das ist deshalb wichtig, „weil Ungleichheiten immer die Gefahr in sich bergen, in den Beratungen als Verhandlungsmacht eingesetzt zu werden. Denn eine Ausstattung bestimmter Mitglieder mit mehr Rechten würde von vornherein ihre stärkere Rolle im Beratungsprozess mit sich bringen.“ (Göler, 2006, S 53)

Ausschluß einer Mehrheitsentscheidung: keine Koalitionsbildung, da das wieder zu Machtverhältnissen führt, der Schwerpunkt liegt sonst nicht mehr auf den Inhalten. „Damit führt die Suche nach Koalitionen aber automatisch dazu, dass der Diskurs sich weg von den Inhalten eines Problems hin zu den Unterstützern bestimmter Positionen sowie der "Macht" und "Stärke" der Koalitionspartner bewegt.“ (Göler, 2006, S 55)

Die Teilnehmer müssen sich gegenseitig respektieren. Höflichkeit sowie die Etablierung einer Kultur des Zuhörens ist nach Feindt besonders wichtig. (2001, S 526 ff)

„Höflichkeit spricht stets auch spezielle Kommunikationskontexte an, die in ihrem Kern auf Verständigung hin angelegt sind. Diese gelingt nur, wenn die Teilnehmer den Sinn "angemessen", den Intentionen des Kommunikators entsprechend interpretieren. Diese Interpretationen sind abhängig vom gesellschaftlichen Umfeld und Übereinstimmung ergibt sich am ehesten bei gleichem Umfeld der Gesprächspartner. (Burkart, 2008b)

Die Teilnehmer sollen von äußeren Parteilichkeiten unbeeinflusst sein. Die Unvoreingenommenheit des Verfahrens und möglicher Verfahrenswalter sollte gewährleistet sein. (Feindt, 2001, S 526 ff)

Göler bezeichnet diese Forderung kurz als „Offenes Mandat“: die von außen diktierte Eingrenzung würde bedeuten, daß nicht mehr alle möglichen Optionen berücksichtigt werden, man würde sich nur auf Teillösungen konzentrieren. (Göler, 2006, S 50ff) Eine Begrenzung des

Mandats schränkt gleichzeitig die Diskussion ein, „da die Problemlösung auf Teilbereiche beschränkt wird und der Fokus der Teilnehmer daher bestimmte Fragestellungen von vornherein ausblendet. Von wirklicher Deliberation kann aber nur dann die Rede sein, wenn nicht nur alle Fragen gestellt, sondern auch alle potentiellen Antworten in Betracht gezogen werden können, um so zu einem bestmöglichen Gesamtergebnis zu kommen.“ (Göler, 2006, 57f)

Die Teilnehmer sollen freie Meinungsäußerung zulassen.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist der Meinungspluralismus. Die deliberative Interpretation von Gemeinschaftsentscheidungen läßt sich als politische Autonomie und politische Gemeinschaft angeben. Wenn eine politische Gemeinschaft aus einer Gruppe von Leuten mit gleichen Moral- und Wertvorstellungen besteht, dann widerspricht sie dem Konzept des Pluralismus. Aber deliberative Demokratie ist eine Form von politischer Gemeinschaft. (Cohen, 1998a, S 221f)

Gleicher kultureller Hintergrundkonsens fördert Verständigung. (Habermas, 1998, S 285f) Das deliberative Ideal nimmt an, daß das Verständnis der Leute gleich ist, wenn man den Einfluß wirtschaftlicher und politischer Macht ausschließt. Das stimmt allerdings nur, wenn man kulturelle Unterschiede und ungleiche soziale Positionen eliminiert. Das Modell deliberativer Demokratie tendiert zur Annahme, daß Deliberation kulturell neutral und universell ist. Young plädiert eher für eine „theory of communicative democracy that amends to social difference, to the way that power sometimes enters speech itself, recognizes the cultural specificity of deliberative practices, and proposes a more inclusive model of communication.“ (Young, 1998, S 123)

Dieser angesprochene Hintergrundkonsens schließt neben der gemeinsamen Lebenswelt der Beteiligten auch die Anerkennung der Gültigkeit gewisser Handlungsnormen ein. Diese definiert Habermas als „zeitlich sozial und sachlich generalisierte Verhaltenserwartungen.“ (1998, S 138) Die Betroffenen, also jene, die durch die Konsequenzen einer Entscheidung berührt werden, sollen sich in rationalem Diskurs über problematisch gewordene Geltungsansprüche verständigen. (Habermas, 1998, S 138)

Die gemeinsame Lebenswelt der Beteiligten bedeutet gemeinsame Werte, Erfahrungen, Normen und Grundüberzeugungen. Laut Göler ist es wichtig, „dass die beteiligten Akteure über einen gemeinsamen Referenzrahmen verfügen, der einen Bewertungs- und Orientierungsmaßstab [...] darstellt. [und], dass Übereinstimmung über die betreffenden Begrifflichkeiten herrscht, oder

- wo dies nicht der Fall ist - man sich zumindest der bestehenden Bedeutungsunterschiede bewusst ist.“ (Göler, 2006, S 51)

Die Teilnehmer sollen offen gegenüber neuen Ansichten sein.

Überschaubare Verhandlungsarena: ein gewisses Maß an Abgeschlossenheit und Vertrautheit begünstigt die Deliberation, trotz Anspruch auf uneingeschränkte Öffentlichkeit. „Auf der anderen Seite kann sich die Öffentlichkeit der Beratungen aber auch hemmend auf die Bereitschaft auswirken, sich überzeugen zu lassen, da eine Präferenzveränderung immer auch als Eingeständnis gedeutet werden kann, bisher eine "falsche" Position vertreten zu haben, was die Gefahr eines "Gesichtsverlustes" mit sich bringt. (Göler, 2006, S 49f)

Ungewohntes Verhandlungsumfeld: der neutrale Ort motiviert eher dazu neue Informationen aufzunehmen.

Die Teilnehmer sollen bereit sein, den eigenen Standpunkt zu überdenken und gegebenenfalls zu ändern: „Der zwanglose Zwang des besseren Arguments“ (Habermas, 2001, S 12f) Damit sind vernünftige Argumente und deren moralische Angemessenheit gemeint, wobei ethisches Verhalten der Teilnehmer durch Öffentlichkeit und breite Partizipation sicherzustellen sind, nur dann ist verständigungsorientierter Austausch von Argumenten wahrscheinlich. (Feindt, 2001, S 526 ff)

Feindt (2001, S 526 ff) ergänzt Habermas' Forderungen durch einige verfahrensimmanente Punkte:

Responsivität gegenüber Einwänden und Fragen der Verfahrensgerechtigkeit, die im Verfahren selbst aufgeworfen werden. Zweifel und Beschwerden müssen geklärt werden.

Entscheidungen, Informationen und Bewertungen müssen korrigiert werden können.

Die Teilnehmer müssen die Entscheidungshoheit über den Prozeß haben: Festlegung der Basisregeln des Verfahrens, Entscheidungsstrukturen, der Mechanismen der Überwachung und Sanktionierung zur Sicherung und gegebenenfalls Änderung des Verfahrens, Beschwerderechte gegen Entscheidungen.

Konsistenz von Personen und Zeit durch gleiche Verfahrensrechte aller Beteiligten: Balance zwischen dem Prinzip der Offenheit und der verfahrensnotwendigen Geschlossenheit, die erst die Konsistenz der Verfahrens erzeugt.

Benhabib fügt noch einen bisher nicht angesprochenen Punkt an: **Legitimität der Entscheidungen**. Die Basis von Legitimität in demokratischen Institutionen fußt auf der Annahme, daß die Instanzen für sich selbst verbindliche Macht verlangen, weil ihre Entscheidungen für überparteilich im Interesse aller gehalten werden. (Benhabib, 1998, S 69) Legitime Entscheidungen, die von allen Betroffenen mitgetragen werden, können nur erreicht werden, wenn diese auch alle Zugang zu den relevanten Informationen haben, was jedoch nicht immer der Fall ist.

Die politische Diskussion wird in beiderlei Hinsicht durch Weblogs in verstärktem Maße ermöglicht, da jeder Leser die Einträge des Autors und anderer Leser kommentieren kann. Jeder kann in einem der Wahlblogs einen politischen Diskurs beginnen oder teilnehmen.

Die moralische Basis der deliberativen Prinzipien gründet sich auf den Wert der Gegenseitigkeit: jeder diskutiert mit vernünftigen Argumenten, vorausgesetzt diese sind gesetzlich, ethisch oder moralisch einwandfrei, und für andere akzeptabel. Die Teilnehmer sollten immer bedenken, daß sich eine Ansicht, die sie jetzt verwerfen, in der Zukunft als richtig herausstellen könnte. Diese Erkenntnis hat nicht nur Auswirkungen auf die Diskussionskultur, sondern auch auf die eigenen Argumente. (Gutmann/Thompson, 2003, S 42)

Zusätzlich zu den bereits vorgestellten Deliberationsbedingungen muß eine Diskussion, um konstruktiv zu sein, einige weitere Voraussetzungen erfüllen, die für jede Art von Diskussion gelten: „Wenn Verständigung und kommunikative Handlungskoordination überhaupt möglich sein sollen, müssen die Akteure fähig sein, zu kritisierbaren Geltungsansprüchen begründet Stellung zu nehmen und sich im eigenen Handeln an Geltungsansprüchen zu orientieren.“ (Habermas, 2001, S 33)

Habermas hat vier Geltungsansprüche definiert, auf die sich die Gesprächsteilnehmer einigen müssen, um sich zu verständigen:

- Verständlichkeit
- Wahrhaftigkeit
- Wahrheit/Evidenz
- Angemessenheit

Alle Geltungsansprüche stehen untereinander in einem intakten Verweisungszusammenhang; d.h. stimmt ein Rezipient einem Anspruch zu, tut der das implizit auch bei den anderen, andernfalls muß er seinen Dissens erklären. Die Situation, in der Kommunikatoren verständigungsorientiert handeln können, muß von allen gemeinsam definiert werden. (Habermas, 1995, S 184f)

In der folgenden Tabelle haben Renn und Oppermann diese vier Geltungsansprüche in Aussagetypus, Beispiel, Anspruch und Überprüfungskriterium aufgeschlüsselt und miteinander verglichen:

Geltungskriterien	Verständlichkeit	Evidenz	Wahrhaftigkeit	Normative Angemessenheit
Aussagetypus	kommunikativ	kognitiv	expressiv	normativ
Beispiel	Definition	Tatsachenbehauptung	Versprechen, Gefühlsäußerung	Werte, Ziele, Interessen
Geltungsanspruch	Zweckmäßigkeit	Wahrheit	Aufrichtigkeit	Richtigkeit
Kriterien der Überprüfung	➤ Erleichterung des Verständnisses ➤ Kongruenz zwischen Übersetzung und Original ➤ Autorisierung durch Verfasser	Für systematisches Wissen: ➤ Methodologische Regeln ➤ Peer Review Für anekdotisches Wissen: (durch Erzählung) ➤ Singuläre Nachprüfbarkeit	Für affektive Aussagen: ➤ Übersetzung in kognitive oder normative Aussagen ➤ Autorisierung der Übersetzung Für Verhaltensprognosen: ➤ Verhalten in der Vergangenheit ➤ Reputation	➤ Kohärenz (Widerspruchsfreiheit) ➤ Konsistenz (Logische Folgerichtigkeit) ➤ Reziprozität (Verallgemeinerungsfähigkeit) ➤ Kompatibilität mit Gesetzen und allgemein anerkannten Normen

Abbildung 1. Typen von Aussagen und Prinzipien der jeweils anzuwendenden Geltungsansprüche (Renn/Oppermann, 1998, S353)

Während des ersten Analysedurchganges zeigte sich, daß sich die Zweifeläußerungen nicht zu Gänze mit diesen vier Kategorien – Verständlichkeit, Wahrheit, Wahrhaftigkeit und Richtigkeit – einteilen ließen. Eine fünfte Kategorie wurde empirisch ergänzt: Zweifel an der Kompetenz. Sehr oft wurde die Fähigkeit einer Person oder Partei in Frage gestellt, eine Leistung erbringen zu können oder die Realisierbarkeit, der Nutzen eines Projektes angezweifelt.

Mit dieser Kategorie konnten sämtliche nicht kategorisierbaren Zweifeläußerungen untergebracht werden. Gerade im vorliegenden politischen Kontext erheben die Teilnehmer den Anspruch, daß Politiker sowie Nicht-Funktionäre, die sich öffentlich mit Politik beschäftigen, wissen wovon sie reden. Analog wird auch von den dahinter stehenden Parteien verlangt, sich als Gruppierung überzeugend und kompetent zu präsentieren, ebenso wie deren Projekte und Wahlversprechen realisierbar und erfolgreich sein sollen, und damit ebenfalls „kompetent“ sein müssen.

Dazu Habermas und Luhmann (1974, S 117): „Der Diskurs dient der Begründung problematisierter Geltungsansprüche von Meinungen und Normen.“ Das gilt für *offline* genauso wie für *online* Deliberation. Da die Geltungsansprüche im Diskurs eine wichtige Rolle spielen, geht diese Arbeit auch der Frage nach, wie Blogger und Kommentatoren mit ihren Zweifeln umgehen. Wie oft werden welche Zweifel geäußert?

Damit es zur Verständigung kommt, müssen die Diskussionsteilnehmer diese vier Ansprüche einlösen: inhaltlich wie grammatikalisch verständlich kommunizieren, wahre Aussagen über die Wirklichkeit machen, wahrhaftig ihre tatsächlichen Absichten vertreten, ohne den anderen täuschen zu wollen (=objektive Welt), sich also vertrauenswürdig erweisen (= subjektive Welt) und dabei keine Werte und Normen verletzen, also legitim kommunizieren (= soziale Welt). (Burkart, 2008a, S 225)

Wenn sich die Teilnehmer gegenseitig verstehen, glauben, vertrauen und akzeptieren, herrschen ideale Bedingungen für ein Einverständnis.

2.1.5 Probleme und Grenzen der Deliberation

“It is time to put 2 and 2 together. Deliberation can occur only if someone pays for it. Deliberation (again, about technical reasons) can be effective only if there is inequality, either of access to specific information or of calculating capacity. Add a dose of self-interest, and the mixture will reek of "manipulation," "indoctrination," "brainwashing," whatever one wants to call it.” (Przeworski, 1998, S 148)

Die ideale Deliberationssituation stößt bei Umsetzung in die Praxis rasch an ihre Grenzen. Viele Prämissen sind nicht oder nur eingeschränkt realisierbar. Vor allem lassen sich, abhängig von der Situation, nicht alle Voraussetzungen gleichzeitig einhalten. Aus pragmatischen Gründen muß man folgende Kritikpunkte abwägen, die Dryzek (2000, S 167 ff) ausführlich beschreibt. Er stellt sich unter anderem die Frage, ob nur rationelle Argumentation oder auch andere Kommunikationsformen zugelassen werden sollen. Rhetorik z. B. kann zur Manipulation verwendet werden, Begrüßung zur Einschüchterung. Behauptungen und Glaubwürdigkeit von Experten müssen sich der Überprüfung stellen.

Deliberation fordert Meinungsfreiheit – aber soll man jede Meinung zulassen? Was tun mit Vorurteilen, Rassismus, sektoiden Ansichten? Dryzek (2000, S 167) ist gegen einen Ausschluß: “Discursive democracy is not an exclusive gentlemen's club.”

Auch Werte wie Unparteilichkeit, Höflichkeit etc. müssen nicht schon vor Eintritt in die Diskussion selbstverständlich sein. Der einzige Weg Höflichkeit und Gegenseitigkeit zu lernen, ist

durch die Praxis der Deliberation selbst. Die Teilnahme an Deliberation bringt Individuen dazu, über ihre eigenen Interessen hinausgehende Interessen anderer zu beachten, die sonst benachteiligt wären, und erweitert so ihren Horizont.

Aber man soll Deliberation nicht für jede kleine Entscheidung heranziehen. Deliberation kostet Zeit und Energie: aus ökonomischen Gründen sollten nicht alle Entscheidungen öffentlich wie privat so diskutiert werden. Deliberation eignet sich am besten für wichtige oder schwierige Entscheidungen.

Weitere mögliche Nachteile sind Zeitverschwendung, Aufschiebung von Entscheidungen und Unentschlossenheit, Notwendigkeit zur Veränderung und unfaire Agendakontrolle. Manchmal mit Absicht, manchmal ohne kann Deliberation zu „collective fiddling while Rome burns“ werden. „The question arises, therefore, how much is too much deliberation?“ (Shapiro, 2003, S 121) Gambetta argumentiert, dass Deliberation dann Zeitverschwendung ist, wenn die Qualität der Ergebnisse mit Vorschreiten der Dauer abnimmt. (Gambetta, 1995, S 21)

Obwohl Habermas behauptet, daß jeder die Freiheit hat, an einem Diskurs im öffentlichen Bereich teilzunehmen und dort gehört zu werden, gibt es in solchen Diskursen stumme Teilnehmer. Einige wollen oder können nicht in der Öffentlichkeit sprechen; Unfähigkeit sich auszudrücken, Angst, Bequemlichkeit oder Unterdrückung halten viele Leute fern von der Teilnahme am öffentlichen Leben. (Gould, 1998, S 175f)

Habermas (1990, S 316 ff) teilt das Wählerpublikum in zwei sehr verschiedene Gruppen. Eine Minderheit politisch aktiver Bürger, Mitglieder in Parteien oder anderen Organisationen, meist mit opinion leader Status, steht einer Mehrheit gegenüber „über die der Flugsand tagespolitischer Kontroversen, wie es scheint, spurlos hinwegstreift.“

Die Probleme und Einschränkungen in der deliberativen Praxis zeigen sich vor allem bei Deliberation *face-to-face*: Argumentbasierte Übereinkunft als Prinzip ist auf lokaler Ebene am leichtesten zu erreichen, wenn sich eine kleine Anzahl an untereinander bekannten Leuten trifft, um ein Problem zu lösen. (Dryzek, 2000, S 50) Die Anzahl der Teilnehmer darf jedoch nicht zu groß werden, andernfalls können nicht mehr alle ihre Ansichten vorstellen und diskutieren.

Eine der wichtigsten Schlußfolgerungen, die Dahl und Tufte (1973) ziehen, lautet: je zahlreicher die Teilnehmer, desto weniger Gelegenheit gibt es für sequentielle Teilnahme. Im folgenden Beispiel führen sie die ideale Deliberationssituation *ad absurdum*:

“if each citizen speaks once on the main issue, and his speech is then followed by a rejoinder from every other citizen, the number of speeches by each participant must increase as the square of the number of participants ... critics will point out that if the average time required for a speech were 15 minutes, if the bare quorum of 6,000

citizens were present, and if sessions were held 10 hours a day for 300 years, then ... [it] would require the Assembly to meet for 3,000 years to reach a single decision. Our axiomatics have enabled us, at the very least, to push an example or two to the point of utter absurdity. The essential point, however, is not at all absurd, even though it is painfully obvious: the number of people who can participate directly in a decision by speaking so as to be heard by all the other direct participants is extremely small. (1973, 70)“ (Dahl/Tufte, 1973, S70 zit nach. Van Mill, 2006, S 30)

Elster (1998, S 14) findet einen weiteren Punkt, der seiner Meinung nach gegen die Idealisierung von Deliberation spricht: Deliberation ist nie der einzige Entscheidungsfindungsprozeß. Sie wird aus unterschiedlichen Gründen, wie z.B. Zeitmangel, immer durch eine Abstimmung, einen Handel oder beides ergänzt. Theoretisch ist eine Debatte mit anschließender Abstimmung ohne Verhandlung denkbar. Da öffentliche Plattformen den Einsatz von Versprechungen und Drohungen einschränken, sollte man das nutzen, empfiehlt Elster, und die Repräsentanten an privaten Gesprächen hindern. Soweit die Theorie; in der Praxis läßt sich das nicht umsetzen. Man kann keine Umgebung für eine Diskussion schaffen, ohne gleichzeitig auch Verhandlungen zu ermöglichen. (Elster, 1998, S 14)

Neben privaten Absprachen gibt es eine Reihe weiterer den Prozeß sabotierender Verhaltensweisen. Deliberative Gespräche sind auf Kooperation angewiesen, speziell, wenn sie Begründungen statt Interessen betreffen. Wenn die Teilnehmer zu spät kommen, sich gegenseitig nicht zuhören, sich vordrängen, gleichzeitig sprechen oder sich anschreien, wenn ihnen die Argumente ausgehen, gibt es einfach keine Basis für Deliberation. Natürlich ist Deliberation auf Redefreiheit angewiesen; diese funktioniert jedoch nur, wenn andere bereit sind, zuzuhören, was nicht selbstverständlich ist. Man darf nicht annehmen, daß überall günstige Bedingungen für erfolgreiche Deliberation vorliegen. (Gambetta, 1995, S 20)

Die Bedeutung für Gemeinschaftsentscheidungen liegt darin, daß Deliberation Individualinteressen einschränkt, weil irreführende Reden die Leute dazu anregen würden, Optionen zu unterstützen, die sie mit adäquater Information ablehnen würden. Wie Przeworski (1998) aufzeigt, kann Deliberation Individuen dazu bringen, falsche Ansichten über Optionen zu akzeptieren, die in ihrem Interesse liegen. Im Extremfall glauben sie an eine komplette Ideologie darüber, was zu ihrem Vorteil ist: “such as 'what is good for General Motors is good for America'.” (Dryzek, 2000, S 37)

Diese Gefahr besteht nicht nur in *face-to-face* Diskussionen, sondern auch im Weblog. Haben Weblogs Potential für strategische Kommunikation, wie im vorliegenden Fall Wahlwerbung? Versuchen die Blogger die politischen Werte und Themen der von ihnen vertretenen Partei an den Wähler zu bringen? Laut Przeworski würde das der idealen Deliberation widersprechen.

Das zieht einige Probleme nach sich im Hinblick auf das Zielpublikum, wie Neidhardt (1994, S 13) erklärt:

1. Je größer das Publikum ist, dem sich ein Politiker präsentiert, um so zahlreicher sind die Laien, also Nicht-Experten im Hinblick auf die Themen, um die es jeweils geht. „Expertentum gehört nicht zu den Teilnahmebedingungen des Publikums. Die Folge ist, daß sich alle Öffentlichkeitsakteure auf eine begrenzte Verständnissfähigkeit des Publikums einstellen müssen, um erfolgreich sein zu können.“
2. Weitere Schwierigkeiten ergeben sich aus der Heterogenität des Publikums. Die Zusammensetzung des Publikums ist nicht repräsentativ und variiert je nach Sprecher, Medium, Thema und Meinung, woraus eine gewisse Segmentierung des Publikums resultiert. Allerdings kann man davon ausgehen, daß alle Altersgruppen, Männer und Frauen, alle Bildungsschichten, sowie politische Meinungen, also im Hinblick auf Kompetenzen und Interessen unterschiedliche Bezugsgruppen im Publikum vertreten sind.
3. Ein so heterogenes Publikum verfügt nur über einen schwachen Organisationsgrad. Berücksichtigen sollte man, „daß das Publikum mehr ist als ein bloß statistisches Aggregat einzelner Rezipienten (eine Annahme, die zu den Schwächen der üblichen Umfrageforschung gehört).“ (Neidhardt, 1994, S 13)

Die Forderung nach voller Repräsentation bringt weitere Probleme mit sich. Gegenwärtig gibt es soziale Heterogenität in großem Maße. Diese Heterogenität reflektiert nicht nur die Existenz vieler unterschiedlicher Gruppen, sondern auch die internen Unterschiede jeder Gruppe. So ist es z.B. klar, daß man nicht länger von den „Frauen“ oder den „Schwarzen“ als Gruppe reden kann, da man so die Individualität der Personen übersieht. (Gargarella, 1998, S 270)

Deliberation in der Gruppe bringt ein weiteres Problem mit sich, das meist nicht beachtet wird. Sunstein befaßt sich mit einem auffälligen statistischen Regelfall – der Gruppenpolarisierung. Gruppenpolarisation bedeutet, daß Mitglieder einer deliberierenden Gruppe vorhersagbar zu den extremen Positionen ihrer Ansichten tendieren. (Sunstein, 2003, S 81)

Zwei prinzipielle Mechanismen liegen der Gruppenpolarisation zu Grunde. Der erste weist auf sozialen Einfluß auf Verhalten und den Wunsch den Ruf und das Selbstbild aufrecht zu erhalten hin. Der zweite betont das begrenzte Argumentationspool innerhalb einer Gruppe und die Richtung, in die diese begrenzten Pools die Mitglieder führen. (Sunstein, 2003, S 99)

Es gibt zwei Haupterklärungen für Gruppenpolarisation:

1. *Sozialer Vergleich*: die Leute wollen von den anderen Gruppenteilnehmern vorteilhaft wahrgenommen werden und nehmen diese selbst vorteilhaft wahr. Sobald sie die Meinung der anderen hören, richten sie ihre Position nach der dominanten Position aus. Das Ergebnis ist, daß sich die Position der Gruppe zu einem Extrem bewegt und auch die Individuen beeinflusst. (Sunstein, 2003, S 83)
2. *Überzeugende Argumente*: Die zweite Erklärung betont die Rolle überzeugender Argumente und basiert auf dem Hausverstand: jeder Standpunkt zu einem Problem zeigt, wie überzeugend die Argumente der Gruppe sind. Die Auswahl bewegt sich in die Richtung der überzeugendsten Position, die kollektiv angenommen wird. Da eine Gruppe, deren Mitglieder bereits in eine Richtung tendieren, unproportional viele Argumente für diese Richtung hat, werden die Individuen weiter dahin wenden, wohin sie zu Beginn schon tendiert haben. (Sunstein, 2003, S 84)

Verbesserungen – und Depolarisation: erstens macht es einen großen Unterschied, ob die Leute sich als Teil derselben Gruppe fühlen wie die anderen Mitglieder; das Gefühl geteilter Identität erhöht die Bereitschaft zur Meinungsänderung während der Eindruck, Identität werde nicht geteilt, diese verringert oder verhindert. Zweitens tendieren deliberierende Gruppen zur Depolarisation, wenn sie aus gleichmäßig gegenüberstehenden Untergruppen bestehen und wenn die Mitglieder ein gewisses Maß an Flexibilität in ihrer Position zeigen. Diese Erkenntnisse sind relevant für jede Darstellung des Verhältnisses zwischen Gruppendepolarisation und demokratischen Institutionen. (Sunstein, 2003, S 84f)

Um zu wissen, welche Standpunkte in einer Gruppendeliberation repräsentiert werden sollen, ist es wichtig, eine Ahnung von den wichtigsten Problemen zu haben und eine ausreichende Einschätzung um Urteile zu fällen, welche Standpunkte einbezogen bzw. ausgeschlossen werden müssen. Aber wenn wir das schon vor der Deliberation wissen, hat sie dann überhaupt einen Sinn? Es ist nicht notwendig jeden Standpunkt zuzulassen, aber sicherzustellen, daß kein einzelner Standpunkt so stark vertreten wird, daß die Leute keine kritische Evaluation mehr üben können. (Sunstein, 2003, S 96)

Van Mill ortet ein großes Problem bei der Spannung zwischen den verwandten Ansprüchen auf Pluralismus und Konsens. Dieses Streben nach Pluralismus liegt im Widerspruch zu dem Wunsch nach Einstimmigkeit, weil es realistischer scheint, daß Pluralismus nicht zum gewünschten Ziel, nämlich Konsens, führt. Vernünftiger Pluralismus ist nur eine von vielen Formen menschlicher Unterschiede, wie z.B. unterschiedliche Vorlieben und Fähigkeiten, Chancen im Leben, Talent, ethnische Herkunft und rhetorischer Stil.

Van Mill (2006, S 33) sieht zusätzlich zu den schon genannten Problemen noch jenes der intellektuellen und moralischen Qualitäten der Gesprächspartner. Defizite bei einem von ihnen führen oft die Diskussion weg von der Wahrheit.

Sarcinelli (1998, S 260) sieht die Grenzen deliberativer Politik in Bereichen „hoch aufgeladene[r] Wertekonflikte“ wo

„weder in der öffentlichen Meinung noch zwischen dieser und dem politischen Entscheidungssystem mit einem Konsens gerechnet werden kann. Ausgleich, Mäßigung und Kompromiss, Verhinderung von Entscheidungsblockaden und letztendliche Tolerierung von dem, was mehrheitlich entschieden für alle verbindlich sein soll - dies bedarf institutionell vermittelter Politik.“ (Sarcinelli, 1998, S 260)

Finden Beratungen öffentlich statt, hat das einerseits den Vorteil, daß „hierdurch die Verpflichtung gegenüber bestimmten sozialen Normen erhöht wird und die Teilnehmer ihre Positionen immer auch vor der Öffentlichkeit rechtfertigen und hierfür schlüssige Argumente anführen müssen“. (Göler, 2006, S 49) Andererseits hat das den Nachteil, daß die Teilnehmer sich aus Angst vor einem Gesichtsverlust nicht überzeugen lassen wollen. Das käme dem Eingeständnis gleich, vorher im Irrtum gewesen zu sein. (Göler, 2006, S 49f)

Wie ausgeprägt ist der Meinungspluralismus im Weblog: haben die Kommentatoren dieselbe politische Auffassung wie der Blogger, sofern diese bekannt ist? Sind die Teilnehmer (Blogger wie Kommentatoren) bereit, eine bereits geäußerte Meinung zu ändern?

2.2. Weblogs in Deliberation

Das erste reguläre Weblog wurde 1997 von David Winer, dem Gründer und CEO der Userland Software in Silicon Valley, geführt. (Lasica, *Weblogs: A New Source of News*, 2002) Der Begriff Weblog wurde in diesem Jahr erstmals von Jorn Barger auf seiner Website benützt und die Abkürzung „Blog“ im Jahr 1999 erstmals verwendet, in dem Jahr, in dem allgemein der Boom dieser Art von Webseiten begann. (<http://de.wikipedia.org/wiki/Blog>)

Diese *online* Tagebücher erfüllen die Aufgaben und die Gestaltung von „Mailinglisten, Newsgroups, Diskussionsforen oder Onlinedatenbanken.“ (Zerfaß/Boelter, 2005, S 22) Das ist jedoch nicht alles. Das Weblog ist außerdem:

„arguably the first form native to the Web. Its basic unit is the post, not the article or the page. Bloggers write as much or as little as they choose on a topic, and although entries are presented together on the page, each post is given a permalink, so that

individual entries can be referenced separately.“ (Blood, *Weblogs and Journalism in the Age of Participatory Media*, 2003)

Weblogs haben sich aus persönlichen Linklisten zu einem Interessensgebiet und zu regelrechten Filtern entwickelt. Sie wurden zu “opinion and editorial pages for thousands.” (Bausch/Haughey/Hourihan, 2002, S 8) Ein Weblog ist “a reflection of its author, and provides a view into the writer’s life and mind through the content the author chooses to reveal and share with the audience.” (Bausch/Haughey/Hourihan, 2002, S 28)

Der Aufbau von Weblogs sowie die Gesetzeslage¹ bringen es mit sich, daß die reale Persönlichkeit des Bloggers bekannt wird. Blogger sollten außerdem beachten, daß ihre *postings* im Web stark verbreitet und auch sehr lange gespeichert werden. „Im Gegensatz zu Foren oder sonstigen elektronischen Netz-Publikationen wird nichts gelöscht, sondern aus Gründen der Nachvollziehbarkeit lediglich (dünn) durchgestrichen.“ (<http://de.wikipedia.org/wiki/Blog>) Aus diesem Grund sollten Blogger „sich daher sehr genau überlegen, was und wie sie formulieren und den Selbstschutz beachten“. (<http://de.wikipedia.org/wiki/Blog>)

Ein Weblog ist eine Sammlung persönlicher Inhalte, die mit der Zeit Einblicke in die “intellectual soul” der Autoren eröffnet. (Stone, 2004, S 35) Blogger setzen ihren Artikel mit ähnlichen Artikeln zum gleichen Thema in Zusammenhang, so daß unter Umständen neue Aussagen herauskommen und die Leser sogar andere Schlüsse aus dem Konglomerat ziehen, als sie es aus einem einzelnen Artikel getan hätten. Weblogs als unabhängiges Medium zu bezeichnen, ginge zu weit, so Rebecca Blood, aber diese Blogger, die das Web nach Fakten durchsuchen, diese bewerten und kommentieren, sind Öffentlichkeit. Sie definieren Medien neu, indem sie ihren Beitrag zu den Massenmedien liefern. (Blood, *Weblogs: A History and Perspective*, 2000)

Die Blogosphäre ist die Gesamtheit aller Weblogs, ihrer Akteure, Themen und Kommunikationskulturen und bildet eine neue, weltumspannende Öffentlichkeit. (Zerfaß/ Boelter, 2005, S 75) Einige Einschränkungen gibt es dabei allerdings: den Zugang zum Internet zum einen und zum anderen die klassischen Nachrichtenwerte (Nähe, Prominenz, Überraschung, Konflikt). Nur wer einen Internetanschluß zur Verfügung hat und die Sprache des Autors beherrscht, kann mitlesen und kommentieren. Diese potentielle *user* Gruppe wird durch den oder die Schwerpunkte eines Blogs weiter reduziert. Interesse und persönliche Betroffenheit sind die ausschlaggebenden

¹ „Der Deutsche Bundestag beschloss am 18. Januar 2007 das neue Telemediengesetz. Da nach dem Gesetzestext auch Weblogs als Telemedien anzusehen sind, sind Weblog- Betreibern damit bestimmte Kennzeichnungspflichten auferlegt. Dazu zählen unter Anderem die Notwendigkeit eines Impressums, sofern es sich um ein geschäftsmäßiges Weblog handelt.

Kritiker bemängeln die Unschärfe des Gesetzestextes, der nicht explizit die Kriterien nennt, ab wann genau ein Weblog als geschäftsmäßig gilt.“ (<http://de.wikipedia.org/wiki/Blog>)

Faktoren für die Lektüre und/oder aktive Teilnahme an einem Blog. Aber thematische Betroffenheit macht aus dem Leser noch keinen Teilnehmer. Nicht jeder ist bereit, seine Meinung öffentlich zu äußern.

Die Entscheidung, welcher Partei man seine Stimme gibt, könnte man im Zweifelsfalle durch Diskussion in einer kleineren Gruppe treffen. Hier kommen Weblogs ins Spiel. Nicht jeder gibt gerne bekannt mit welcher Partei er sympathisiert, *online* kann man relativ anonym diskutieren und sich z.B. über Vor- und Nachteile eines Parteiprogramms beraten.

Faßt man die bisherigen Befunde zusammen, erkennt man, daß Weblogs zahlreiche Aufgaben übernommen haben. Welche Bedeutung haben Weblogs für die Blogger und deren Kommentatoren auf www.wahlblogs.at? Sehen Blogger darin einen Zeitvertreib, eine Plattform zur Selbstdarstellung oder eine zur Diskussion mit anderen? Denn Deliberation hat im Weblog nur eine Chance, wenn die Blogger ihr eine geben.

Es gibt aber auch andere Sichtweisen auf den neuen Kommunikationskanal: „Tatsächlich sind die meisten politischen Blogs eher vergleichbar mit täglichen Kolumnen.“ (Möller, 2005, S 133) Und weiter: „Blogs stellen ohne Zweifel eine neue, bedeutende Form der Meinungsbildung dar. Sie nutzen jedoch noch kaum die bereits erprobten Mittel, Inhalte wirklich gemeinsam zu schaffen.“ (Möller, 2005, S 154)

Daß die Bedeutung von Weblogs noch ambivalent gesehen wird, zeigen Zerfaß und Boelter (2005, S 16), indem sie extreme Ansichten einander gegenüberstellen:

„Für ihre Anhänger sind sie eine Reinkarnation der bereits verloren geglaubten, partizipatorischen Dimension des Internets, Nukleus einer neuen Kommunikationskultur und damit zugleich eine Bedrohung der etablierten Massenmedien. Skeptiker halten dagegen, daß sich bei nüchterner Betrachtung bislang nur eine neue Spielwiese für privaten Klatsch und Tratsch zeigt, von der sich erfolgreiche Unternehmer und Politiker lieber fern halten sollten.“

Lutz Hagen (1998, S 11) und Theodor Zipfel (1998, S 26ff) sehen *online* Medien gegenüber klassischen Medien im Vorteil und streichen die Vorzüge zur Verbreitung politischer Information heraus:

- Informationstechnische Ebene: *online* Medien besitzen gegenüber herkömmlichen Medien ein außerordentlich erweitertes informationstechnisches Potential.
- Durch Vernetzung von verwandten Angeboten über Links sowie mit Hilfe sogenannter Suchmaschinen, kann inzwischen auch der Internet Neuling schnell in die Informationsfülle eintauchen und sie für sich erschließen;
- die Kapazität des Mediums ist enorm; Anbieter können Informationen in einer Größenordnung von Archiven, Nachrichtendatenbanken oder ganzen Bibliotheken

bereithalten und so Zugriff auf unzählige, sich ständig vermehrende Quellen mit den verschiedensten, auch sehr speziellen Informationen;

- viele der angebotenen Informationen, Text-, Bild-, und Tondokumente kann der *user* auf seinen Computer herunterladen und als Dateien weiterverarbeiten;
- Die Nutzerebene: Das technische Potential bietet einen größeren Gestaltungsspielraum des individuellen Einsatzes. Im Internet bestehen im Gegensatz zu den meisten anderen Massenmedien keine zeitlichen und räumlichen Zugangsreglementierungen. Die Bereitstellung bzw. Nutzung der Informationsangebote wird nur von den Kapazitätsgrenzen der *user* (bspw. Know-how, Personal oder technische Mittel) determiniert. Der Zugang ist in der Regel öffentlich, aber nicht jede angebotene Information kostenlos.
- Kommunikationsebene: *online*-Medien besitzen im Gegensatz zu den meisten anderen Medien neben der Bereitstellungs- und Verteilungs- auch eine Rückkopplungsfunktion mit Interaktionsmöglichkeiten.
- Internet und *online* Dienste lassen neue Formen der Telekommunikation entstehen: Foren, Chatrooms und Weblogs;

Dadurch, daß Diskussionen in Weblogs schriftlich geführt werden, hat dieses Medium einige Vorteile gegenüber *face-to-face* Deliberation. Die Teilnehmer können einander nicht ins Wort fallen. Zuspätkommende stören nicht, da die Teilnehmer die veröffentlichten Beiträge zeitversetzt lesen. Wenn nichts zensuriert (gelöscht) wird, bleibt alles für spätere Referenz erhalten. Diese sind Vorteile, die schon bei oberflächlicher Betrachtung auffallen. Doch welche Vorteile gibt es noch? Wie kann ein Weblog Deliberation fördern? Dazu gehören Einflußmöglichkeiten des Bloggers technischer oder kommunikativer Art. In der vorliegenden Arbeit wird diese Frage mit den Variablen nach Göler und Feindt (siehe S18f) analysiert. Diese Variablen wurden für *offline* Deliberation entwickelt. Daraus folgt natürlich die Frage: welche Variablen können *online* beeinflußt werden und welche nicht.

Webloggenres

Es gibt Weblogs zu jedem Thema: private Befindlichkeiten, Essays über ein Hobby, Kommentare zum Tagesgeschehen, etc. NGOs betreiben Weblogs mit „investigative[m] und meinungsbildende[m] Anspruch“. (Zerfaß/Boelter, 2005, S 28)

Blogging beinhaltet viele Aspekte, die Biz Stone (2004, S 34f) so zusammenfaßt:

“self-expression, personal publishing, a diary, amateur journalism, the biggest disruptive technology since e-mail, an online community, alternative media, curriculum for students, a customer relations strategy, knowledge management, navel gazing, a solution to boredom, a dream job, a style of writing, e-mail to everyone, a fad, the answer to illiteracy, an online persona, social networking, résumé fodder, phonecam pictures”.

Uns interessieren hier Weblogs, die gesellschaftliche Deliberation anbieten: Journalistische Weblogs werden von ausgebildeten Medienmachern mit journalistischen Zielsetzungen und Standards herkömmlicher Medien gestaltet, z.B. um eine kritische Gegenöffentlichkeit zu schaffen, Initiativen zu starten, etc. (Zerfaß/Boelter, 2005, S 26) Blood allerdings geht davon aus, daß die Mehrheit der Blogger nur bereits anderswo veröffentlichtes Material wiedergibt.

Anläßlich der Anschläge vom 11. September oder dem Erdbeben in Seattle hat sich ein neues Genre gebildet: “*amateur or peer-to-peer (p2p) journalism*”. Diese Weblogs berichten als Amateurjournalisten über Ereignisse, deren (Augen-)Zeugen sie sind und damit Informationen aus erster Hand bieten können, ohne sie editieren bzw. mit einer Zeitungslinie abstimmen zu müssen. (Bausch/Haughey/Hourihan, 2002, S 32) Die Beispiele belegen deutlich, daß zahlreiche Blogger Neuigkeiten aus erster Hand veröffentlichen.

„*Corporate Blogs bzw. Politik-Blogs*“ bieten die Möglichkeit authentische, ungefilterte, dialogorientierte, potentiell argumentative Kommunikationsprozesse mit relevanten Gruppen durchzuführen. (Zerfaß/Boelter, 2005, S 92)

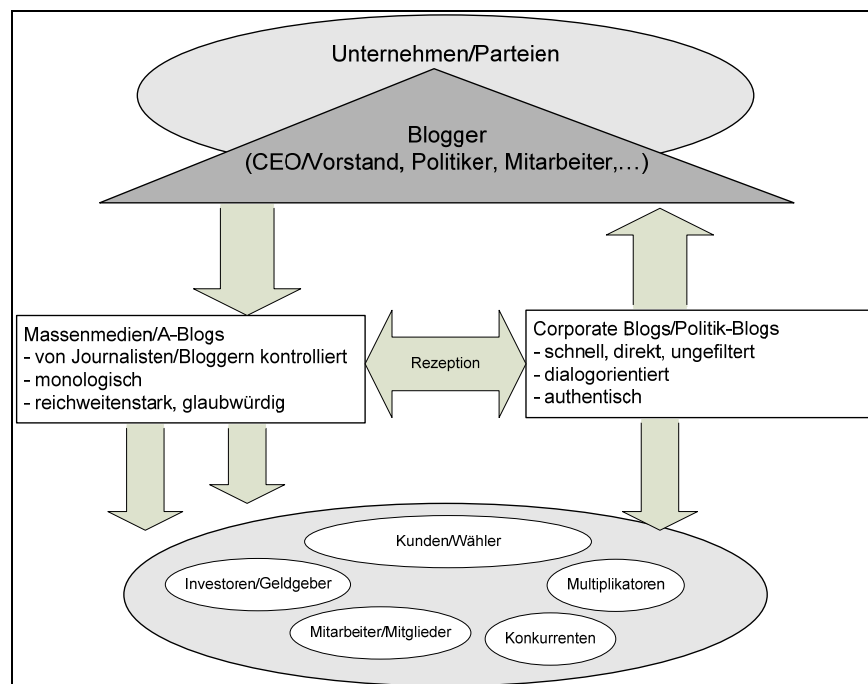


Abbildung 2. Weblogs im Spannungsfeld von Individual- und Massenkommunikation (Zerfaß/Boelter, 2005, S 93)

Blogs, vor allem jene von privaten Autoren, zeichnen sich aus durch Unmittelbarkeit und unbegründete Mutmaßungen auf Kosten von Genauigkeit und Reflektion über das Geschriebene. Aber Blogs bieten persönliche Ansichten, vertrauenswürdige Quellen kombiniert mit subjektivem, emotionalem Journalismus: “people sharing what's in their gut and backing it up with facts or persuasion.” (Lasica, *Weblogs: A New Source of News*, 2002)

Berufsjournalisten kommen mittlerweile an den Weblogs als Nachrichtenquellen und Trendscouts nicht vorbei, da die Bloggercommunity oft schneller auf *News* reagiert als traditionelle Medien. Außerdem zeichnet engagierte Blogger größeres Durchhaltevermögen aus: Politik-digital.de zitiert in diesem Zusammenhang folgenden Fall aus den USA:

„[...] die Affäre um den ehemaligen Mehrheitsführer der Republikaner im Senat, Trent Lott. Lotts rassistische Auslassungen waren dem Fernsehen nur einen kurzen Bericht wert gewesen, viele Weblogger aber blieben so lange am Ball, bis die Medien den Fall wieder aufgriffen. Lott musste schliesslich seinen Sitz aufgeben.“ (Let's talk about blogs. <http://politik-digital.de/edemocracy/netzkultur/blog.shtml>)

Der Journalist Paul Andrews vergleicht Weblogs mit traditionellen Medien:

„It's the role of institutional media to act as gatekeepers," he says, "but what you have in print publishing today is a consolidation that's inimical to the diversity that exists in everyday life. With the rise of the Internet, people don't need to be bounded by those traditional filters anymore.“ (Lasica, *Blogging as a Form of Journalism*, 2001)

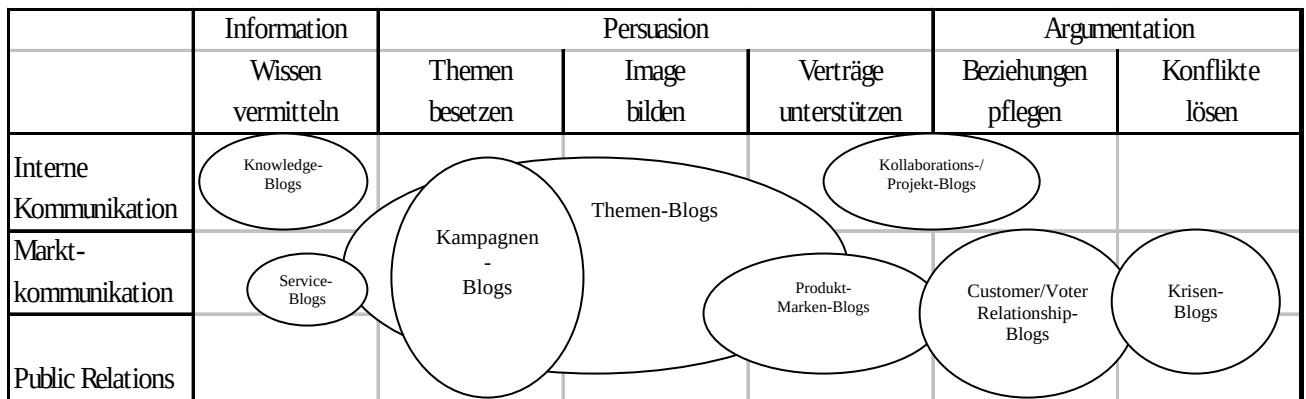


Abbildung 3. Einsatzmöglichkeiten von Weblogs in Wirtschaft und Politik, Zerfaß, 2005, (Zerfaß/Boelter, 2005, S 127)

“Much of what weblogs do is focus attention. Whether they’re talking about the latest news story, or talking about themselves, weblog authors bring things to the attention of their readers.” (Bausch/Haughey/Hourihan, 2002, S 59) Auch *offline* Medien fokussieren die Aufmerksamkeit der Rezipienten; Weblogs hingegen gehen noch ein Stück weiter: sie bieten die direkte Feedbackmöglichkeit. Kein Leserbrief an eine Zeitung oder einen Sender ist so unmittelbar auf

den Beitrag bezogen, kann sofort und aktuell eine Diskussion auslösen, deren Teilnehmer relativ anonym ihre Meinung veröffentlichen.

Auf www.wahlblogs.at bloggen zwei Gruppen: private Blogger und politische Funktionäre. Durch bloggende Politiker erhält deren jeweilige Partei ein Gesicht und eine Stimme in einer weiteren Teilöffentlichkeit. Schon Unternehmen werden stärker wahrgenommen, wenn Spitzenkräfte öffentlich auftreten – Personalisierung heißt hier das Stichwort. (Zerfaß/Boelter, 2005, S121)

Wie verhalten sich die beiden unterschiedlichen Gruppen voraussichtlich, wenn man die Habermas'schen Kategorien beleuchtet? Welche Unterschiede sind bei den einzelnen Kategorien zu erwarten? Eine erste Durchsicht des Analysematerials ergab folgende Annahmen:

Blogs bieten Politikern eine Plattform zur Selbstdarstellung (vorausgesetzt, sie schreiben ihre Einträge selbst, statt schreiben zu lassen), zur Präsentation des Parteiprogramms oder vielleicht eigener Ideen, die nicht von der Partei vorgegeben worden sind. Mit **Unparteilichkeit** ist bei politischen Funktionären kaum zu rechnen. Sie müssen die Linie ihrer Partei vertreten und können sich grobe Abweichungen nicht erlauben, ohne parteiintern in Frage gestellt zu werden. Botschaften lassen sich direkter verbreiten als durch den Filter der Massenmedien. Vor allem für weniger bekannte Politiker ist das Blog eine Möglichkeit sich vorzustellen und ein Netzwerk aufzubauen. „Grundsätzlich ist aber zu sehen: Je bekannter die Politikerinnen und Politiker, desto weniger bloggen sie.“ (Gratzer. Die Politik und das Internet. (<http://fm4v2.orf.at/connected/225425/main.html>) Auf www.wahlblogs.at bloggt kein einziger Spitzenkandidat.

Private Blogger sind selbst keiner Partei verpflichtet, sie können freier ihre Meinung äußern. Sie können das auch aus einem zweiten Grund tun: sie müssen nicht befürchten, daß Medien oder Parteikollegen bestimmte Äußerungen später gegen sie verwenden. Außerdem muß ein privater Blogger nicht objektiv sein, er kann sich bis zum Fanatismus für eine Sache einsetzen, auch Unhöflichkeiten werden kaum geahndet.

Viele private Autoren bloggen über Themen, die in ihrem Freundes- und Bekanntenkreis besprochen werden, oder über Themen, die sie in anderen Blogs gefunden haben. Die häufigsten Themen sind Persönliches, Technologie und Business, sowie Politik und Regierung. (Sobel. 2010. <http://technorati.com/>) Die politischen Diskussionen beschränken sich zudem meist auf *Ingroups*, auf Familie, Freundeskreis und Nachbarschaft, die ohnehin eher ein homogenes Meinungsklima erzeugen. (Habermas, 1990, S 316f)

Das Publikum traditioneller Medien emanzipiert sich und will nicht mehr nur Konsument von Inhalten sein, sondern auch selbst welche produzieren. (Rosen. The People formerly Known

as the Audience. <http://archive.pressthink.org/>) Wer sich für ein Thema so sehr interessiert, daß er ein Blog darüber führt, hat möglicherweise die eine oder andere Präferenz, auch wenn die sich nicht durchgehend mit einer Parteilinie deckt. Wenn der Blogger von einem Thema, Problem, oder einer Entscheidung betroffen ist, kann man damit rechnen, daß er weniger objektiv argumentiert und die Position vertritt, die ihm am meisten nützt. Einige Blogger geben auch offen bekannt, welche Partei sie wählen.

Aus diesem ersten Vergleich Private vs. Politiker könnte man schließen, daß Politiker weniger Deliberation erlauben. Allerdings wollen Politiker so viele Wähler wie möglich ansprechen und für sich gewinnen. Demokratisches Verhalten, also auch die Diskussion mit potentiellen Wählern *online* wie *offline*, bringt Sympathiewerte. Die Wähler fühlen sich ernst genommen, wenn man sie einbezieht, um ihre Meinung, Anliegen, Wünsche fragt. Und ein an Deliberation interessierter Blogger soll **keinen Betroffenen ausschließen**.

Als Gastgeber hat jeder Blogger den Vorsitz bei den Diskussionen in seinem Blog – betrachtet man diese Forderung von der technischen Seite. Inhaltlich hängt der Grad der **Gleichberechtigung** von den Teilnehmern ab. Vom Blogger: läßt er Diskussionen überhaupt zu? Behandelt er die Kommentatoren als Gesprächspartner oder „nur“ als Publikum? Vom Kommentator: reagiert er „nur“ auf den Beitrag oder bringt er auch eigene Ideen, Themen, etc. ein? Stellt er Fragen? Aber Gleichberechtigung gibt es laut Kaase dennoch nicht: „Vieles spricht dafür, daß grundlegende Verbesserungen, z. B. des Zugangs zu politischen Informationen, [...] selektiv genutzt werden, d. h. überdurchschnittlich von Bevölkerungsgruppen, die im Hinblick auf kognitive und physische Ressourcen ohnehin schon privilegiert sind.“ (Kaase, 1998, S31) Damit schließen sich ganze Gruppen sozusagen selbst aus.

Zur Gleichberechtigung gehört auch die Forderung nach **gleichem Zugang zu Informationen**. Politische Blogger haben gegenüber den privaten und auch gegenüber ihren Kommentatoren den Vorsprung des Insiderwissens. Während man davon ausgehen kann, daß private Blogger und ihre Kommentatoren im Laufe der Diskussion durch Informationsaustausch auf den gleichen Wissensstand kommen, werden politische Blogger nicht ihr ganzes Wissen preisgeben.

Ebenfalls zum Komplex Gleichberechtigung gehört die **Entscheidungshoheit**. Es gibt mehrere Ebenen, auf denen, neben der inhaltlichen, Entscheidungen getroffen werden können oder müssen: etwa wenn Teilnehmer mit dem Ablauf einer Diskussion unzufrieden sind. Wer bestimmt dann,

was geändert wird? Sind politische Funktionäre entscheidungsfreudiger als private? Im *offline* Leben treffen Politiker die Entscheidungen, die viele betreffen. Wer trifft Entscheidungen, wenn in einem Blog über ein Problem deliberiert wird? Reden viele Kommentatoren mit oder entscheidet der Blogger allein? Gibt es überhaupt Entscheidungen?

Die Frage nach der **freien Meinungsäußerung** steht im Zusammenhang mit der Forderung nach Unparteilichkeit. Sie hat zwei Ebenen: eine inhaltliche und eine verfahrenstechnische. Die erste Ebene beschränkt die Parteizugehörigkeit bzw. die Betroffenheit die freie Meinungsäußerung des Bloggers. Allerdings können auch extreme Ansichten, die eine Partei nicht offen vertreten kann, von einem Politiker an die entsprechenden Wählerschichten gerichtet werden. Selbst wenn diese Aussagen später zurückgenommen werden (müssen), so stehen sie doch im Raum und sind bei den Adressaten vielleicht angekommen.

Private Blogger können ihre Meinung vertreten, ohne diese Zensur fürchten zu müssen. Auf der zweiten Ebene werden bestimmte Stimmen während der Diskussion ausgeschlossen, nicht beachtet oder diskreditiert. In einem Blog kann der Gastgeber entweder alle ausschließen, in dem er die Kommentarfunktion deaktiviert, oder alle zulassen. Selektion findet dann durch das Verhalten der Teilnehmer statt. Theoretisch können alle mitreden, aber werden auch alle Stimmen akzeptiert?

Eine weitere Bedingung ist die **Offenheit für neue Ansichten**. Von Politikern wird erwartet, daß sie ihren Beitrag zur Demokratie leisten. Blogs bieten eine zusätzliche Chance für aktive Demokratie, auch wenn die Anregungen nicht umgesetzt werden und Politiker eventuell nur so tun, als wären sie an Input interessiert. Politiker sollten ihre potentiellen Wähler nicht von der Diskussion ausschließen, selbst wenn mit Kritik zu rechnen ist. Viele Kommentatoren begrüßen diese Feedbackmöglichkeit, um loszuwerden, was sie zu dem Thema bewegt. Schon die Tatsache, daß ein Blogger Kommentare zuläßt, macht ihn sympathischer; und dem Politiker bringt es vielleicht zusätzliche Stimmen, selbst wenn er die Anregungen und Wünsche nicht beachtet oder nicht danach handeln kann. Politiker werden sich offen geben, um die Wähler nicht vor den Kopf zu stoßen. Ihnen sind vermutlich parteipolitisch die Hände gebunden.

Folgendes Argument stellt hingegen die Deliberationsbereitschaft der privaten Blogger in Frage: vielleicht wollen sie keine Diskussion in Gang setzen, sondern nur ihre eigene Meinungen und Ansichten verkünden. Das ist naheliegend, weil einige Blogger keine Kommentare zulassen.

Auf die freie Meinungsäußerung folgt die **Bereitschaft zur Meinungsänderung**. Für Politiker

wird eine Meinungsänderung in einer öffentlich laufenden Diskussion schwierig, da ein Gesichtsverlust droht, wenn die Partei die Änderung nicht mitträgt. Meinungsänderung ist das Ziel der Deliberation, denn am Ende sollen ja alle Teilnehmer einer Meinung sein. Wenn man jemanden die Vorteile des anderen Standpunktes einsichtig machen/einreden kann, ändert dieser leichter seine Meinung.

Das geht am besten mit **vernünftigen Argumenten**. Da Politiker ihr Programm vorstellen, dieses den Wählern schmackhaft machen wollen und um Stimmen werden, sollten sie rationale, überlegte Argumente vorbringen, die die Zielgruppe versteht und nachvollziehen kann. Nur wenn die Argumente als legitim empfunden werden, werden sie ernst genommen. Aber auch private Blogger wollen ihre Meinung, Wünsche etc. äußern und diese von den anderen Teilnehmern akzeptiert sehen und diese eventuell überzeugen. Daher sollten auch sie einleuchtend argumentieren.

Deliberation beinhaltet das Ideal **politischer Rechtfertigung**. Politische Entscheidungen müssen legitimiert werden, indem sie deliberativ getroffen oder wenigstens argumentativ begründet werden, verlangt die Theorie. Daher ist anzunehmen, daß die politischen Blogger anstehende oder bereits getroffene Entscheidungen vorstellen und dafür um Akzeptanz werben.

Als in der Öffentlichkeit stehende Personen, deren **Verhalten** genau beobachtet wird, können sich Politiker respektlosen Umgang mit der Wählerschaft nicht leisten. Auch wenn gegenseitiger Respekt ein Gebot der Höflichkeit und *online* Nettiquette ist, halten sich nicht immer alle Teilnehmer daran; besonders, wenn die Emotionen hochgehen, leidet die Höflichkeit.

Für beide Gruppen gibt es Argumente, die für und die gegen deliberatives Handeln sprechen. Wieviel Deliberation gibt es auf www.wahlblogs.at? Und welche Gruppe ist deliberativer?

Weblogs vereinen zwei eigentlich entgegengesetzte Konzepte, nämlich Monolog und Dialog. Die Kommentare zu einem Eintrag sind jedoch nicht nur an den Autor gerichtet, sondern auch an alle anderen Leser. Wird ein Blog über die Grenzen der persönlichen Bekanntschaft mit dem Autor hinaus gelesen und kommentiert, ergeben sich neue Beziehungen und Kontexte. So werden neue Ideen und Meinungen zur Diskussion gestellt.

Der Unterschied zu echten Tagebüchern liegt darin, daß ein Blog für die Öffentlichkeit geschrieben wird. Sie bieten Kommunikation über die Einträge an.

„A specialty of weblogs is to separate authors and commentators. Only the author - the active weblogger - has the chance to contextualize statement with his personal

identity. This identity is not described with a profile on a homepage, but rather with a sum of judgements that are implicit to his commentary.” (Wrede, 2003, S 219)

Jeder, der Zugang zum Internet hat, kann sich ein eigenes Weblogportal eröffnen. In diesen *online* Tagebüchern veröffentlichen Privatpersonen, Organisationen, Parteifunktionäre ihre Gedanken zu einem bestimmten Thema, wie im Fall der Nationalratswahl 2006 zu Einwanderungspolitik, Skandalen, den unsympathischen Spitzenkandidaten der Gegenpartei, etc. Diese Eintragungen können, vorausgesetzt diese Funktion wurde vom Autor freigeschaltet, von jedem Leser kommentiert, kritisiert oder gelobt werden. Um Beiträge kommentieren zu können, ist nicht einmal ein eigenes Portal nötig.

In diesem Zusammenhang ist interessant, welche dokumentierbare Resonanz die Blogs von www.wahlblog.at haben. Sind diese Weblogs private oder öffentliche Plattformen? Ist erkennbar, ob die Kommentare von Freunden, Bekannten, Familie des Bloggers oder von ihm unbekannten Lesern stammen?

Damit eine Diskussion - auf welcher Ebene immer - stattfinden kann, müssen gerade im Internet, dem Treffpunkt anonymisierter *user*, gewisse Voraussetzungen beachtet werden, andernfalls verlieren sich die Leser. Das Internet und in diesem Fall speziell Weblogs bringen Leute zusammen, die sich *offline* nicht treffen würden. Damit im virtuellen Raum Kommunikation entstehen kann, braucht es ein gewisses Maß an Vertrauen. Die Leser eines Blogs haben Erwartungen an den Blogger, nämlich „There is an expectation that the person speaking through the text represents a person in the real world and is accountable for their actions online.” (Bausch/Haughey/Hourihan, 2002, S 45)

Hajer and Wagenaar (2003, S 12) andererseits sagen: “*trust cannot be assumed*”. Politik dreht sich daher nicht einfach nur um Lösungen, die unabhängige Teilnehmer dazubringen sollen, einander zu vertrauen. Die Bedeutung des politischen Prozesses als vertrauensbildende Maßnahme verändert auch politische Interaktivität, Konsensförderung und runde Tische, neue Errungenschaften der Netzwerkgesellschaft.

In einem Weblog treffen unterschiedliche Meinungen ungezwungen aufeinander und gerade diese Meinungsfreiheit ist eine Säule unserer Demokratie. “In many ways, the blogosphere is fulfilling the original promise of the Internet: a vast digital democracy of interconnected minds.” (Stone, 2004, S 192) Rebecca Blood (2003, S 12) definiert dieses Versprechen des Internets als “bridge-building medium.”

In einem Weblog kann auf verschiedenen Ebenen diskutiert werden: auf der Sachebene, wo nüchterne Argumente ausgetauscht werden; auf der emotionalen Ebene, wo Ängste besprochen,

(geschürt?) werden; auf einer personenbezogenen Ebene, wo der jeweils eigene Favorit der Wahl gelobt wird und alle anderen mehr oder weniger gerechtfertigt kritisiert werden.

Da Weblogs sich untereinander gerne zitieren und stark verlinkt sind, verfügen einige Autoren sogar über Opinion Leader Status. Das gilt vor allem für stark frequentierte Blog, s. g. A-Blogger. Diese können sogar die „Funktion von Massenmedien wahrnehmen. Die Kommunikation verläuft dann weitgehend einseitig und linear, aber die Glaubwürdigkeit von Blogs wertet die Berichte auf. In diesem Fall fungiert ein Blog als Gatekeeper und Kommunikationsmittler.“ (Zerfaß/Boelter, 2005, S 94)

Da Weblogs Tagebücher sind und auch ungezwungen verfaßt werden, erlauben sie Einblicke in das Leben des Autors, die über kein anderes Medium möglich sind: “Examining how people use spoken language is useful in explaining why people blog, because blog writing frequently resembles conversation. Blog writing is naturally informal, undergoes limited editing, and is immediate.” (Bausch/Haughey/Hourihan, 2002, S 34)

Daraus ergibt sich eine Unmittelbarkeit, die die Kommentatoren in eine virtuelle Konversation hineinzieht: “Weblogs written by a single author usually take on a personal tone and offer an almost voyeuristic look into someone’s life. [...] Weblogs frequently offer a refreshing, personal, non-commercial tone absent from much of the typical content found on the web.” (Bausch/Haughey/Hourihan, 2002, S 5)

Allerdings, so schränkt Feindt (2001, S 366) ein, werden sich „[n]eue Beteiligungs- und Entscheidungsformen [...] nur dann durchsetzen, wenn sie einen Beitrag zur Bewältigung wesentlicher Entwicklungsprobleme der Demokratie versprechen.“ Diese Voraussetzung gilt für ihn auch in Falle von „Diskurs- und Verhandlungsverfahren, die [...] Bedingungen für die kollektive Entscheidungsfindung [...] herstellen sollen, die dem Leitbild deliberativer Demokratie entsprechen.“ (Feindt, 2001, S 366)

2.3. Podcasts

In einigen Fällen bestehen Weblogs nur noch aus Audiodateien, die kommentiert werden können. Daher ist das Potential des Audioblogs dem der textbasierten Weblogs gleichzusetzen. In der vorliegenden Studie sind zwei Audioblogs vertreten: (<http://www.wien.spoe.at/extend/waehlenwirwien/podcast/> und <http://bzoe-podcast.podspot.de/>)

Man kann Podcasts als Radio- oder Fernsehsendungen auffassen, die sich unabhängig von Sendezeiten konsumieren lassen. Zerfaß und Boelter (2005, S 41) bezeichnen daher Podcasts als

„digitale Konkurrenz für das Radio“. Die Technologie dazu wurde erst im Herbst 2004 entwickelt: nämlich das mp3 Format. Damit kann man die Tondateien auf ein tragbares Gerät wie einen iPod übertragen oder sich auf Abonnementbasis auf den Computer zum Herunterladen zuschicken lassen.

Im Podcast werden zwei Kommunikationsformen miteinander verknüpft: „das Abspielen digitale[r], individuell zusammengestellte[r] Musik- und Audiodateien [...] und die massenmediale, unidirektionale Verbreitung von Audioprogrammen (Broadcast). Dementsprechend versteht man unter Podcasts Audiodateien, die in einem Weblog veröffentlicht und dort sowohl abgespielt als auch selektiv oder automatisiert heruntergeladen werden können.“ (ebenda)

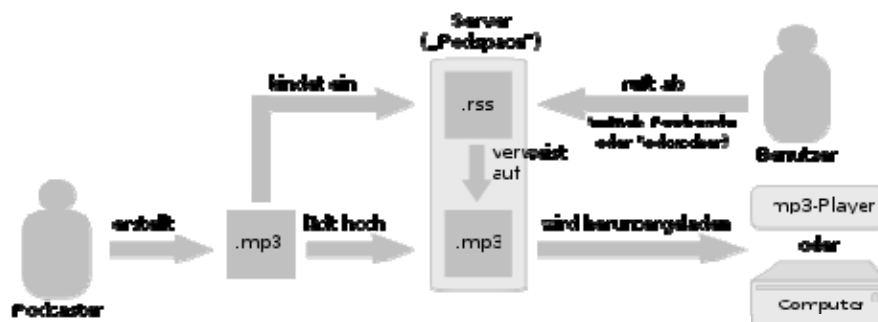


Abbildung 4. Schematische Darstellung eines Audio-Podcasts, der die Episoden im MP3-Format bereitstellt
(Quelle: <http://de.wikipedia.org/wiki/Podcasting>)

Im e-Business Weblog wird Podcasting beschrieben als: das Publizieren und automatische Herunterladen von Audio-Dateien über RSS. Es ist wie *asynchrones Webradio*.“ Der User kann sich seine persönlichen Kanäle zusammenstellen und mittels RSS-Feed ständig aktualisieren. (www.roell.net/weblog)

Neben dem Abonnement via RSS Feed² können Podcasts auch über eine Website in Form einer Linkliste publiziert und als Audiodateien vom *user* heruntergeladen werden. Werden Audiodateien ohne Newsfeeds in einem Weblog verlinkt, spricht man manchmal von einem Audioblog. In einigen Fällen besteht das gesamte Weblog nur noch aus Audiodateien ohne Begleittext, wie bei den analysierten Audioblogs von SPÖ und BZÖ.

² RSS ist ein in der Regel kostenloses Service auf Webseiten, der ähnlich einem Nachrichtenticker, der Überschriften mit einem kurzen Textanriss und einen Link zur Originalseite enthält. Der Leser muß nicht offenlegen, daß er die Quelle beobachtet und kann Quellen wesentlich leichter abonnieren bzw. das Abonnement widerrufen, indem er einfach die Einstellung in seinem RSS-Aggregator vornimmt. Anders als bei einem Zeitschriftenabonnement besteht keine Vertragsbeziehung zwischen Anbieter und Abonnenten. (<http://de.wikipedia.org/wiki/RSS>)

Zusammenfassung:

Für *offline* wie für *online* Diskussionen gelten bestimmte Voraussetzungen, damit Deliberation zustande kommt. Zum Abschluß des Kapitels werden hier die wichtigen Voraussetzungen noch einmal zusammengefaßt:

- Es muss ein gemeinsames Fundament an Werten, Erfahrungen, Normen und Grundüberzeugungen geben, welches Jürgen Habermas als gemeinsame Lebenswelt bezeichnet.
- Die Akteure müssen formal gleichberechtigt sein und vollen Zugang zu allen relevanten Dokumenten haben.
- Die Entscheidungen müssen nichtmajoritär getroffen werden. Während der Beratungen sollten Koalitionsbildungen vermieden werden, die immer auf Mehrheiten abzielen.
- Alle Teilnehmer sollten idealerweise wenig oder keine Präferenzen in die Diskussion mitbringen.
- Die Teilnehmer sollen ihre Präferenzen gegen die fremden Argumente abwägen und sich gegebenenfalls überzeugen lassen
- Das Entscheidungsforum sollte möglichst klein sein, um einen wirklichen Diskurs zu ermöglichen.
- Die Beteiligten sollten in einer neuen und für sie ungewohnten Umgebung agieren, da diese sie eher motiviert, neue Informationen aufzunehmen und zu analysieren.
- Das Entscheidungsforum muß ein offenes Mandat haben.
- *Faires Mandat und Zeitraster* für die am Diskurs beteiligten Parteien oder Individuen: Alle Beteiligten müssen ihre Aufgabe und ihren Handlungsspielraum kennen und akzeptieren, ebenso wie die Grenzen ihres Mandats und die zeitliche Beschränkung.
- *Faire Auswahl* der Diskursteilnehmer: Abhängig vom Problem sollen Anrainer, organisierte Gruppen oder zufällig ausgewählte Personen teilnehmen. Die Wahl muß plausibel begründbar sein.
- Einhaltung der *verständigungsorientierten Vorgehensweise* innerhalb des Diskurses: Die Diskussionsregeln müssen vor Beginn des Diskurses mit allen Beteiligten besprochen werden und alle müssen zustimmen.
- *Rückkopplung* der Diskursergebnisse an die engere und weitere Öffentlichkeit: Die in jeder Runde erreichten Teilergebnisse müssen bestätigt werden. Außerdem ist es notwendig, die

nicht beteiligte Öffentlichkeit über den Fortschritt und die Ergebnisse zu informieren, Transparenz ist wichtig, um die Glaubwürdigkeit zu erhalten.

- Einbindung der Ergebnisse in die politisch *legitimierten Entscheidungsverfahren*: Diskursive Verfahren erarbeiten Empfehlungen für später zu treffende Entscheidungen.

Nach diesen Kriterien werden zwei Gruppen von Bloggern untersucht: Politiker und Private Bürger.

3. Forschungsdesign

3.1. Forschungsfragen

Die vorliegende Studie beschäftigt sich mit dem Potential von Weblogs in der Deliberation.

Welchen Beitrag kann ein Weblog zur Deliberation leisten und wo liegen seine Grenzen?

Dieser Komplex wird in neun Forschungsfragen aufgesplittet, die sich aus der Theorie der Deliberation ergeben. (Kapitel 2) Die Blogs werden auf die Erfüllung der Voraussetzungen für das Gelingen von Deliberation getestet. Die Kriterien von Habermas wurden durch jene von Feindt und Göler präzisiert und ergänzt.

In dieser Studie werden, wie bereits gesagt, Blogs von Politikern und Privaten miteinander verglichen. Daher sind die folgenden Forschungsfragen auch als Vergleich zu verstehen. Welche der beiden Gruppen kann die jeweilige Bedingung besser erfüllen? Sind Politiker deliberativer als private Blogger oder umgekehrt?

Die erste Bedingung für das Zustandekommen von Deliberation verlangt, daß kein vom zu deliberierenden Problem Betroffener ausgeschlossen werden darf.

FF 1. Welche formalen Maßnahmen sollen offenbar zu mehr Beteiligung führen?

FF 1.1 Wie wirkt sich die Gestaltung eines Blogs auf die Anzahl der Kommentatoren aus?

Alle Teilnehmer müssen idealerweise gleichberechtigt sein. Das bedeutet, daß ihre Stimmen das gleiche Gewicht haben sollen, daß alle Fragen stellen, Beschwerden und Kritik äußern können, sowie Mitbestimmungsrechte bei diversen Entscheidungen haben.

FF 2. Wird die Gleichberechtigung in Blogs gefördert?

Die Theorie der Deliberation verlangt, daß keine Meinung ausgeschlossen werden darf. Göler untersucht die Auswirkungen des kulturellen Hintergrundkonsenses, der gemeinsamen Lebenswelt; diese Anregung wurde für die vorliegende Studie übernommen. Habermas sagt, ein Kompromiß oder eine Abstimmung sind nicht deliberativ.

FF 3. Wie ausgeprägt ist der Meinungspluralismus in den Blogs?

Allen Teilnehmern soll die Chance auf freie Meinungsäußerung gegeben werden. Wie bereits

festgestellt, besteht diese Forderung aus zwei Ebenen: einer inhaltlichen und einer systematischen. Die erste Forschungsfrage befaßt sich mit der inhaltlichen Komponente und die beiden folgenden mit den verfahrensimmanenten Freiheiten, wie sie Feindt (siehe S 18) beschrieben hat.

FF 4. Wie oft äußern die Teilnehmer ihre Meinung?

Alle Teilnehmer sollen offen gegenüber fremden Standpunkten sein. Dadurch sollen sie in der Lage sein, den eigenen zu überdenken und wenn nötig zu ändern. Voraussetzung dafür ist es, unbeeinflußt und unparteilich in die Diskussion einzutreten.

FF 5. Wie oft ändern die Teilnehmer ihre Meinung?

Habermas verlangt rationale Argumente, die die anderen Teilnehmer als vernünftig ansehen können. Die folgenden Forschungsfragen behandeln der Grad der Sachlichkeit, sowohl einzelner Kommentare als auch ganzer *threads*.

FF 6. Wie rational sind die Kommentare?

Wichtig für den Ablauf einer Diskussion ist die Verständigung über die Geltungsansprüche laut Habermas.

FF 7. In welchem Ausmaß äußern Blogger und ihre Kommentatoren Zweifel an den Geltungsansprüchen? Kommt Verständigung zustande?

Gegenseitiger Respekt sowie Höflichkeit sind Voraussetzungen für sachliche Diskussionen. Der achte Fragenkomplex behandelt das Verhalten der Diskussionsteilnehmer.

FF 8. Respektieren sich die Teilnehmer, also Blogger und Kommentatoren, gegenseitig?

Der letzte Teil beschäftigt sich mit der Person der Blogger und ihren Absichten mit dem Blog.

FF 9. Welches Ziel verfolgen die Blogger mit ihren Blogs?

FF 9.1. Sehen die Blogger selbst in ihren Blogs eine Plattform für rationalen Diskurs?

FF 9.2. Sehen die Blogger darin eine Bühne für die eigene Selbstdarstellung?
Wieviel verraten die Blogger über sich selbst, ihre Identität, ihr Privatleben?

3.2. Untersuchungsmaterial

3.2.1 www.wahlblogs.at



Um die Fragen beantworten zu können, müssen geeignete Weblogs ausgewählt werden. Um der Deliberation *online* auf den Grund zu gehen, wurden Blogs mit politischem Schwerpunkt gesucht. Das Sammelblog www.wahlblogs.at erfüllt diese Anforderung. Auf dieser Seite werden Weblogs aufgelistet, die sich mit österreichischer Politik beschäftigen. Diese Weblogs wurden ausgewählt, weil sie im Analysezeitraum größtenteils das Thema Nationalratswahl behandeln. Das hat für die vorliegende Studie zwei Vorteile: zum einen sind diese Blogs vergleichbar, da sie denselben Stoff behandeln, und zum anderen sind Wahlen ein Anlaß zu verstärkter politischer Diskussion.

Das Forschungsinteresse dieser Arbeit konzentriert sich auf die Einträge von 35 Weblogs und zwei Audioblogs, bestehend aus Podcasts, die bis Anfang 2008 im Sammelblog www.wahlblogs.at verlinkt waren. Daher handelt es sich für diesen Zeitraum um eine Vollerhebung und keine Stichprobe. Diese Blogs lassen sich in zwei Gruppen trennen: 20 Blogs werden von Politikern geführt und 17 von privaten Wählern.

Eingeschränkt wurde die Materialfülle auf Einträge im Zeitraum vom 1. September 2006 bis zum 10. Oktober 2006. Da am 1. Oktober 2006 in Österreich die Nationalratswahlen stattfanden, beinhaltet der Analysezeitraum vier Wochen Wahlkampf und 10 Tage Ergebnisanalyse der Blogger und Kommentatoren.

Die Einschränkung war nötig, da der älteste Blog (www.helge.at) seit 1999 geführt wurde, der nächstälteste seit 2001 (<http://www.peterpilz.at>). Im Analysezeitraum gab es 920 Bloggereinträge, die 1.352 Kommentare erhalten haben. Insgesamt wurden einige Tausend Einträge veröffentlicht.

Im Anhang werden alle Weblogs (siehe ab S 123) gelistet, die vor März 2008 in der Blogsammlung vertreten waren. Jene Weblogs, die nach dem 11. März 2008 zu dieser Sammlung hinzugefügt wurden, wurden in der Studie nicht mehr berücksichtigt und werden durch die älteren Blogs repräsentiert.

Neben den Bloggereinträgen wurden auch alle Kommentare zu diesen Einträgen berücksichtigt und analysiert. Der Analysezeitraum gilt nur für die Bloggereinträge. Die *threads* der Kommentare wurden bis zum Ende verfolgt und analysiert. Damit wurden Diskussionen

komplett in die Studie aufgenommen, auch wenn sie über den 10. Oktober 2006 hinaus dauern. Die Ergebnisse werden auf ganze Prozente gerundet, unter 0,5% mit einer Kommastelle angegeben. Mittelwerte werden ebenfalls mit einer Kommastelle angegeben.

www.wahlblogs.at - diese Sammlung wurde anlässlich der Nationalratswahl in Österreich im Oktober 2006 von der Agentur *knallgrau* zusammengestellt und jeder Leser hat die Möglichkeit, neue Weblogs, aber auch einzelne Beiträge mit politischem Fokus hinzuzufügen. Nach der Wahl wurde die Sammlung unter dem Namen Politikblogs weitergeführt. Nach wie vor werden laufend themenrelevante Links hinzugefügt. „Kennen Sie noch ein Wahlblog oder bloggen Sie gar selbst über Politik? Fügen Sie Quellen hinzu.“ (www.wahlblogs.at) So wirbt die Seite um neue Quellen. Folgt man dem Link, kommt man zu einem Formular und folgender Erklärung:

„Hier können Sie ein Weblog zu politikblogs.at hinzufügen. Bitte füllen Sie das Formular vollständig aus, die Vorschläge werden von der Redaktion auf Vollständigkeit und Richtigkeit geprüft und dann freigeschalten. Wir bitten um Verständnis, daß wir auf politikblogs.at nur Weblogs zum aktuellen politischen Geschehen in Österreich akzeptieren können, und keine generellen Newsfeeds oÄ.“ (www.wahlblogs.at)

Verlangt werden die Blogadresse und eine kurze Beschreibung. Aufgegebene Blogs und veraltete Links wurden teilweise bereinigt.

Enthalten sind Weblogs, die von einer Partei geführt werden, solche, die von einzelnen Politikern geschrieben werden und Wählerblogs. Diese Weblogs werden teilweise schon seit Jahren geführt. Andere wurden für diese Wahl ins Leben gerufen und nach der Wahl (<http://vote06.blogspot.com>), einige sogar schon vorher, wieder aufgegeben (<http://wahlblog.eu>) und sind zum Teil nicht mehr *online* (www.vorzugsstimme.at/blogs).

Die dokumentierbare Reichweite (Resonanz durch Kommentare) dieser Blogs ist stark abhängig vom Bekanntheitsgrad des Bloggers. Obwohl durch www.wahlblogs.at alle die gleiche Chance haben, gelesen zu werden, gibt es in den Blogs bekannter Politiker (<http://www.peterpilz.at>) deutlich mehr Kommentatoren als in denen unbekannter Wähler (Georg Pichler www.blog.mygfx.at). Peter Pilz hat überregionale Leserschaft; ein anonymen Kommentator („Good Post“, 12.9.2006) schreibt auf Englisch und bezieht sich auf US-Politik.

3.2.2 Profile

Jedes Weblog wird mit Hilfe des Eingangs vorgestellten Fragenkatalogs beschrieben. Im Anhang (siehe S 123) befinden sich Kurzprofile jedes Blogs, die nach folgendem Schema aufgebaut sind:

Screenshot

Adresse:

Blogger:

Online seit:

Frequenz:

Wie viele Kommentare:

Beigaben:

Referenzen:

Noch aktiv:

Parteientendenz:

Die Frage, ob ein Blog nach der Analyse noch aktiv ist, lässt sich schwerer beantworten, als auf den ersten Blick scheint. Bei der Durchsicht der Links zwei Jahre nach der Wahl waren einige Blogs offensichtlich aufgegeben worden, da der letzte Eintrag einige Monate alt war. Bei einer weiteren Kontrolle der Daten vier Jahre danach, fanden sich in einigen der scheinbar aufgegebenen Blogs neue Einträge. In einigen Fällen haben sich die Blogger explizit von ihren Leser verabschiedet, hier ist die Lage eindeutig. Ebenso eindeutig ist die Situation, wenn ein Blog nicht mehr aufgerufen werden kann.

3.3. Inhaltsanalyse

In dieser Studie werden Weblogeinträge und Kommentare inhaltsanalytisch untersucht. Die Texte werden qualitativ und quantitativ analysiert. Jeder Text wird als Ganzes gesehen. „Die qualitative Wissenschaft als verstehende will am Einmaligen, am Individuellen ansetzen.“ (Mayring, 2003, S 18) Sie will die volle Komplexität erfassen. (Mayring, 2003, S 18) Parallelen zwischen den einzelnen Untersuchungsobjekten sollen so ermittelt werden. Sowohl Mayring (2003, S18f) als auch Früh (2001, S38) sehen in qualitativen und quantitativen Ansätzen keinen Gegensatz. Beide Methoden können einander abhängig vom Untersuchungsdesign erfolgreich ergänzen.

Aus diesem Grund wird jede Diskussion, also jeder *thread*, als Ganzes untersucht; die einzelnen Einträge und ihre Kommentare sind nur Unterteilungen. So kann die Entwicklung der Diskussion verfolgt werden. Untersucht werden die Einträge aus der heißen Phase des Wahlkampfes, vier Wochen vor der Wahl bis 10 Tage nach der Wahl.

Die vorliegende Studie ist dem diagnostischen Ansatz nach Früh (2001, S 42) zuzuordnen. Der *diagnostische Ansatz* sagt etwas über die Entstehungsbedingungen eines Textes und damit über die Beziehung Kommunikator – Mitteilung aus. Was will der Autor mitteilen? Welche Wirkungen will er voraussichtlich erzielen? Welche Kenntnisse, Fähigkeiten, Interessen, etc. besitzt der Autor oder die Autorengruppe?

Die vorliegende Arbeit hat neben der Inhaltsanalyse auch Elemente der Strukturanalyse übernommen, wenn es um Strukturen der Deliberation in den Weblogs geht.

Die Analyse wurde, um die Reliabilität der Kategorien zu erhöhen, zweimal durchgeführt. Bei Diskrepanzen zwischen den beiden Analysedurchgängen wurden die Kategorien und ihre Definitionen adaptiert.

3.4. Operationalisierung

In dieser Studie wurden 37 Weblogs mit 920 Bloggereinträgen aus dem Zeitraum vom 1. September 2006 bis zum 10. Oktober 2006 und allen dazugehörigen 1.352 Kommentaren analysiert. Man kann im Rahmen dieser Studie nur Blogger und Kommentatoren erfassen, weil sie mit ihren Einträgen Spuren hinterlassen. Doch Blogs können auch stumme Leser haben, die über ihre Meinungen und Ansichten nichts hinterlassen. Sie sind zwar Teil des Blogs, jedoch nicht analysierbar. Das stumme Publikum eines Blogs diskutiert nicht mit, deliberiert daher auch nicht. Aus diesem Grund sind in dieser Studie nur Blogger und aktive, also nachweisbar diskutierende Kommentatoren berücksichtigt.

Das Kategorienschema bezieht sich zum einen auf den Eintrag als Codiereinheit und zum anderen auf das Blog als Ganzes innerhalb des Analysezeitraumes. Der ausführliche Codebogen samt Definition und Erklärung findet sich im Anhang (siehe S 136f)

Bedingung	Kategorie	Indikatoren
FF 1. Kein Betroffener soll ausgeschlossen werden	Teilnahme erleichtert	Kommentarfunktion aktiviert?
		kein Login erforderlich – oder doch registrieren
		Menüführung einfach oder verwirrend
FF 2. Gleichberechtigung Mitbestimmungsrechte bei ... (nach Peter Feindt)	Kommentatoren	Gibt es dominante Kommentatoren?
	Formale Gleichheit	gleiche Rechte, gleichen Zugang zu Informationen
	... Basisregeln des Verfahrens	Themendefinition, Diskussionsregeln, Unvoreingenommenheit, etc.
	... Kriterien der Informationssammlung	Wie wird bestimmt, welche Information relevant ist? Genauigkeit
		Zusatzinfo zugänglich machen
		Zitate anderer Blogger
		Beigaben außer dem Eintrag
		Zitate aus Printmedien
		Wie leicht sind ältere Beiträge zugänglich?
	... Entscheidungsstrukturen	Wie kommt die Gruppe zu einer Entscheidung?
	... Beschwerderechte gegen Entscheidungen	Wer hat Beschwerderechte? Welche Macht hat das Veto?
	... Überwachung	Sicherung des Verfahrens, Sanktionen bei Nichteinhaltung
	... Änderung	Regel- oder Verfahrensänderung bei Dissens über selbige, Korrigierbarkeit von Entscheidungen
FF 3. Meinungspluralismus	Gemeinsame Lebenswelt	gleiche Werte, Normen, Erfahrungen, nationale Zugehörigkeit
	Haben die Kommentatoren dieselbe politische Auffassung wie der Blogger?	gleicher politischer Hintergrund wie der Autor
	Ausschluß von Mehrheitsentscheidungen	keine Koalitionsbildung
	privates Forum oder öffentliche Plattform?	Kommentiert nur der Bekanntenkreis des Bloggers oder hat er eine größere dokumentierbare Reichweite?
FF 4. freie Meinungsäußerung		eigene Anregungen der Kommentatoren
		bloße Reaktion auf den Beitrag
		Werden Kommentare gelöscht?
	überschaubare Verhandlungsarena	Abgeschiedenheit und Vertrautheit

	Neues, ungewohntes Umfeld	neutraler Ort
FF 5. eigene Meinung ändern		Teilnehmer lässt sich überzeugen
	offen gegenüber neuen Ansichten	vorgefaßte Meinung, die unter allen Umständen verteidigt wird
		läßt keine Argumente gelten, die der eigenen Meinung widersprechen
	von Parteilichkeiten unbeeinflusst - offenes Mandat	keine von außen diktierte Eingrenzung, Unvoreingenommenheit
	Versuchen die Blogger die von ihnen vertretene Partei zu bewerben? Wofür steht der Autor?	Will Leser dazu bewegen, eine Partei (nicht) zu wählen, Parteiprogramm, Werte
FF 6. vernünftig, rational argumentieren	für isolierte posts	sachlich kommentieren, Belege für Behauptungen angeben
	für Dialoge	sachliche Diskussion im Sinne der Deliberation
		Zweifel an Mitdiskutanten, an den zur Diskussion stehenden Politikern, Parteien oder Wahlversprechen.
		emotional
	Kommunikationskultur	Emotikons :-)
		mangelnder Zusammenhang zum Beitrag eigene Befindlichkeiten
FF 7. Geltungsansprüche		Zweifel an Verständlichkeit
		Zweifel an Wahrheit
		Zweifel an Wahrhaftigkeit
		Zweifel an Richtigkeit
		Zweifel an Inhalt/Kompetenz
FF 8. gegenseitig respektieren	Respekt	Autor geht auf Kommentare ein
		Glückwünsche nach der Wahl
		political Correctness, Gender
		gegenseitiger Respekt der Teilnehmer einander gegenüber sowie den Personen, Argumenten, Organisationen, die zur Diskussion stehen
		Beleidigungen und Hohn zwischen Autor und Kommentatoren
FF9. Welche Bedeutung haben Weblogs für die Teilnehmer?	Rubrik "Warum blogge ich"	
		Ziel des Weblogs definieren
	Sehen sie selbst eine Plattform für rationalen Diskurs oder für Selbstdarstellung des Bloggers?	Wer/Was steht im Mittelpunkt? Wer/Was wird in einem Blog am Häufigsten genannt?

Blogger	m/f
	persönliches über den Autor
	Gibt er sich als Wahlkampfhelfer, Politiker, Wähler einer bestimmten Partei zu erkennen?
	selbst der Spitzenkandidat

Abbildung 5. Codebogen

4. Ergebnisse

4.1 Beschreibung der Blogs

In der vorliegenden Studie wurden 35 Weblogs und zwei Audioblogs analysiert. Im Folgenden werden diese Blogs vorgestellt, bevor mit Kapitel 4.2 die Ergebnisse zu den Forschungsfragen präsentiert werden.

In dieser Studie werden zwei Bloggergruppen miteinander verglichen: private Blogs, sowie Blogs von politischen Funktionären.

4.1.1 Bloggergruppen

20 (54%) Blogger sind Politiker, wobei 2006 auf <http://www.wahblogs.at> kein Spitzenkandidat bloggt, sondern Funktionäre niederer Rangstufen. Von diesen 20 werden drei Blogs als Parteienblogs geführt: SPÖ, BZÖ und PPÖ (Piraten Partei Österreichs, die nicht zur Wahl antreten durfte). 17 (46%) Autoren sind private Blogger ohne politisches Amt. Eine Liste aller analysierten Blogs befindet sich im Anhang, S 123f.

Im Folgenden werden die analysierten Blogs näher vorgestellt, bevor die Ergebnisse der Analyse präsentiert werden.

4.1.2 Männer- und Frauenanteil

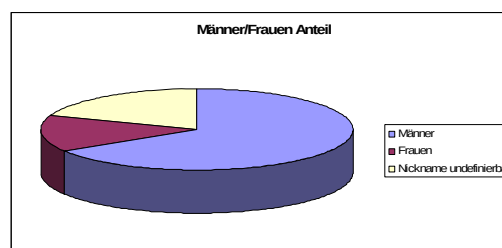


Abbildung 6. Männer/Frauen Anteil

Nach dieser Auflistung scheint bloggen eine Männerdomäne zu sein: Zwei Drittel (41) aller Blogger auf www.wahlblogs.at sind Männer, aber nur 9 (15%) Frauen. Weitere 19% (12) der Blogger konnten nicht identifiziert werden, da sie undefinierbare *Nicknames* statt ihres Namens angeben.

Die Ergebnisse der vorliegenden Studie decken sich nicht mit jenen von Lenhart und Fox (siehe Einleitung, S 8). Auf www.wahlblogs.at ist das Geschlechterverhältnis der Blogger nicht ausgeglichen.

Einige Blogs werden von Bloggergemeinschaften geführt: z.B. auf www.vorzugsstimmen.at/blogs bloggen sieben Männer, drei Frauen und ein „maze“, daher die hohe Anzahl an Bloggern bei nur 37 Blogs.

Aufgeteilt auf die beiden Analysegruppen, ergibt sich folgendes Bild:

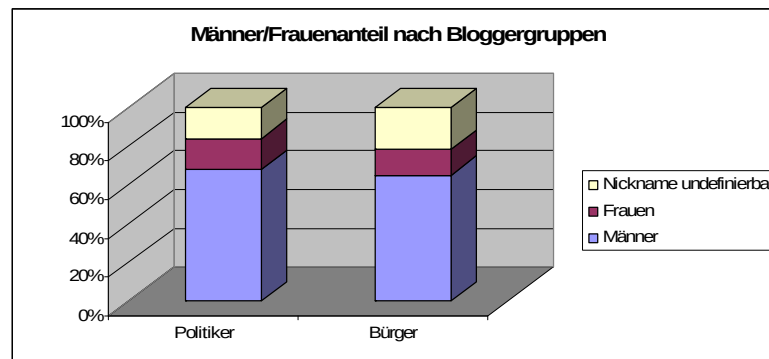


Abbildung 7. Männer/Frauen Anteil nach Bloggergruppen

	Politiker	Bürger
Männer	17	24
Frauen	4	5
Nickname undefinierbar	4	8
SUMME	25	37

Abbildung 8. Tabelle Männer/Frauen Häufigkeiten nach Bloggergruppen

Mehr als doppelt so viele Bürger als Politiker bloggen auf www.wahlblogs.at. Die meisten Politiker führen ihr Blog alleine; die Piraten Partei hingegen, die nicht zur Wahl antreten durfte, führt ein Gemeinschaftsblog mit fünf Mitgliedern, zwei davon sind nicht als männlich oder weiblich identifizierbar, und in einem Politikerblog gibt es einen häufigen Gastblogger (Andreas Schieder auf <http://campa.at/home/blog/showblog/17>). Zwei weitere undefinierbare Politikerblogs sind die Audioblogs, bei denen SPÖ und BZÖ als Verantwortliche genannt werden, jedoch keine individuellen Namen.

Bei den privaten Bloggern finden sich unter den insgesamt 17 Blogs 37 Blogger. In dieser Gruppe gibt es sechs Gemeinschaftsblogs.

In beiden Gruppen sind Männer überrepräsentiert.

4.1.3 Intensität der Bloggeraktivitäten

Mit welcher Intensität wird berichtet?

In den Wochen vor der Wahl liegt die Anzahl der Einträge aller Blogger gemeinsam zwischen 20 und 40 pro Tag, nach der Wahl am 1. Oktober 2006, fällt die Anzahl unter 20. Am 28. September gibt es eine Spitze: 25 Blogger veröffentlichen 41 Einträge. Das ist zum Teil darauf zurückzuführen, daß an diesem Tag die „Elefantenrunde“, die TV Konfrontation aller Spitzenkandidaten, stattfand, mit der sich sieben Blogger sehr eingehend beschäftigt haben. Die anderen Blogger lassen den Wahlkampf Revue passieren bzw. beurteilen die Spitzenkandidaten. Vier Einträge haben nichts mit der Wahl zu tun: Chorcherr stellt das neue Forschungszentrum in Hagenberg vor, Petra Bayr und Ulrike Lunacek machen sich gegen den geplanten Ilisu Staudamm in der Türkei stark und letztere stellt außerdem ihr neues Buch vor.

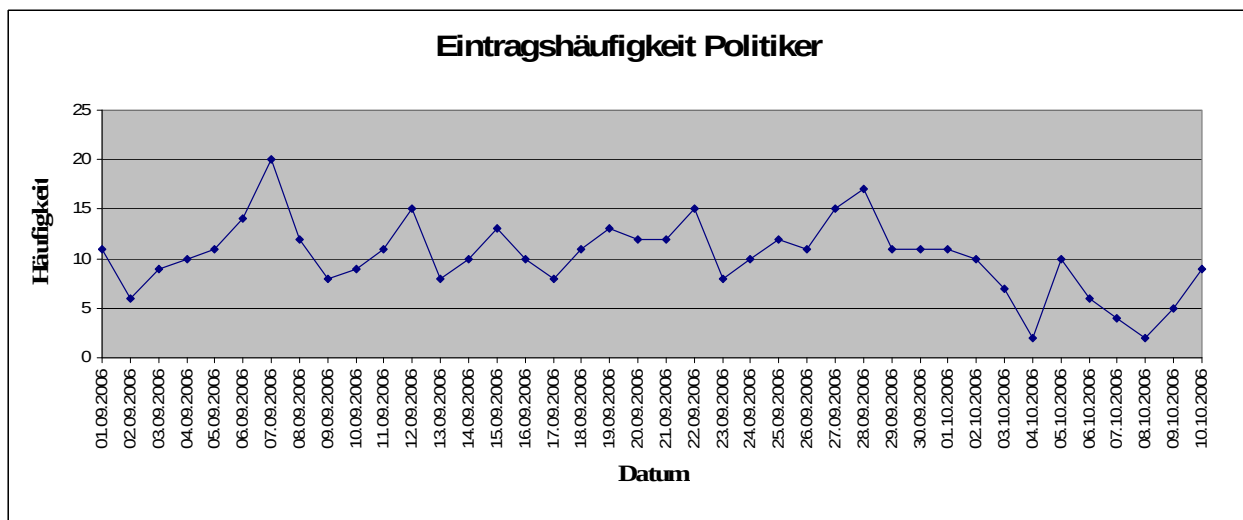


Abbildung 9. Häufigkeit der Blogeinträge in Politikerblogs

Insgesamt haben die Politiker 409 Einträge veröffentlicht, die 71.467 Wörter zählen. Die Politiker haben durchschnittlich 10 Einträge pro Tag verfaßt.

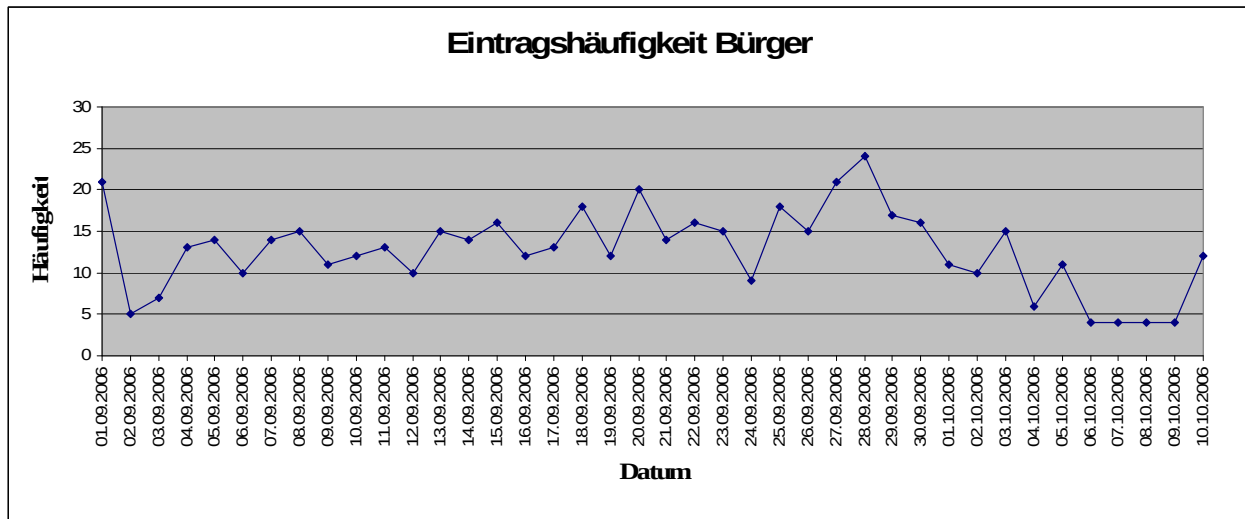


Abbildung 10. Häufigkeit der Blogseinträge in Bürgerblogs

Die Bürger haben 511 Einträge mit 114.293 Wörtern publiziert. Diese Blogger haben damit pro Tag durchschnittlich 13 Einträge geschrieben und sind aktiver als Politiker.

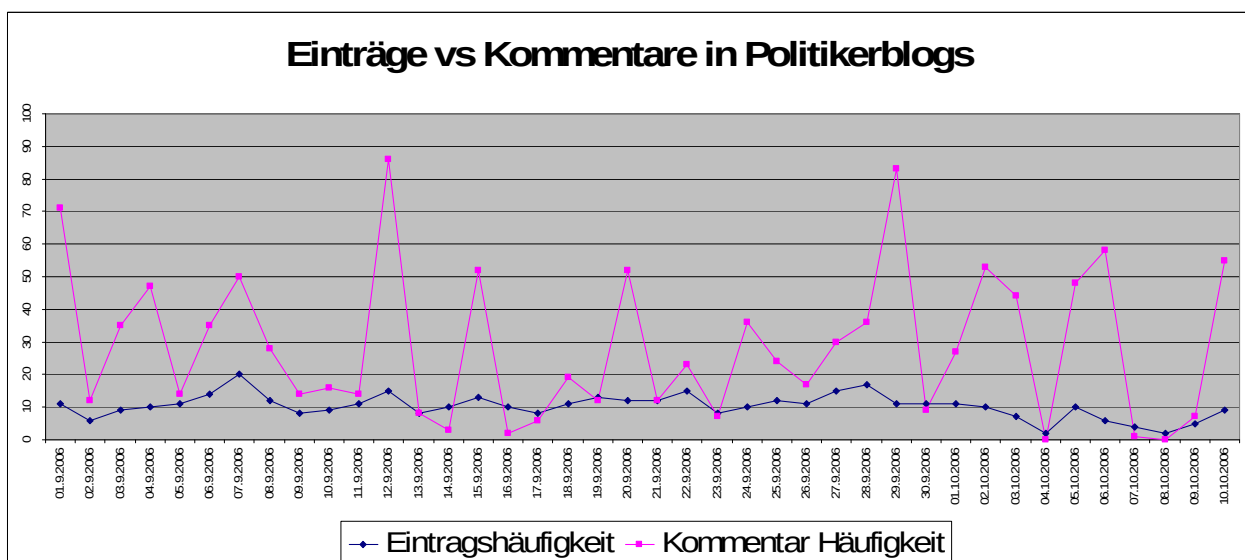


Abbildung 11. Vergleich Bloggereinträge und Kommentare in Politikerblogs

Die beiden Spitzentage mit der größten Kommentatorenaktivität stammen aus Politikerblogs, ebenso sämtliche anderen Spitzen. Außerdem gibt es in dieser Gruppe weitaus mehr Kommentare als Bloggereinträge. Politikerblogs haben pro Tag durchschnittlich 29 Kommentare.

Die Anzahl der Kommentare steigt zweimal knapp unter 100 Stück pro Tag: am 12. September und 29. September. Am 12. September sind es 86 Kommentare, davon handelt die Mehrheit von Bildungsmisere und Bildungspolitik von Ministerin Gehr. Am 29. September sind es 93

Kommentare; es ist der Tag nach der Elefantenrunde. Während die Blogger nach der Wahl weniger veröffentlichen, sind die Kommentatoren eine Woche lang sehr aktiv.

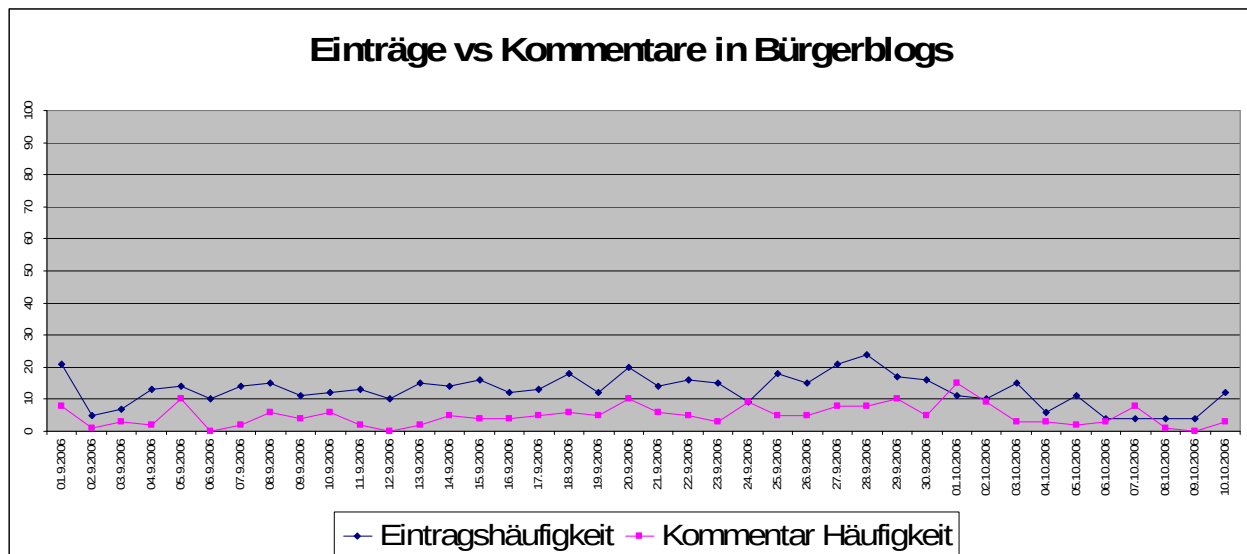


Abbildung 12. Vergleich Bloggereinträge und Kommentare in Bürgerblogs

Im Diagramm der Bürger wurde die gleiche Skala von 100 Einträgen angewendet, um sie mit dem der Politiker anschaulich vergleichen zu können, obwohl die Privaten mehr bloggen als die Politiker können sie nicht annähernd so viele Kommentatoren anlocken und bleiben unter 30 Kommentare pro Tag.

Die privaten Blogger sind aktiver; nur zweimal gibt es mehr Kommentare als Bloggereinträge: einmal am 1. Oktober, dem Wahltag, und einmal 7. Oktober. Bürgerblogs haben pro Tag durchschnittlich fünf Kommentare.

In den folgenden Kapiteln werden die Ergebnisse zu den Forschungsfragen vorgestellt.

4.2 Auswahl der Beteiligten

FF 1. Welche formalen Maßnahmen sollen offenbar zu mehr Beteiligung führen? Zur Erinnerung: die drei Indikatoren für die Auswahl der Beteiligten lauten: aktivierte Kommentarfunktion, Zugangshürde durch Login und einfache Menüführung.

4.2.1 Kommentarfunktion

Bereits bei der ersten Durchsicht der Weblogs fällt auf, daß in beiden Gruppen ein gewisses Machtgefälle herrscht. Das betrifft z. B. die Themenwahl; der Blogger gibt das Thema durch seine Bloglinie vor – in den analysierten Fällen ist das der Wahlkampf 2006 im Besonderen und Politik im Allgemeinen.

Aber auch die technischen Gegebenheiten machen den Blogger zum Vorsitzenden der Diskussion, vorausgesetzt, er läßt eine solche überhaupt zu. Insgesamt haben 33 Blogger die Kommentarfunktion aktiviert, vier hingegen deaktiviert. Elf Blogs verlangen eine Anmeldung bevor man sich an der Diskussion beteiligen kann. In 26 Blogs gibt es keine Login-Aufforderung; abzüglich der vier Blogs mit deaktivierter Funktion sind 22 Blogs frei kommentierbar.

Gleichberechtigung gibt es nur unter den Kommentatoren des Weblogs.

Hier folgen die Ergebnisse im Detail nach Bloggergruppen getrennt:

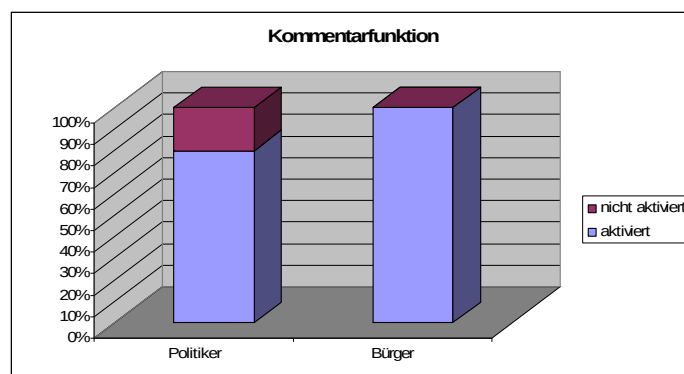


Abbildung 13. Kommentarfunktion in %

Während 100% (17) der privaten Blogger („Bürger“) ihren Lesern die Meinungsäußerung ermöglichen, tun dies nur 80% (16) der Politiker. Damit fördern die privaten Blogger das Zustandekommen von Deliberation stärker als Politiker. Dieser Befund ist überraschend: jedes fünfte Politikerblog ist für Feedback potentieller Wähler gesperrt, jedoch kein privates Blog.

4.2.2 Registrierung

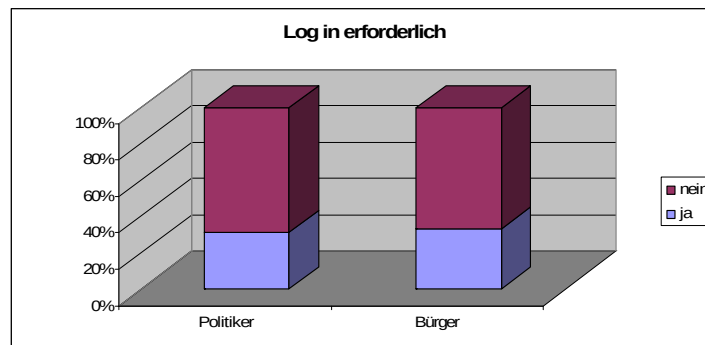


Abbildung 14. Login erforderlich

Mit fünf Login Aufforderungen haben 25% der Politiker zu dieser Maßnahme gegriffen, bei den Wählern waren es mit sechs Aufforderungen 35%. Zur Registrierungshürde haben prozentuell weniger Politiker als Private gegriffen

4.2.3 Menüführung

Auch die Menüstruktur eines Blogs trägt zur Attraktivität bei. Idealerweise sollten nicht zu viele Elemente mit dem Blogseintrag konkurrieren.

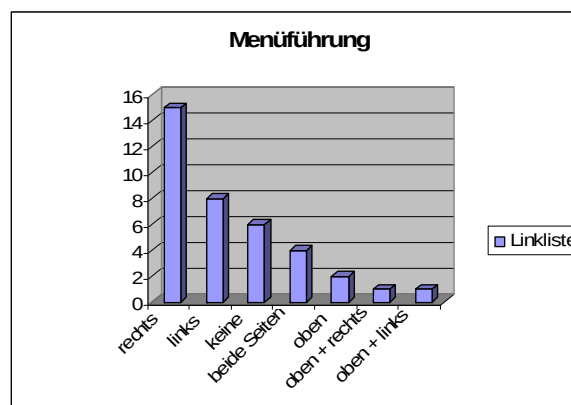


Abbildung 15. Menüführung gesamt

Die Mehrheit aller Blogger führt ihre Linkliste, Archiv oder Kalender rechts (15 Mal/40%) oder links (acht Mal/22%) von ihren Einträgen an. Diese Gestaltung ist übersichtlich, ebenso jene, die keine Links (sechs Mal/16%) anführt oder nur wenige am oberen Rand unter dem Logo (zwei Mal/5%). Weniger übersichtlich sind Links zu beiden Seiten des eigentlichen Tagebuchs (vier Mal/11%) oder die Kombination aus einer Linkleiste oben und auf einer der beiden Seiten (je einmal/je 3%). Hier folgen die Details zur Benutzerfreundlichkeit nach Gruppen getrennt:

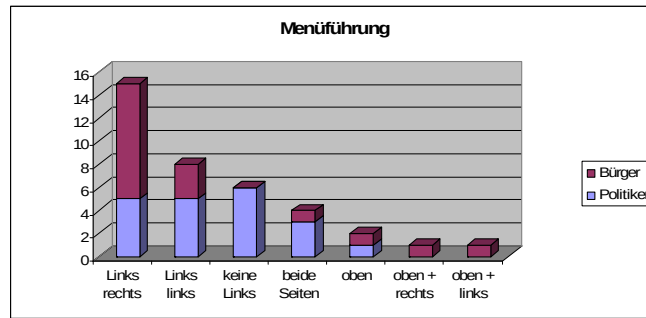


Abbildung 16. Menüführung nach Bloggergruppen

Die meisten Politiker (je fünf/25%) haben sich für eine Linkliste auf einer Seite neben dem Blogtext entschieden, bzw. haben gar keine (sechs/30%). Die Mehrheit der Wähler (zehn/58%) hat das Layout mit einer Linkliste rechts gewählt und drei Bürger (18%) links. Gerade in der Gruppe der Wähler finden sich die meisten Varianten. Alle Wähler stellen zusätzliche Links außerhalb der Einträge zur Verfügung. Die anderen vier Varianten wurden in dieser Gruppe je einmal (6%) gewählt.

FF 1.1 Wie wirkt sich die Gestaltung eines Blogs auf die Anzahl der Kommentatoren aus?

Allerdings wirkt sich die Gestaltung nicht auf die Anzahl der Kommentatoren aus, die ihren Weg zur Kommentarfunktion gefunden haben: Christoph Chorherr, auf dessen Blogseite viele Elemente stehen, (siehe Screenshot S 148) hat im Analysezeitraum 218 Kommentare. Zum Vergleich sind alle analysierten Blogs samt Screenshot im Anhang (ab S 123) gelistet.

4.3 Gleichberechtigung

FF 2. Wird die Gleichberechtigung in Blogs gefördert?

In den 37 Blogs melden sich 648 Kommentatoren zu Wort. Es gibt insgesamt 2% (12) dominante Kommentatoren, die mindestens 15 mal *posten*. Die meisten anderen kommentieren im Analysezeitraum nur einmal oder nur solange ein bestimmtes Thema behandelt wird. In den Politikerblogs gibt es von insgesamt 521 Kommentatoren 2% (10) dominante. In Peter Pilz' Blog führen drei davon eine vom Blog verselbständigte Diskussion.

In den Wählerblogs gibt es 2% (2) regelmäßig schreibende *user* von gesamt 127.

4.3.1 Formale Gleichheit

Die nächste Bedingung lautet: Formale Gleichheit mit gleichen Rechten und gleichem Zugang zu Informationen für alle.

In einigen Blogs werden solche Hintergrundinformationen oder Beweise für Behauptungen auch eingefordert. „[...] und jetzt wieder das bekannte problem: wie kann ich euch das pdf-dokument hier anbieten??“ [sic!] (Fritz Köhler) (<http://campa.at/home/blog/showblog/17>) Jeder Teilnehmer sollte Zugang zu den Hintergrundinformationen haben, die in der Diskussion nur angeschnitten und eventuell als bekannt vorausgesetzt werden.

Wie bereits gesagt, regelt innerhalb eines Blogs wieder die Technik die Hierarchie. Der Blogger ist mit mehr Möglichkeiten ausgestattet als die einander gleichgestellten Kommentatoren. Er kann Kommentare löschen (siehe S 75) oder erst keine Kommentare zulassen.

4.3.2 Basisregeln des Verfahrens

In der Praxis zeigt sich vielmehr, daß sich nur wenige Blogger in die Diskussion der Kommentatoren einmischen. Nur selten werden direkte Anfragen beantwortet. (z.B. Bartenstein, <http://bartenstein.twoday.net>) In einem Fünftel (8) Politikerblogs werden 64 mal (5%) direkte Anfragen beantwortet, während es in mehr als der Hälfte (9) aller Bürgerblogs 37 (16%) Antworten gibt. Damit sind in absoluten Zahlen acht Politiker kontaktfreudiger als die neun Bürger. Es gibt im Analysezeitraum insgesamt 1.352 Fremdkommentare (Politiker: 1.146, Bürger: 196). Mit den Bloggerantworten wurde die Kommentarfunktion insgesamt 1.453 mal in Anspruch genommen (Politiker: 1.210, Bürger: 233).

Einige Blogger haben Diskussionsregeln aufgestellt wie z.B. Georg Pichler (www.blog.mygfx.at): Er hat sich sehr genau damit auseinandergesetzt und faßt in einem seiner ersten Beiträge zusammen, was für ihn ein Weblog ausmacht und wird daher ausführlich zitiert:

„[...]Grundsätzlich schliesse ich mich hier der Argumentation an, dass alle Beiträge, die das sachliche Niveau einer Diskussion (und eine solche kann durchaus in den Kommentaren stattfinden, die sind nicht NUR zum bewerten des Beitrags gedacht) deutlich verlassen, in jedem Fall löschungswürdig sind, ohne dass sich der Verfasser – moralisch gesehen – darüber beklagen dürfe. “My blog is my castle”, [...] Diese Definitioin [sic!] würde aber die Schlussfolgerung nahelegen, dass die Fest- und Auslegung der Hausregeln allein dem Blogschreiber obliegt. Das ist technisch zwar richtig, denn er besitzt die alleinige Verfügungsgewalt über seine Seite, und kann also alles was ihn stört mit nur wenigen Mausklicks ins Datennirvana befördern.

Moralisch gesehen, sollte sich aber auch der Admin himself an Grundsätzen orientieren, um den gesellschaftlichen (demokratischen) Wert eines Blogs – und wir reden heir [sic!] von Social Networking – nicht zu untergraben. Es ist die Frage, wo man die Grenze zieht. Sicherlich kann man im Fidel-Castro-Style alles Kritische entfernen, das wird die ganze Seite aber nicht unbedingt beleben. Nun gibt es auch unberechtigte Kritik, entstanden aus mangelndem Kenntnisstand oder was auch immer, doch auch diese sollte man meiner Meinung nach nicht einfach terminieren. Logisches Argumentieren und Richtigstellen ist da schon gefragter, im Fortlauf des entstandenen “Gesprächs” wird sich sehr bald zeigen, ob der Kommentator wirklich nur desinformiert war, oder auf absichtliches Provozieren aus ist. Im Notfall gibt es den “letzten Ausweg” ja noch immer, man sollte bloss nicht zu früh dazu greifen.

Und, egal ob einfach nur Artikelbewertung, Kritik oder Diskussionsanregung, jeder Beitrag sollte die Grundsätze der [Netiquette](#) achten. [...].

Um das Ganze auf einen runden Abschluss zu bringen: hier auf mygfx.at bleibt jeder Nutzerkommentar erhalten, solange er sich an die Hausregeln hält. Und diese besteht aus zwei klaren Anweisungen:

- 1. Achtet die Netiquette.**
- 2. Bleibt auch im Streitfall im Rahmen einer sachlichen Diskussion.“**

4.3.3 Kriterien der Informationssammlung

Wer bestimmt, was relevant ist?

90% aller Blogger bestimmen das Thema allein und die Kommunikatoren sind entweder gar nicht vorhanden, oder reagieren nur auf den Eintrag. Nennenswerte eigene Ideen der Kommentatoren, weiterführende Informationen, etc. gibt es nur in neun Blogs. Hier verharren die Diskussionen nicht bei dem vom Blogger angeschnittenen Thema, sondern entfernen sich davon.

Einige verweisen auf ihre eigenen Blogs, um zu zeigen, daß auch sie sich ausführlich mit dem Thema Wahlkampf auseinandersetzen. Viele bieten Links zu *online* Artikeln an. Nur selten werden Printmedien zitiert.

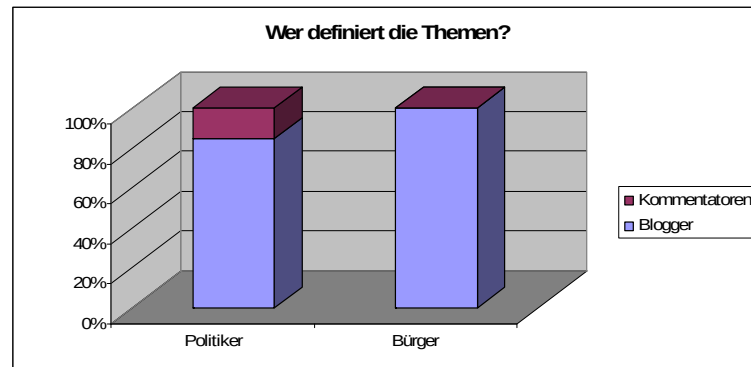


Abbildung 17. Wer definiert die Themen in %?

Bei den Bloggergruppen bestimmt allein bzw. überwiegend der Autor, über welche Themen geschrieben wird, die Kommentatoren übernehmen diese. Während bei den Bürgern kein einziger Kommentator ein neues Thema einbringt, ist das immerhin in jedem fünften Politikerblog (vier Blogs) der Fall. Bei diesem Kriterium nähern sich die Politikerblogs der Deliberation stärker an, weil ihre Kommentatoren aktiv neue Themen in die Diskussion einbringen. Die Blogger haben zwar noch zu 80% das Sagen, aber bei den privat geführten Blogs gibt es gar keine Initiative von Seiten der Kommentatoren.

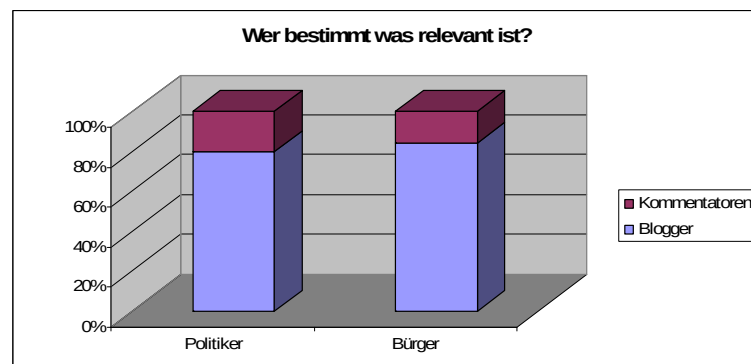


Abbildung 18. Wer bestimmt was relevant ist?

Auch bei zusätzlichen Informationen zu einem (vorgegebenen) Thema sind die Blogger in beiden Gruppen tonangebend: 80% (16 Blogs) der Politiker und 83% (14 Blogs) der Wähler. Die Kommentatoren fordern oder geben nur selten neue Informationen bzw. disqualifizieren bestehende: nur in 20% (vier Blogs) der Politikerblogs und in 18% (drei Blogs) der Wählerblogs reden die Kommentatoren mit. Auch bei der Frage nach der Relevanz von Details zu einem vorgegebenen Thema, sind die Politiker deliberativer. Immerhin 20% der Kommentatoren in Politikerblogs bewerten neue Information, bei den Privaten sind es nur 17%.

4.3.4 Zusatzinfo zugänglich machen

Insgesamt werden 31 mal ältere Einträge anderer Teilnehmer zitiert und so mit den eigenen Argumenten in Zusammenhang gebracht.

20 mal werden *online* Ausgaben von Tageszeitungen bzw. *online* Artikel anderer Redaktionen zitiert. Print Quellen werden nur selten herangezogen.

15 mal wird auf andere Blogs verwiesen. Meist handelt es sich hierbei um Eigenwerbung der Kommentatoren, die ein eigenes Blog schreiben. Getrennt in Bloggergruppen sieht das so aus:

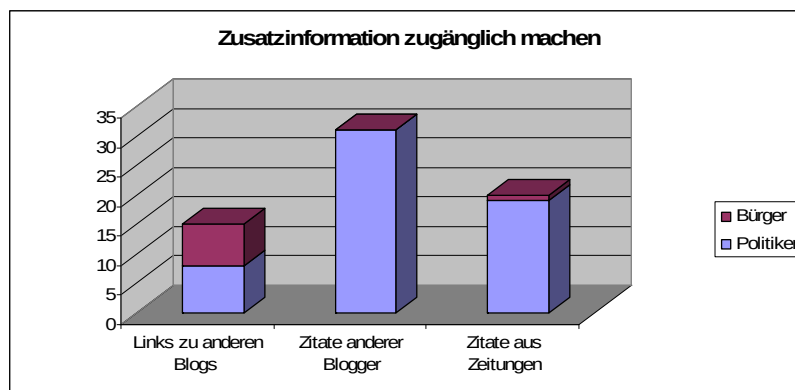


Abbildung 19. Zusatzinformation

In Politikerblogs finden sich zahlreichere Links zu anderen Quellen als bei den privatgeführten Blogs. Acht Links führen zu anderen Blogs, 31 mal zitieren sie andere Blogger und 19 mal aus Zeitungen. Sieben mal verlinken Bürger zu anderen Blogs und einmal wird aus einer Zeitung zitiert. Direkte Zitate anderer Blogger gibt es nicht.

Mittelwerte	Politiker	Bürger
Links zu anderen Blogs	0,4	0,4
Zitate anderer Blogger	1,6	0,0
Zitate aus Zeitungen	1,0	0,1

Abbildung 20. Tabelle Mittelwerte: Zusatzinformation

Weitere Informationen werden durch Ergänzungen zu den Worten vermittelt: z.B. Photos, Liedertexte, Zitate aus Literatur und den Medien. Ein Weblog kann man durch Links, Videos und Podcasts ergänzen, die das Thema vertiefen oder die Diskussionsgrundlage schaffen.

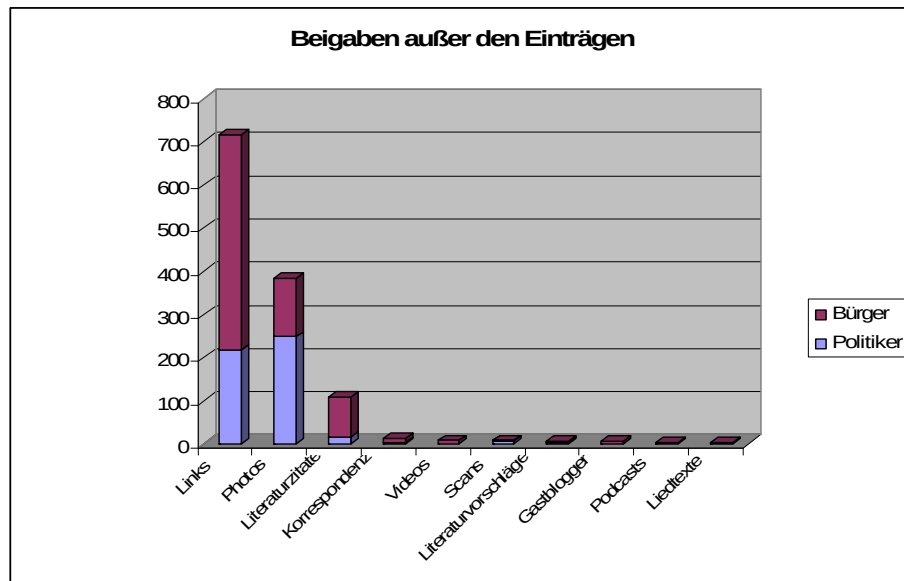


Abbildung 21. Beigaben außer den Einträgen

Insgesamt haben die privaten Blogger 758 mal ihren Texteintrag um Anhänge ergänzt, während die Politiker das nur 505 mal getan haben.

In den analysierten Blogs wurden 715 Links von den Autoren eingefügt, auch die Kommentatoren geben Links an. Links sind mit Abstand am beliebtesten.

An zweiter Stelle stehen Photos: 385 Photos zeigen die Blogger, Ereignisse im Wahlkampf, originelle Poster, Illustrationen zu den Einträgen, aber auch Statistiken. Beispiele für Photos:

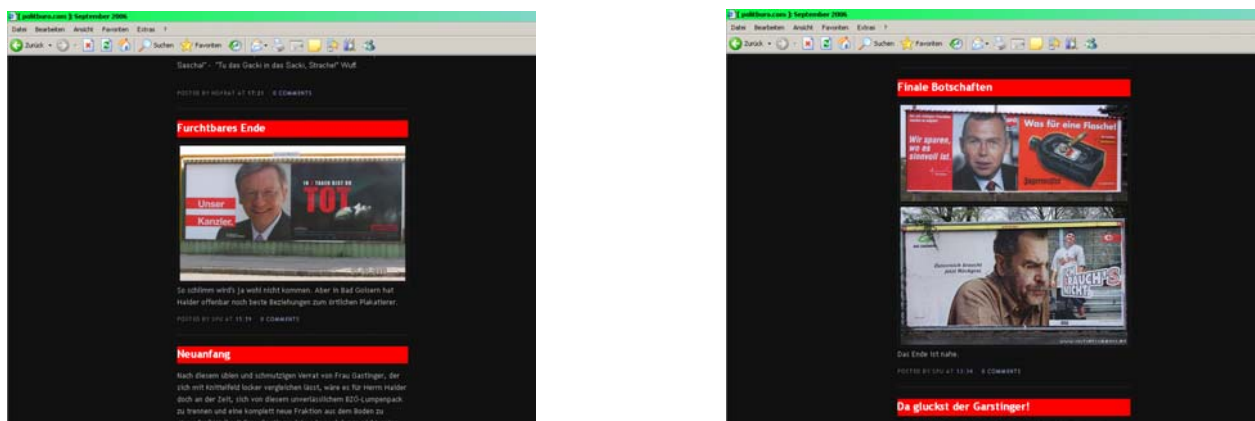


Abbildung 22. Photographien von Wahlplakaten, <http://blog.politburo.com>

Solche Abbildungen von Plakatwänden mit der Kombination von Wahl- und kommerziellen Werbeplakaten finden sich in vielen Blogs. In den Texten zu diesen Photos machen sich die Blogger meist über die neue Bedeutung dieser Kombinationen lustig, weil die Botschaft der Wahlplakate relativiert oder aufgehoben wird.

Die insgesamt je neun Videos und Scans zeigen Mitschnitte von TV-Konfrontationen, Satiren auf den Wahlkampf und die Kandidaten, sowie eingescannte Wahlzettel oder Werbeflyer. Bei den Literaturanregungen handelt es sich sowohl um Bücherempfehlungen als auch um

Zeitungsartikel. In zwei Blogs gibt es insgesamt sechs Gastblogger: bei Andreas Schieder (<http://campa.at/home/blog/showblog/17>) beteiligt sich Niels Annen und die Bloggergemeinschaft von www.vorzugsstimmen.at/blogs hat fünf Gastblogger.

Außer den beiden gänzlich aus Podcasts bestehenden Blogs von SPÖ (<http://www.wien.spoe.at/extend/waehlenwirwien/podcast>) und BZÖ (<http://bzoe-podcast.podspot.de>) wurden auch in den Textblogs fünf Audiodateien veröffentlicht.

	Politiker		Bürger	
	gesamt	Mittelwerte	gesamt	Mittelwerte
Links	218	10,9	497	29,2
Photos	248	12,4	137	8,1
Literaturzitate	18	0,9	92	5,41
Korrespondenz	3	0,2	11	0,7
Videos	1	0,1	8	0,5
Scans	6	0,3	3	0,2
Literaturvorschläge	4	0,2	3	0,2
Gastblogger	1	0,1	1	0,3
Podcasts	4	1	1	0,1
Liedtexte	2	0,1	1	0,1

Abbildung 23. Tabelle Mittelwerte: Beigaben außer den Einträgen

Ein wichtiger Punkt ist auch die leichte Erreichbarkeit der eigenen Einträge aus der Vergangenheit. Das nach Monaten sortierte Archiv haben 35% (13) der Blogger gewählt, z.B. einige, die auf twoday.net bloggen. Auf oe24 gibt es keine Auswahl der Gestaltung, hier steht nur der Kalender zur Verfügung, ebenso auf camp.a.at. Insgesamt haben 5% (2) Blogger diese Variante gewählt. Bei den meisten Blogs (15/41%) hingegen muß man viel Geduld aufbringen, um zu älteren Beiträgen zu gelangen: man muß blättern. Am Ende einer Seite, die meist fünf bis zehn, seltener mehr Einträge umfaßt, befinden sich die Links „ältere Beiträge“ und „jüngere Beiträge“. In 11% (4) der Blogs muß man durch alle Einträge scrollen, um zum Gesuchten zu kommen. Lopatkas Inhaltsverzeichnis (3%) ist praktisch bei temporär geführten Blogs. (<http://oevp.at/oevp/team/lopatka>). Außerdem kann man durch sein Blog blättern. Weitere zwei (5%) Blogs bieten sowohl das Kalendermodel als auch blättern an.

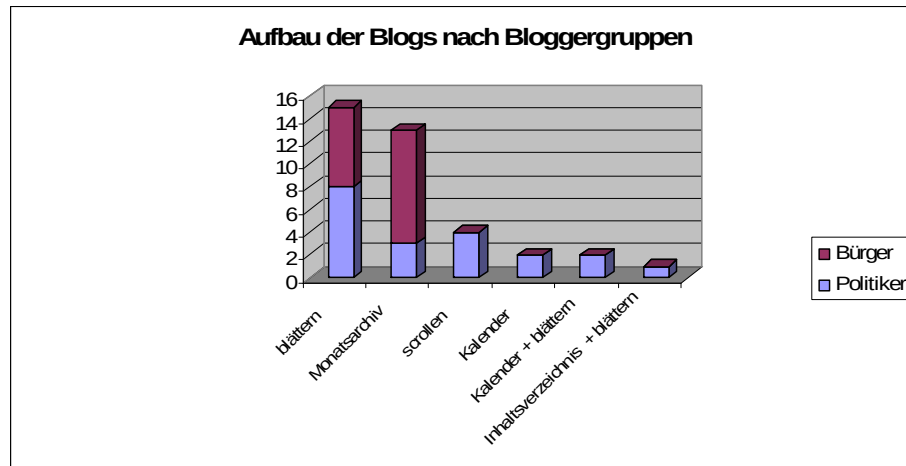


Abbildung 24. Aufbau der Blogs nach Bloggergruppen

Bei den Bürgern ist das Monatsarchiv beliebtesten, während der *user* bei den Politikern am häufigsten blättern muß. Beim Monatsarchiv findet man alle Einträge eines Monats eines bestimmten Jahres auf einen Blick. Für eine gezielte Suche ist diese Variante am schnellsten.

Steht ein Kalender für das Archiv wie auf oe24, sucht man nach einem Datum. Hier kann das Blättern sehr lange dauern.

Vier Politikerblogs haben kein separates Archiv, sondern fügen immer den neuesten Eintrag oben dazu. Dadurch wird die Seite immer länger und man muß zum gesuchten Eintrag scrollen.

	Politiker		Bürger	
	gesamt	%	gesamt	%
blättern	8	40%	7	41%
Monatsarchiv	3	15%	10	59%
scrollen	4	20%	0	0%
Kalender	2	10%	0	0%
Kalender & blättern	2	10%	0	0%
Inhaltsverzeichnis & scrollen	1	5%	0	0%

Abbildung 25. Tabelle Aufbau der Blogs nach Bloggergruppen in Prozent

4.3.5 Entscheidungsstrukturen

Wie kommt die Gruppe zu einer Entscheidung? Die Voraussetzung dafür ist, wie bereits gesagt, eine Problemstellung; eine Gruppe muß zuerst in die Situation kommen, sich für oder gegen etwas zu entscheiden. Allerdings hat sich bei der Analyse herausgestellt, daß die analysierten Weblogs nicht auf Lösungsfindung ausgerichtet sind. Chorrherr hat Ansätze in Richtung Deliberation, in dem er die Kommentatoren und potentiellen Wähler aufruft, Wahlkampfstrategien vorzuschlagen, bzw.

nach der Wahl Analysen einzubringen, was die Grünen falsch gemacht haben. Eine gemeinsame, verbindliche Lösung wurde aber auch hier nicht angestrebt.

Da keine Diskussionsgruppe eine Entscheidung treffen mußte, lassen sich anhand dieses Analysematerials keine Entscheidungsstrukturen analysieren.

4.3.6 Beschwerderechte

Da es keine Entscheidungen in diesen Blogs gibt, können nur Beschwerdeverfahren gegen die laufende Diskussion analysiert werden. Beschwerderechte hat in einem Blog grundsätzlich jeder. Die Auswirkungen sind unterschiedlich und hängen vor allem vom Beschuldigten ab.

In den analysierten Blogs gibt es nur zwei Beschwerden. Der Hauptgrund für Beschwerden sind Beleidigungen sowie der Einzelfall von Rassismusvorwürfen bei Peter Pilz. (<http://www.peterpilz.at>) Der Rassismusvorwurf hat jedoch keine Auswirkungen. Der Kommentator Hermann@deranwalt.at faßt in einem mehrseitigen Posting alle Verstöße seines Kontrahenten zusammen, er veröffentlicht außerdem ein e-Mail an den Blogger, in dem er ihn auffordert, alle rassistischen *postings* zu löschen. Er untermauert seinen Einspruch mit den entsprechenden Paragraphen. Dennoch erfolgt keine Stellungnahme des Bloggers; er kommt der Aufforderung auch nicht nach. Da auch der Beschuldigte nicht von seiner Meinung abrückt und auf freie Meinungsäußerung verweist, bleibt dieses Veto ohne Konsequenzen.

In Christoph Chorherrs Blog (<http://chorherr.twoday.net>) gelingt es dem Kommentator „derBaron“ einen ausfallenden Teilnehmer durch einen Eintrag mit Unterstützung einiger anderer Kommentatoren aus dem Blog zu komplimentieren. Der Blogger wird in diesem Fall nicht involviert.

In den privaten Blogs gibt es keine Beschwerden. Die Stimmung der Kommentatoren ist homogener.

4.3.7 Überwachung des Deliberationsverfahrens

Diese obigen Beispiele zeigen auch, daß die Überwachung der Einhaltung der Diskussionsregeln von den Kommunikatoren selbst übernommen wird, indem sie jedesmal ihr Veto einlegen, wenn gegen Diskussionsregeln oder die Nettiquette verstoßen wird. Sanktionen bei Nichteinhaltung gibt

es jedoch keine. Zwar hat die Analyse ergeben, daß in zwei Blogs Kommentare gelöscht wurden, allerdings könnten das Spamkommentare gewesen sein, mit denen viele Blogs zu kämpfen haben. Das sind Einträge, die nur aus ein einem einschlägigen Link bestehen und von Programmen gemacht werden.

Viele Blogs schützen sich mit einem Log in oder verzerrten Wörtern, die die Spamprogramme nicht lesen können. Dabei muß der Kommentator ein Wort eintippen, das in einer verzerrten Graphik neben dem Kommentarformular zu sehen ist. Die Spamprogramme erkennen an dieser Stelle nur ein Bild.

4.3.8 Änderungen von Regeln oder Abläufen

Änderungen im Ablauf der Diskussionen konnten keine festgestellt werden.

4.4 Meinungspluralismus

FF 3. Wie ausgeprägt ist der Meinungspluralismus in den Blogs?

4.4.1 Gemeinsame Lebenswelt

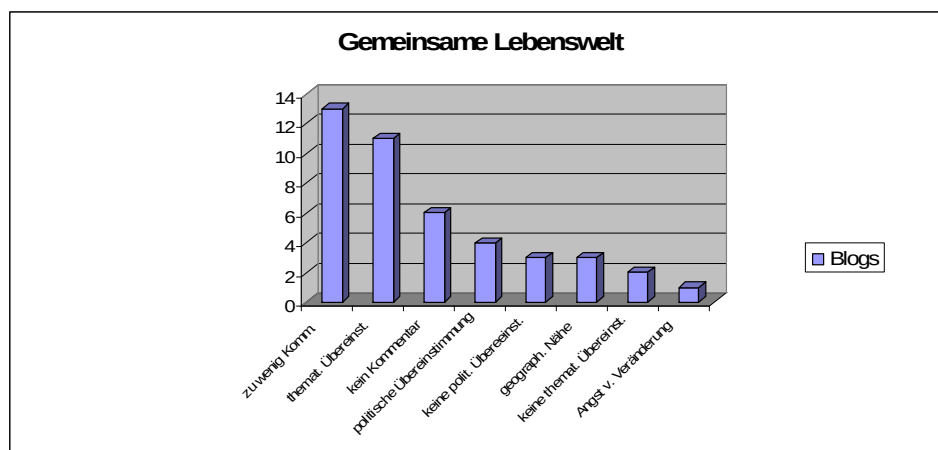


Abbildung 26. Gemeinsame Lebenswelt

Nicht berücksichtigt werden können sechs Blogs ohne Kommentare, sowie zwölf Blogs, an denen sich nur ein bis vier Kommentatoren beteiligen und daher keine Diskussion aufkommt.

In elf Blogs herrscht überwiegend thematische Übereinstimmung. Damit sind Kommentare gemeint wie Lob zum Bloggerbeitrag oder anderen Kommentatoren, ergänzende Informationen und Links sowie Einträge, die geteilte Gefühle oder Ansichten zum Ausdruck bringen.

Weniger häufig ist dezidierte politische Übereinstimmung. In vier Blogs läßt sich anhand zahlreicher Gratulationen und politischer Bekenntnisse eine überwiegend homogene Kommentatorengemeinschaft feststellen. In diesen Blogs ist auch die allgemeine Stimmung entspannt: es fallen keine Beleidigungen, es gibt keine Kritik, weder am Blogger noch unter den Kommentatoren. Die Beiträge reichen von sachlich bis enthusiastisch und sind von Zustimmung geprägt.

Fehlt die Übereinstimmung in einem Bereich, so wird die Diskussion heftiger. In zwei Blogs gibt es keine thematische und in drei weiteren keine politische Übereinstimmung. Wobei einzelne Blogs in zwei Kategorien gezählt werden mußten. Die drei Blogs – Broukal, Hakl, und Pilz – weisen bei der Mehrheit ihrer Kommentatoren keine oder nur wenig Übereinstimmung auf, und zwar weder thematisch noch politisch.

Diese drei Blogs sind geprägt von Kritik am Blogger: bei Karin Hakl ist sie noch sachlich, bei den anderen beiden Blogs gibt es zahlreiche Beleidigungen für den Blogger, aber auch unter den Kommentatoren. Ähnlich laufen die Diskussionen auch bei Josef Broukal ab: die Kommentatoren bezichtigen ihn der Lüge:

„das sind mal wieder die josefischen zahlen eines herrn broukal. er hat zwar noch nie eine uni von innen gesehen. geschweigenen dort mal studiert. aber sich immer wieder aufblassen wie ein roter obergockel... ich hoffe nur das er nicht bald platzt bei dieser ganzen heißen luft. bitte belegen sie doch ihre fantasiezahlen. sie LÜGNER!“
(Philipp) (<http://blog.eo24.at/roller/rackback/jobro>)

Beleidigungen werden nicht geahndet. Bei Peter Pilz (<http://www.peterpilz.at>) beschränkt sich der rauhe Ton auf den Streit zwischen herman@deranwalt.at und Herbert der Anwalt, die sich gewählter ausdrücken als die Teilnehmer in Broukals Blog. Es geht um Rassismusvorwürfe.

„Besser, Sie gehen mal wieder Gipfelkreuze hüten - Ihr Hirn scheint einen Frischluftschub dringend nötig zu haben. Oder öffnen Sie einfach mal die Fenster; ist eh schon 5 Uhr vorbei, sodaß auch kein Muezzin mehr Ihre kulturchauvinistischen Abendmeditationen zu stören droht ...“ (hermann@deranwalt.at)

Wie sieht die (Nicht-)Übereinstimmung getrennt nach Bloggergruppen aus?

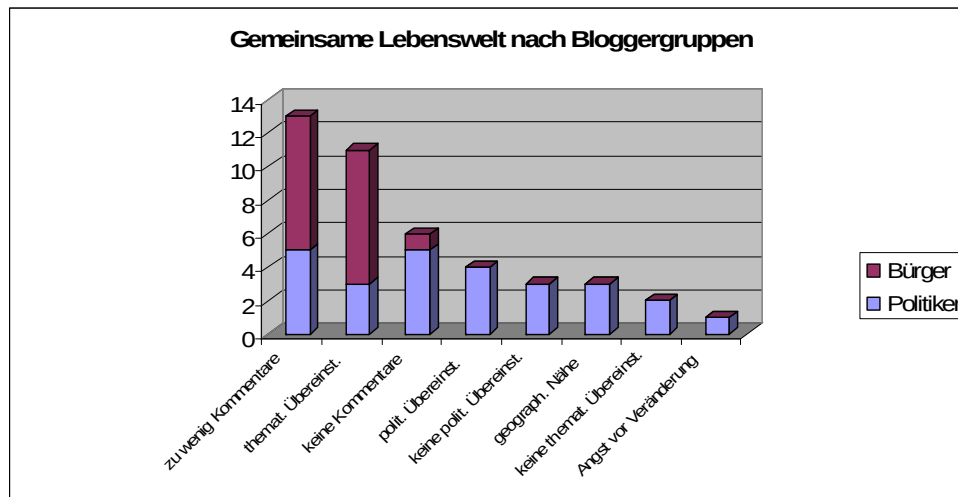


Abbildung 27. Gemeinsame Lebenswelt nach Bloggergruppen

In den Blogs der Politiker lässt sich nur selten auf eine gemeinsame Lebenswelt schließen, da entweder keine (fünf Blogs) oder zu wenige Kommentare (ebenfalls fünf Blogs) vorhanden sind, um eine Aussage treffen zu können. Wo das möglich ist, zeigt sich hauptsächlich politische Übereinstimmung der Blogger und Kommentatoren (in vier Blogs), gefolgt von geographischer Nähe (in drei Blogs). Allerdings kann auch das Gegenteil festgestellt werden; in drei Politikerblogs gibt es keinerlei politische und in zwei Blogs keine thematische Übereinstimmung zwischen den Teilnehmern.

Bei den Bürgern ist die Untergruppe mit zu wenigen Kommentaren sogar noch größer: acht Blogs, in einem Blog gibt es keine Kommentare. Ebenso zahlreich sind jene Blogs mit thematischer Übereinstimmung; politische Übereinstimmung gibt es in den Wählerblogs jedoch keine.

%	Politiker	Bürger
zu wenig Kommentare	0,4%	4,1%
thematische Übereinstimmung	0,2%	0,5%
keine Kommentare	0,4%	0,5%
politische Übereinstimmung	0,3%	0,0%
keine politische Übereinstimmung	0,3%	0,0%
geographische Nähe	0,3%	0,0%
keine thematische Übereinstimmung	0,2%	0,0%
Angst vor Veränderung	0,1%	0,0%

Abbildung 28. Tabelle Gemeinsame Lebenswelt nach Bloggergruppen in %

4.4.2 Politische Übereinstimmung der Teilnehmer

Im Zusammenhang mit der Nationalratswahl 2006 ist auch die politische Tendenz der Blogger selbst interessant.

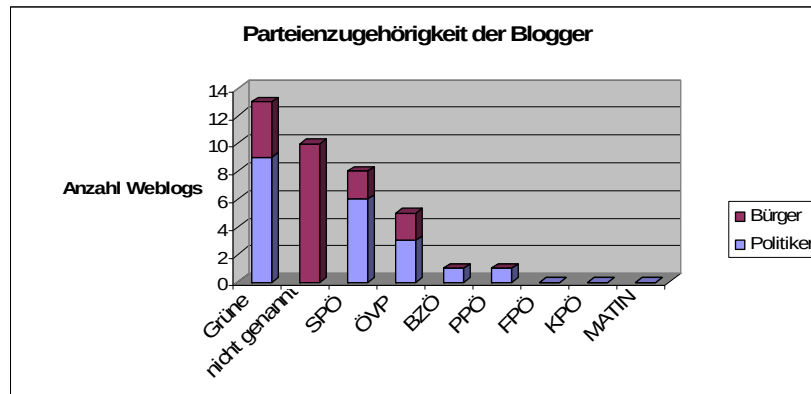


Abbildung 29. Parteizugehörigkeit der Blogger

10 private Blogger haben ihre politische Präferenz nicht bekannt gegeben. Politiker stehen in der Öffentlichkeit, daher weiß man über ihre Parteizugehörigkeit Bescheid, auch wenn diese nicht explizit ausgesprochen wird. Auf www.wahlblogs.at bloggen neun grüne Politiker und vier Grünwähler. Neben sechs Blogs der SPÖ bloggen zwei SPÖ Wähler; drei ÖVP Politiker und zwei ÖVP Wähler. BZÖ und FPÖ haben nur je ein Parteienblog bzw. Podcast/Audioblog geführt. FPÖ, KPÖ und MATIN waren im Analysezeitraum auf www.wahlblogs.at nicht durch Blogs vertreten.

Die beiden Blogger von vote06 sind sich nicht einig: einer wählt Grün, der andere SPÖ.

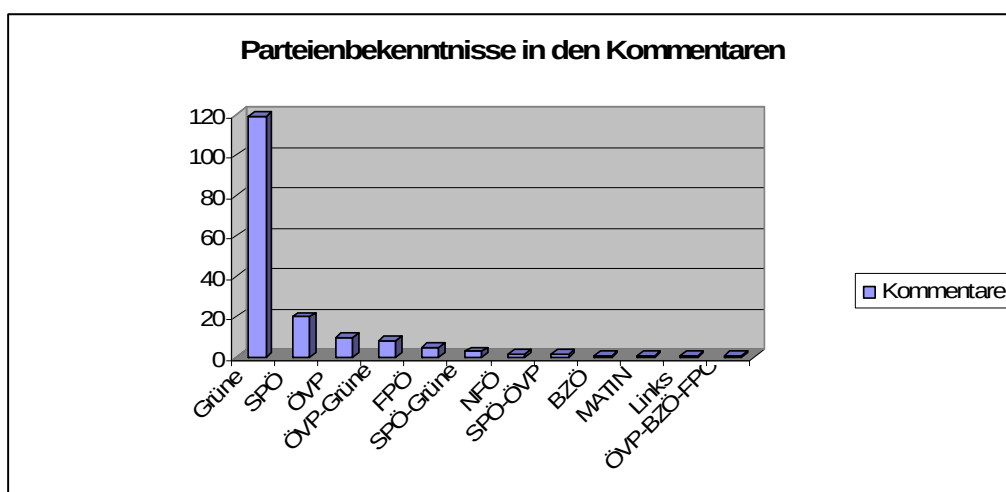


Abbildung 30. Parteienbekenntnisse in den Kommentaren

In 8% aller Kommentare (119 Beiträgen) betonen die Kommentatoren ihre Wahl für die Grünen. Abgeschlagen mit 2% (20) Unterstützungsbekundungen liegt die SPÖ an zweiter Stelle. Einige Kommentatoren haben sich in ihren Beiträgen nicht auf eine Partei festgelegt, sondern ihre Präferenz für eine Koalitionsvariante bekannt gegeben. In 1% (8) der Einträge wird einer Koalition von ÖVP und Grünen der Vorzug gegeben, SPÖ-Grüne mit nur 0,2% (3) sowie die große Koalition mit nur 0,1% (2) Erwähnungen sind weniger beliebt. 0,1% (1) der Kommentatoren bekennt sich vage zu „Links“.

Haben die Kommentatoren dieselbe politische Auffassung wie der Blogger?

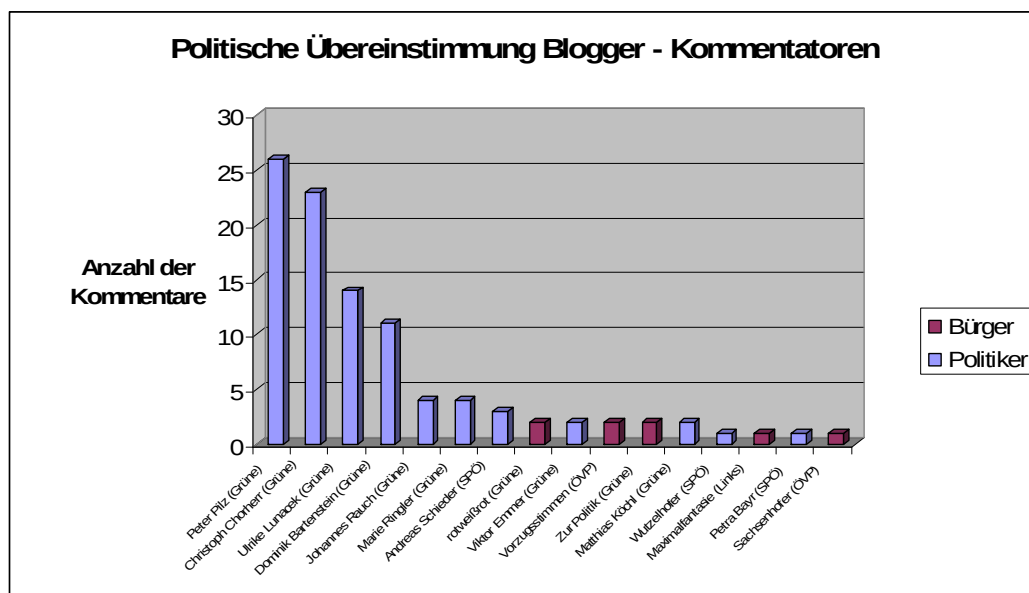


Abbildung 31. Politische Übereinstimmung Blogger - Kommentatoren

Das Diagramm zeigt, daß die Kommentatoren in den Politikerblogs häufiger ihre Parteipräferenzen bekanntgeben als in privaten. Im Diagramm sind elf Politikerblogs und fünf private gelistet.

Im Weblog von Peter Pilz haben 21 Kommentatoren ihre politische Einstellung bekannt gegeben, das sind 4% von allen Kommentatoren in Politikerblogs. In Ulrike Lunaceks Blog waren es zehn (2%) und bei Christoph Chorcherr neun (2%) Personen.

Von den insgesamt 16 Blogs, in denen Leser ihre politischen Präferenzen veröffentlicht haben, sind zwei Drittel (10) den Grün-Politikern und -Wählern zuzuordnen. Weitere 18% (3) Blogs tendieren zur SPÖ, 6% zur ÖVP (1) und 12% (2) etwas allgemeiner zu linken Parteien.

Faßt man die Kommentatoren zusammen, so erhält man folgende Zahlen: 8% (52) von insgesamt 548 Kommentatoren haben sich als Grüne Sympathisanten/Wähler zu erkennen gegeben; 1% (6) als SPÖ Wähler, fünf (1%) als Wähler einer linken Partei und zwei als ÖVP (0,3) Wähler. Vergleicht man diese Zahlen mit dem Ergebnis der Nationalratswahl 2006, zeigt sich, daß

auch hier das Verhältnis nicht annähernd repräsentativ ist, denn die Grünen lagen bei der Wahl an dritter Stelle.

In weiteren 15 Blogs haben sich eventuell Gleichgesinnte nicht zu erkennen gegeben und acht analysierte Blogs wurden gar nicht kommentiert.

4.4.3 Ausschluß von Mehrheitsentscheidungen

Die Bildung von Koalitionen unter den Teilnehmern kann nicht gesteuert werden. Die einzige Kontrolle, die der Blogger als Hausherr hat, wären Ordnungsrufe. In Blogs mit wenigen Teilnehmern besteht diese Gefahr ohnehin nicht. Auch in jenen Blogs mit mehr als 20 Kommentatoren konnten Koalitionen nur selten festgestellt werden, und wenn, dann nur für bis zu drei *postings*. Das liegt vor allem daran, daß viele Kommentatoren nur einmal im Analysezeitraum gepostet haben.

Josef Broukal (<http://blog.eo24.at/roller/rackback/jobro>) wird hauptsächlich von Kritikern kommentiert, die sich kurzzeitig gegen den Blogger zusammenschließen, dann aber wieder gegenseitig verbal über einander herfallen. Allerdings finden sich immer wieder Teilnehmer, die auch loben.

4.4.4 Privates Forum oder öffentliche Plattform?

In wieweit ist ein Weblog nur ein privates Forum oder eine öffentliche Plattform? Stammen die Kommentare von persönlich Bekannten des Bloggers oder von politisch interessierten Bürgern?

Persönliche Bekanntschaft zwischen Bloggern und ihren Kommunikatoren ist nur feststellbar, wenn sie explizit angesprochen wird. Erschwert wird die Trennung in Bekannte/Freunde und Fremde durch den Brauch der *online community* sowie sozialdemokratischer Genossen sich gegenseitig zu duzen. Je jünger der Blogger ist, erkennbar etwa durch ein Photo, desto eher duzen sich die Kommentatoren.

In Peter Pilz' Weblog (<http://www.peterpilz.at>) kommentiert ein anonymes amerikanisches Leser („good post“) in englischer Sprache einen Eintrag zu George Bush: „Forgive me for not

knowing German (but I did translate it into English) and I too agree. Your article hits to the point. Bush has gotten away with his policies for far too long from the media. [...]”

In Christoph Chorrherrs Blog (<http://chorherr.twoday.net/>) kommentiert ein Leser aus Deutschland: „Ich schreibe aus dem deutschen Bundesland Niedersachsen.“ (Johannes)

Dominik Bartensteins Blogeinträge (<http://bartenstein.twoday.net>) werden unter anderem von seiner Schwester kommentiert: „;-) ich gratuliere dir ganz herzlich, mein lieber bruder! ;-) gut gemacht! schlaf gut und bis dann. deine sizta“ (loewenzahn)

Die Bloggergemeinschaften von <http://vote06.blogspot.com> und <http://blog.politburo.com> kommentieren sich jeweils untereinander.

Auffallend ist, daß jeder Blogger seine eigene Kommentatorengruppe hat. Obwohl alle in dieser Studie analysierten Blogs auf www.wahlblogs.at nebeneinander aufgelistet sind, kann kein Blogger von der dokumentierbaren Reichweite des Nachbarn profitieren. Einzelne Kommentatoren sind in zwei Blogs belegbar: z.B. Maschi bei <http://www.peterpilz.at> und <http://chorherr.twoday.net> oder Tom Schaffer, selbst beteiligt an <http://www.zurpolitik.com>, kommentiert auf <http://karinsweblog.holzweg.com> und <http://vote06.blogspot.com>. Sonst haben die meisten Kommentatoren ihr Stammblog.

Die Politiker haben viel mehr Kommentatoren: insgesamt 521. der Hauptgrund liegt im ungleich höheren Bekanntheitsgrad. Die Privaten haben hingegen nur 127 Kommentatoren. Keiner dieser Blogger steht in der Öffentlichkeit.

4.5 Freie Meinungsäußerung

FF 4. Wie oft äußern die Teilnehmer ihre Meinung?

4.5.1 Eigene Anregungen

191 mal haben die Kommentatoren eigene thematische Anregungen eingebracht, das sind 14% von 1.352 Kommentatoren. Das ist dann der Fall, wenn das angesprochene Thema vom Blogger nicht erwähnt wurde und der Kommentar also keine Antwort auf vorangegangenen Input ist.

Davon sind 130 Anregungen in 20 Politikerblogs gegeben worden, und nur elf in 17 Wählerblogs. Das heißt, daß es durchschnittlich 6,5 Anregungen in den Politikerblogs gibt, jedoch nicht einmal eine pro privatem Blog; statistisch ergibt sich dieser Mittelwert: 0,6.

4.5.2 Bloße Reaktionen

151 mal (11%) stellen die Kommentare bloße Reaktionen auf den Bloggereintrag dar.

„Staukatze Sehr geehrter Herr Chorrherr, Ein in Wien wohnender Stockholmer dankt Ihnen für das erste (und wohl das einzige) Schmunzeln des Tages. Eine "Trängselkatt" (Staukatze) für Wien wäre wohl sehr interessant und passend zum tierfreundlichen Image der Stadt, eine "Trängselskatt" (Stausteuer) jedoch vermutlich mehr zielführend ;-)
Mit freundlichen Grüßen“ (Bengt O.)
(<http://chorherr.twoday.net>)

Dieser Eintrag ist eine Korrektur des Bloggereintrages, drückt weder Lob noch Kritik aus und ist daher eine neutrale Erwiderung, die keine Diskussion entfacht.

Von den 151 Meldungen entfallen 119 auf die Politikerblogs und 32 auf die Wählerblogs. Das sind 10% von 1.146 Politikerkommentaren und durchschnittlich 5,95 Reaktionen in 20 Blogs. Während in Privatblogs die Situation so aussieht: 16% von 196 Kommentare, durchschnittlich 1,8 Reaktionen in 17 Blogs.

4.5.3 Kommentare löschen

Einen Kommentar hat der Grüne Politiker Viktor Emmer im Analysezeitraum gelöscht. (<http://viktoremmer.blogspot.com>) Hier ist es eindeutig der Blogger gewesen.

Kommentar gelöscht

Dieser Post wurde vom Blog-Administrator entfernt.

27.9.06

Abbildung 32. gelöschter Kommentar, <http://viktoremmer.blogspot.com>

Zwei Kommentare wurden auf <http://vote06.blogspot.com> gelöscht. Hier heißt es „vom Ersteller entfernt“, was auch den Kommentator selbst bezeichnen kann.



Abbildung 33. gelöschter Kommentar, <http://vote06.blogspot.com>

4.5.4 Überschaubare Verhandlungsarena

Die Überschaubarkeit der Verhandlungsarena ist nicht immer gegeben. Einige Blogs werden im Analysezeitraum nicht kommentiert, während andere bis zu 269 Kommentatoren aufweisen. Persönliche Bekannte oder Verwandte sind nur selten nachweisbar, etwa wenn sie den Blogger entsprechend anreden. (Siehe S 72)

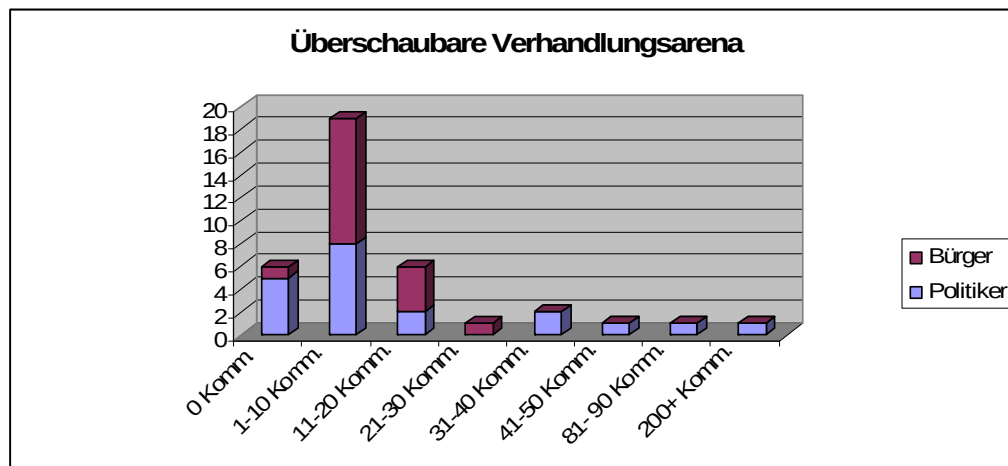


Abbildung 34. Überschaubare Verhandlungsarena

Die Graphik zeigt, daß die meisten Blogs (19 von insgesamt 37) mit einem bis zehn Kommentatoren überschaubar sind: davon sind acht Politikerblogs und elf Bürgerblogs. Sechs Blogs haben zwischen elf und 20 Kommentatoren: zwei Politikerblogs und vier private. Größere Teilnehmerzahlen können nur noch wenige Blogs aufweisen: ein privates Blog hat 25 Kommentatoren und damit die meisten, die ein privates Blog in dieser Studie aufweisen kann. Zwei Politikerblogs fallen in die Kategorie 31 bis 40 Kommentatoren.

Nach der 50-Kommentatoren- Kategorie mit einem Politikerblog gibt es eine Lücke; danach gibt es nur noch Politikerblogs: ein Blog mit genau 81 Kommentatoren fällt in die nächste Kategorie bevor es eine noch größere Lücke gibt. Das Blog von Peter Pilz konnte mehr als 200 Kommentatoren anziehen.

Sechs Blogs, davon fünf Politikerblogs und ein privates, werden nicht kommentiert.

%	Politiker	Bürger
0 Kommentatoren	13%	3%
1 -10 Kommentatoren	22%	30%
11-20 Kommentatoren	5%	11%
21-30 Kommentatoren	0%	3%
31-40 Kommentatoren	5%	0%
41-50 Kommentatoren	3%	0%
81-90 Kommentatoren	3%	0%
200+ Kommentatoren	3%	0%

Abbildung 35. Tabelle Überschaubare Verhandlungsarena in %

4.5.5 Ungewohntes Verhandlungsumfeld

. Die Teilnehmer agieren zwar physisch von zu Hause aus, sehen aber ihre Gesprächspartner nicht. Keiner hat einen Heimvorteil. Wer (noch) nicht kommentieren will, bleibt unbemerkter Beobachter. Es gibt einige Kommentatoren, die ihren vollen Namen angeben, die Mehrheit aber verwendet *Nicknames*. In einigen Blogs muß man nicht einmal einen Spitznamen erfinden.

4.6 Bereitschaft zur Meinungsänderung

FF 5. Wie oft ändern die Teilnehmer ihre Meinung?

Die Bereitschaft zur Meinungsänderung ist nicht sehr ausgeprägt bei den Kommentatoren der analysierten Blogs:

Insgesamt fünf mal lassen sich die Teilnehmer von anderen und ihren Argumenten überzeugen. In den Politikerblogs gibt es eine Meinungsänderung bei Ulrike Lunacek (<http://www.cocteau.at/lunacek>) und zwei bei Peter Pilz (<http://www.peterpilz.at>).

Beide Meinungsänderungen der Wählerblogs kommen im selben Blog vor. „Naja, also ich glaube die Grünen wollen auch nicht den linken Rand beleidigen. Es gibt ja Signale wie Cannabis-

Freigabe, oder dass man einen Schüler, der mit Haschisch erwischt wird, nicht kriminalisieren sollte.“ (Rauchfreistudieren) (<http://www.zurpolitik.com>) Die zunächst heftige Kritik am Vorschlag zur Freigabe von Cannabis wird nach Einwänden der Mitdiskutanten relativiert.

Mit 3:2 Meinungsänderungen sind die Politiker auch hier deliberativer als die Bürger.

4.6.1 Offen gegenüber neuen Ansichten?

Wie offen sind die Teilnehmer gegenüber neuen Ansichten?

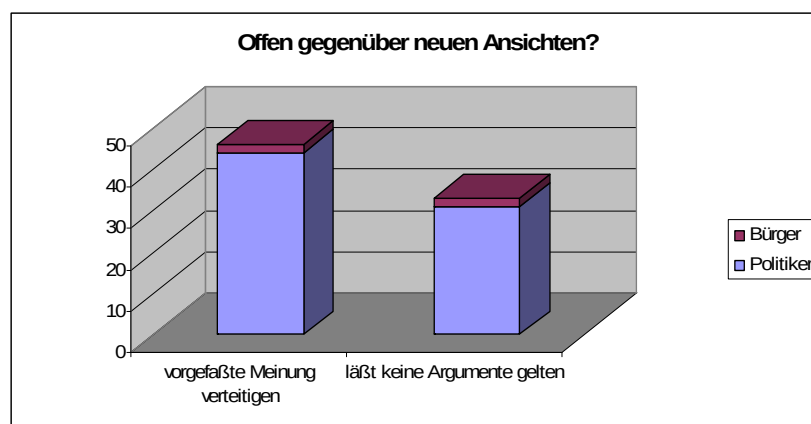


Abbildung 36. Bereitschaft zur Meinungsänderung

46 mal beharren die Kommentatoren auf ihrer vorgefaßten Meinung und verteidigen sie unter allen Umständen. Davon finden sich 44 Verteidigungseinträge in den Politikerblogs, nur zwei bei den Wählern. Das sind durchschnittlich 2,2 Einträge in den Politikerblogs und 0,1 in den Privaten, deren Teilnehmer sich in diesem Fall deliberativer verhalten.

Gerade diese unflexible Einstellung der Teilnehmer verhindert Deliberation, da sich die Teilnehmer nicht aufeinander zu bewegen:

lieber herr schaffer, worüber ich blogge bleibt meine sache - der erfolg gibt mir recht. dass ich die grünen kritisiere ist ebenso meine sache und dass ich es nicht gut finde, dass diese ein ziemlich scheinheiliges spiel spielen, dass sich von der övp-kritik bis zur övp-lubodelei bewegt und zu koalitionsabsichten bewegt, darf ich wohl sagen. dass sie das kritisieren, respektiere ich, ich lasse mich deshalb weder als lächerlich noch als inkompetent diskreditieren.“ Der blogger cdw von <http://vote06.blogspot.com> an einen Kommentator

33 mal werden Argumente disqualifiziert, die der eigenen Meinung widersprechen, wobei hier die teils aggressive Kritik an den anderen im Mittelpunkt steht und nicht die eigenen Ansichten: „Nun,

mein Kommentar sollte lediglich aufzeigen, dass es sich beim Grünen “Wir haben nichts zu verschenken, weil nichts da ist” schlicht um eine Lüge handelt.“ Dietmar (<http://hellgruen.at>)

Davon stammen 31 Angriffe aus Politikerblogs, also durchschnittlich 1,5 pro Blog und zwei aus Wählerblogs, durchschnittlich 0,1.

Die Voraussetzung, keine vorgefaßte Meinung in die Diskussion hineinzutragen, ist auch nicht immer gegeben und Diskussionen arten mitunter auch in Unhöflichkeiten aus (z.B. auf <http://blog.eo24.at/roller/rackback/jobro>), weil die Teilnehmer auf ihrer Meinung beharren und keine anderen gelten lassen wollen. Allerdings herrscht dieser aggressive Ton nicht in allen Weblogs, dieser Kommentator lobt die Diskussionskultur bei Christoph Chorrherr und kritisiert gleichzeitig einen einzelnen Teilnehmer, der sich nicht an die Regeln halten will:

„Ich schätze gerade auf diesem Weblog, daß man nicht ständig aufeinander einschimpft, sondern vernünftig miteinander diskutieren und unterschiedliche Standpunkte austauschen kann. Sie mögen anderer Meinung sein als CC, das ist legitim. Vertreten Sie Ihre Position bringen Sie Ihre Gegenargumente, aber ersparen Sie uns allen bitte inhaltslose Beschimpfungen. Derartiges disqualifiziert niemanden mehr als Sie selbst.“ (derBaron) <http://chorherr.twoday.net>

Wer auf seiner Meinung beharrt und damit viel Kritik erntet, kommentiert meist nicht wieder. Am hartnäckigsten ist die Auseinandersetzung in Peter Pilz’ Blog (<http://www.peterpilz.at>) zwischen Herman@deranwalt.at und Herbert der Anwalt. Herman wirft Herbert unter Berufung auf etliche Paragraphen Rassismus vor und geht sogar so weit, den Blogger aufzufordern, Herberts *postings* zu löschen und seine IP Adresse sperren zu lassen. Dem kommt Pilz nicht nach, reagiert nicht einmal auf den Streit. Herbert wiederum verteidigt sich, er hätte nur Statistiken zitiert.

Tagelang werden dieselben Argumente ausgetauscht; die Postings werden immer länger – bis zu 10 A4 Seiten lang. Im Analysezeitraum kommt es zwischen den beiden zu keiner Einigung.

Mit 44 mal (durchschnittlich 2,2 mal pro Blog) Verteidigung der eigenen Meinung und 31 mal (durchschnittlich 1,55 mal pro Blog) Angriff auf fremde Argumente sind Politikerblogs weit weniger deliberativ; in Privatblogs gibt es jeweils zwei (je 0,1 mal pro Blog) Verteidigungseinträge und Angriffe.

4.6.2 Offenes Mandat

Jeder Teilnehmer nimmt sich sein Mandat; eine von außen diktierte Eingrenzung scheint es in diesen Fällen keine zu geben. Allerdings gibt es einmal Kritik an der Einrichtung eines Blogs:

„[...] das freie wort und die freie meinungsbildung sind die grundlage für jeden fortSchrift der aufgeklärten gesellschaften. itzo wo das freie diskussionsportal [OPEN FORUM](#) auf der grünen hauptseite durch gesteuerte blogs ersetzt wurde, wird es für die grüne bewegung schwerer neue ideen zu finden und schwellende gedankenströme aufzuspüren mit freundlichen grüssen wurzelhans“ [sic!]
(<http://www.cocteau.at/lunacek>)

Der Wurzelhans hält ein Forum ohne Blogger, der das Thema vorgibt, für freier. Er ist der Ansicht, Blogs beschränken die Diskussion.

Ein bereits mehrfach genanntes Blog in dieser Sammlung ist das Musterbeispiel, wie man Deliberation im Internet umsetzen kann: <http://chorherr.twoday.net>. Christoph Chorherr definiert ein Problem und ruft die Leser seines Blogs dazu auf, Lösungsvorschläge einzubringen. Das konkrete Problem lautet: „Bevor wir über neue, erweiterte Strategien (die sind notwendig) diskutieren, schauen wir uns Wiener Ergebnisse ein bisschen genauer an. [...] Interpretationen und Strategievorschläge sind erwünscht.“ (Christoph Chorherr, 6.10.2006)

Die Einladung bewirkt 43 Kommentare mit Lösungsvorschlägen und Strategien für den nächsten Wahlkampf. Diese Diskussion ist sachlich, die Kritik konstruktiv und mit Argumenten untermauert. Die Kommentatoren sind sich einig: das Hauptproblem der Grünen liegt darin, daß ihr Wahlkampf hauptsächlich auf Akademiker in den inneren Bezirken ausgerichtet ist und bieten auch gleich eine Lösung an, die auf eigenen Erfahrungen basiert. Diese Kommentatoren wohnen nach eigenen Angaben in Gemeindebauten am Stadtrand, wo man von grüner Wahlwerbung nicht viel mitbekommt. Die Grünen sollten sich daher auch auf diese Wählerschichten besinnen.

Gelegentlich beteiligt sich der Blogger an der Diskussion.

Beleidigungen werden von den Kommentatoren nicht geduldet. Der Schuldige wird vertrieben. „Na und? Haben Sie ein persönliches Problem mit anderen Meinungen? Ich bleibe dabei, IL, Sie haben bisher kein einziges Argument zur Sache oder eine Begründung für Ihren Unmut abgegeben sondern ergehen sich nur in Beschimpfungen. Das ist entbehrlich.“ (derbaron)
(<http://chorherr.twoday.net>)

4.6.3 Bewerben die Blogger „ihre“ Partei?

Bewerben die Blogger die von ihnen vertretene Partei? Damit würden sie Weblogs für strategische Kommunikation nutzen und nicht für offene Diskussionen. Nicht nur die Politiker versuchen über ihr Blog Wahlwerbung zu betreiben, auch Wähler geben Empfehlungen ab. Während sich manche damit begnügen, ihre Präferenz bekannt zu geben, versuchen einige auch ihre Leser dazu zu bringen, eine Partei zu wählen oder nicht zu wählen, wie Georg Pichler (www.blog.mygfx.at). Politiker bitten die potentiellen Wähler um ihre Stimme, wie Karin Hakl (<http://karinsweblog.holzweg.com>).

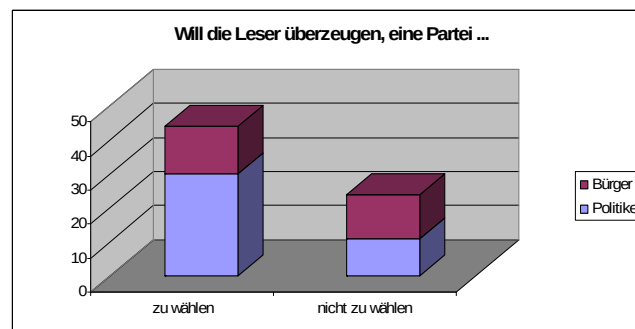


Abbildung 37. Wahlwerbung

44 mal geben die Blogger eine Wahlempfehlung für eine bestimmte Partei, 24 mal sprechen sie eine Warnung vor einer bestimmten Partei aus. Elf Blogger halten sich mit Empfehlungen oder Warnungen zurück und versuchen nicht, ihre Leser gemäß ihrer politischen Präferenz zu beeinflussen.

Getrennt nach Bloggergruppen sieht das so aus: 30 mal werben Politiker für ihre Partei (1,5 mal pro Blog), Blogger werben hingegen nur 14 mal für ihre Favoriten, (0,8 mal pro Blog). Elf mal warnen Politiker vor ihren Konkurrenten (0,6 mal pro Blog), 13 mal tun das die Blogger (0,7 mal pro Blog).

Erik Poscher (<http://epe.at/blog>) versucht seine Leser davon abzubringen, Ministerin Gehrler zu unterstützen: „Liebe VorarlbergerInnen: Ihr habt [sic!] die Chance, Gehrler abzuwählen, indem ihr a) eine andere Partei wählt oder b) wenn ihr die ÖVP wählt, diese nur mit einer Vorzugsstimme an eine andere KandidatIn zu wählen!“ Der Blogger scheint Anhänger der Grünen zu sein: „Da lob ich mir die Grünen, die noch Inhalte und Ziele vertreten, und dafür einstehen.“

Coffy (<http://maximalfantasie.blogspot.com>) macht ebenfalls Negativwerbung: „An dieser Stelle sei nochmals darauf aufmerksam gemacht, dass maximalfantasie keine Empfehlung für die NRW 2006 abgibt, ausser vielleicht jene [nahliegende], folgende Parteien nicht zu wählen: ÖVP,

BZÖ, FPÖ, Martin. [sic!]“ Seine politische Präferenz lässt sich demnach vage mit links angeben.

Kritikus (www.kritikus.at) ändert seine Meinung: zunächst *outet* er sich in Peter Pilz' Blog als Anhänger der Grünen, als er jedoch deren Einstellung zu Rauchern erfährt, wird diese Partei für ihn unwählbar. Aus demselben Grund kommt auch das BZÖ nicht für ihn in Frage.

Markus Kratzwald (<http://rotweissrot.twoday.net>) setzt ebenfalls auf Negativwerbung: „Ich persönlich hoffe dass es die Orangen nicht schaffen, [...]“. Obwohl er sich unentschlossen gibt, merkt man seine Vorliebe für die Grünen, die er in einer Koalition mit der ÖVP sehen möchte.

Die Bloggergruppe von (www.vorzugsstimmen.at/blogs) wirbt um Vorzugsstimmen für Lukas Mandl: „Etwa 4000 Vorzugsstimmen könnten schon ausreichen, um z.B. den spannenden Jugendkandidaten Lukas Mandl (Wahlkreis Mödling und WU) [...] in den Nationalrat zu befördern.“

Tom Schaffer (<http://www.zurpolitik.com>) bewirbt die SPÖ und warnt vor den Rechten:

„Im Endeffekt wäre eine rot geführte Regierung mit Sicherheit gut für das Land. Vielleicht erinnern sich die Wähler ja in den nächsten Wochen noch daran, wie sie der aktuellen Führungsmannschaft aus orange und schwarz noch vor wenigen Wochen gegenüberstand: Mit breiter Ablehnung.“

Er hat auch Verständnis für Protestwähler; für sie hat er diese Wahlvorschläge:

„[...] Wer unbedingt glaubt, Protestwähler sein zu müssen, macht mit dem Egomanen Martin, [...], vielleicht noch das beste Kreuz - mit Sicherheit besser als bei den inakzeptablen, rechten Populisten der FPÖ und des BZÖ herumzukritzeln. [...]“.

„Protestwähler müssen eine Wende durch frische Konzepte erreichen wollen - die Grünen bieten das.“

Die Blogger von <http://vote06.blogspot.com> sind sich nicht einig: „das nenne ich echt grüne scheinheiligkeit [sic!] und deshalb ist diese partei [sic!] für mich auch unwählbar. Cdw“ Für Cdw bleiben nur ÖVP und SPÖ, alle anderen hat er ausgeschlossen. LAN hingegen stimmt für die Grünen: „ich persönlich als "postpubertärer fm4-bobo, der zu allem was der grüne professor sagt, ja und amen sagt" ;-), wähle auch grün LAN“

Georg Pichler (www.blog.mygfx.at) wirbt für die SPÖ. „**Wahlempfehlung: SPÖ [...]** **Alternative: Grün**“. Dieser Blogger verkündet seine politische Präferenz mehr als einmal und beschreibt auch seine Bekehrungsversuche eines FPÖ Anhängers.

Einige Parteien führen ein Parteiblog, mit dem sie noch mehr Wähler erreichen wollen: Die Piraten Partei Österreichs (<http://blog.ppo.ee.at>) führt ein Parteiblog, erreicht jedoch nicht die erforderlichen Unterstützungserklärungen und kann nicht zur Wahl antreten. Das Hauptargument der PPÖ war der Einsatz für freien Musikdownload aus dem Internet. Außerdem wurden

Veranstaltungen der österreichischen Partei bekanntgegeben, sowie über die Erfolge der schwedischen Partei berichtet.

SPÖ und BZÖ veröffentlichten Podcasteinträge. Das Podcast Blog oder Audioblog des BZÖ wurde noch während des Wahlkampfes wieder aufgegeben. (<http://bzoe-podcast.podspot.de>) Die einzelnen Podcasts sind wie Radionachrichten mit einem Moderator und mehreren Beiträgen gestaltet. Zwischendurch wird der O-Ton von Politikerinterviews eingespielt. Gegen Ende des Audioblogs gibt es drei Werbespots, die Peter Westenthaler spricht.

Die SPÖ (<http://www.wien.spo.at/extend/waehlenwirwien/podcast>) hat nur zwei Podcastdateien im Wahlkampf veröffentlicht, das Blog nach der Wahl jedoch nicht gleich aufgegeben. Wahlkampfthemen werden angesprochen, ebenfalls mit Politikerkommentaren im O-Ton. Ein Moderator faßt die weiteren Aussagen der Politiker zusammen. Jeder Podcastbeitrag dreht sich nur um ein Hauptthema mit damit verwandten Nebenthemen, z.B. Arbeitslosigkeit und Lohnverhältnisse, Ausbildung für Jobchancen sowie Bildungspolitik mit Ministerin Gehrler, teure Lehrmittel, PISA, Lehrer, Ganztagsbetreuung, Vorschuljahr.

Die Blogs sind auf Wahlkampfthemen der eigenen Partei sowie Kritik an den anderen beschränkt. Von allen Spitzenkandidaten wird nur Peter Westenthaler in den drei BZÖ Spots extra hervorgehoben.

Kommentare und damit dokumentierbare Reichweite gibt es vereinzelt bei der PPÖ; die beiden Audioblogs von SPÖ und BZÖ werden nicht kommentiert.

Auch Politiker führen Blogs, um für sich und ihre Partei zu werben: die meisten Politiker führen private Blogs auf twoday.net oder campa, einige führen eine eigenen Homepage. Dominant vertreten sind die Grünen: Viktor Emmer (<http://viktooremmer.blogspot.com>) wirbt für die Grünen, allerdings vorrangig auf lokaler Ebene. Bei Dominik Bartenstein (<http://bartenstein.twoday.net/>) stehen die Grünen in Vorarlberg im Mittelpunkt. Christoph Chorherr (<http://chorherr.twoday.net>) wirbt für die Grünen, ebenso Johannes Rauch (www.rauch.twoday.net), Marie Ringler (<http://mariegoessmscam.twoday.net>), Matthias Köchl (<http://koechl.twoday.net>) und Peter Pilz (<http://www.peterpilz.at>). Ulrike Lunacek (<http://www.cocteau.at/lunacek>) wirbt für sich selbst und ihr neues Buch.

Folgende Blogger werben für die SPÖ: Josef Broukal (<http://blog.oe24.at/roller/rackback/jobro>), Jan Krainer (<http://www.jan-krainer.at>) wirbt um Vorzugsstimmen für sich selbst und erst in zweiter Linie für die SPÖ. Petra Bayr (<http://campa.at/home/blog/showblog/22>), ebenso Jürgen Wutzelhofer (<http://campa.at/home/blog/showblog/73>), der SPÖ Funktionäre porträtiert; Andreas Schieder (<http://campa.at/home/blog/showblog/17>) wirbt ebenfalls für die SPÖ.

Drei Blogger sind der ÖVP zuzuordnen: Reinhold Lopatka (<http://oevp.at/oevp/team/lopatka>) wirbt für sich selbst und Wolfgang Schüssel. Sein Blog ist das einzige bei www.wahlblogs.at gelistete, das direkt von der Parteiseite aus erreichbar ist. Karin Hakl (<http://karinsweblog.holzweg.com>) wirbt für die ÖVP und gelegentlich für sich selbst. Lukas Mandl (<http://lukasmandl.at/nc/weblog.html>) wirbt für sich und seine Checklist, Vorhaben, die er im Falle seiner Wahl umzusetzen gedenkt. Er meint:

„Internet ist gut für die Demokratie. [...] Ab heute blogge ich auch über <http://www.wahlblogs.at>. Diese Homepage [sic!] ist eine tolle Sache. Sie macht Politik transparenter. Jede und jeder hat die Chance, sich ohne großen Aufwand einzumischen. Diese Chance steht - wie viele andere auch - nur durch neue Kommunikationstechnologien zur Verfügung. Durch das Internet haben Menschen, die sonst ausschließlich "Konsumenten" von medialer Information wären, die Möglichkeit, je nach Bedarf auch "Produzenten" von medialer Information zu sein. Das ist gut für die Demokratie.“

4.6.4 Wofür stehen die Blogger?

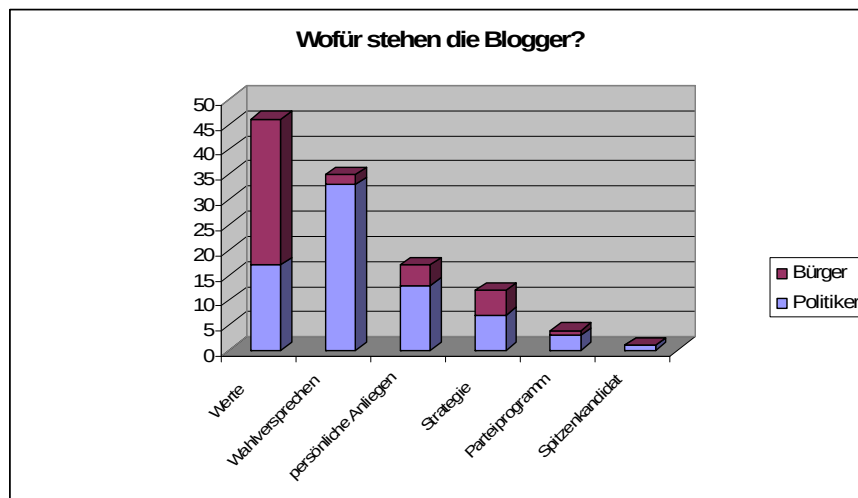


Abbildung 38. Wofür stehen die Blogger?

In 46 Einträgen haben die Blogger die Werte erläutert, für die sie stehen: 17 mal die Politiker und 29 mal die Bürger. Sehr ausführlich geschieht das auf <http://nrw2006.twoday.net>, dem Blog der Katholischen Aktion OÖ, die Aussagen der Politiker mit dem „Sozialwort“ vergleicht.

Insgesamt 35 mal verweisen Blogger, davon 33 mal Politiker, auf ihre Wahlversprechen. Nur zwei Bürger schreiben über Wahlversprechen.

17 mal schreiben Blogger über persönliche Anliegen: 13 mal die Politiker und vier mal die privaten Blogger, wie z.B. Kritikus, der die Parteien auf ihre Raucherfreundlichkeit untersucht (www.kritikus.at).

12 mal steht die Wahlstrategie im Vordergrund: sieben mal bei Politikern und fünf mal bei Wählern.

Drei mal beziehen sich Politiker auf das Parteiprogramm ihrer jeweiligen Partei, aber nur ein Bürger schreibt über das Programm der von ihm vertretenen Partei.

Einmal stellt sich ein Blogger hinter den Spitzenkandidaten: Karin Hakl für Wolfgang Schüssel (<http://karinsweblog.holzweg.com>).

Mittelwerte	Politiker	Bürger
Werte	0,9	1,7
Wahlversprechen	1,7	0,1
persönliche Anliegen	0,7	0,2
Strategie	0,5	0,3
Parteiprogramm	0,2	0,1
Spitzenkandidat	0,1	0,0

Abbildung 39. Tabelle Mittelwerte: Wofür stehen die Blogger?

4.7 Rationale Argumente

4.7.1 Diskussionskultur

FF 6. Wie rational sind die Kommentare?

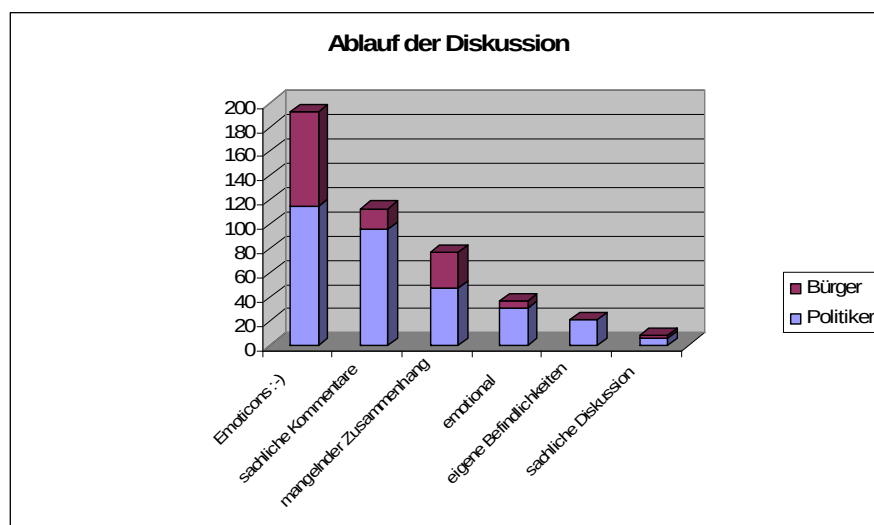


Abbildung 40. Ablauf der Diskussion

Sehr beliebt sind Emotikons: Insgesamt 193 lachende oder traurige Gesichter illustrieren die Blogs. Smileys in allen Varianten werden verwendet, um die Aussage zu unterstreichen oder abzuschwächen. ☺ ☹ 😊 😞 😄 :-) :- (;-) Politiker verwenden diese Gesichter 115 mal, Private 78 mal.

113 mal wird sachlich und neutral kommentiert. Die Kommentatoren diskutieren mit objektiven Argumenten ohne die anderen zu disqualifizieren. Hier wurden einzelne isolierte Kommentare bewertet, im Gegensatz zur sachlichen Diskussion, wo Dialoge analysiert wurden. Das geschieht in Politikerblogs 96 mal und in Bürgerblogs 17 mal.

77 Kommentare haben nichts mit dem gerade diskutierten Thema zu tun. In Politikerblogs gibt es 47 Kommentare ohne Zusammenhang zum Eintrag und in den privaten Blogs 30 Kommentare. „zuerst einmal "juhu!" dass in den letzten tagen die comments-funktion so gut genutzt wurde... ;-) (LAN)“ (<http://vote06.blogspot.com>)

37 Einträge waren emotional. In den Politikerblogs gibt es 31 emotionale Kommentare. Hier ein Beispiel:

„Normalerweise schreibe ich, bzw. reagiere ich nie auf im Netz - aber dieses Mal kann ich nicht anders: Es ist Wahlkampf und da muss man sich positionieren! Die Ulrike mit Strache zu vergleichen finde ich echt zum Kotzen! Die Grünen und vor allem die Ulrike, setzen sich von Anfang an für unsere Bewegung und Rechte ein – und nicht erst seit schwul sein „schick“ wurde!“ (Miss Candy auf <http://www.cocteau.at/lunacek>)

In den Bürgerblogs sind es nur sechs.

22 mal verkünden die Kommentatoren ihre eignen Befindlichkeiten. 21 mal findet sich so ein Kommentar in den Politikerblogs, nur einmal in den Wählerblogs. Dabei steht die eigene Person im Mittelpunkt. Das diskutierte Thema steht mit dieser Äußerung gar nicht oder nur lose in Zusammenhang:

„Beuwunderung... ich wäre auch gern dabei gewesen am Samstag abend, beim Dartturnier leider lag ich im bett mit meinem Kreislauf, fast Krank, heute geht es mir besser. Gestern sonntag habe ich mich verschlafen 11uhr wäre im Cafè stein, dann geschlafen von 17:00uhr - 20uhr und durchgeschlafen bis heute 05:20uhr. ich hoffe das am Samstag Flohmarkttag nicht im Bett verbringen muss. [sic!] (Carolin Havranek)“ (<http://campa.at/home/blog/showblog/17>)

Insgesamt achtmal läßt sich eine sachliche Diskussion finden, bei der ein paarmal die Worte gewechselt werden. Sechsmal kommt eine Diskussion in den Politikerblogs zustande, nur zweimal in den privaten Blogs.

„Ich will zu Denken geben, dass Schüssels Wirtschaftspolitik im Ausland ebenfalls gelobt wurde, aber gleichzeitig die Wahlniederlage unter anderen daran festgemacht wurde, dass er dafür den Mittelstand bluten ließ, dem es vorher auch schon nicht so gut ging. Nichts gegen gute Wirtschaftspolitik, aber wenn man sie zu Lasten der Mittelschicht [sic!] und zum Wohle der Großkonzerne [...] betreibt, braucht man sich nicht wundern wenn man bestraft wird. Und offensichtlich war die eigene Wählerbasis auch nicht mehr ganz so überzeugt von dem Kurs, sonst wäre sie nicht zu Hause geblieben. Die Ausrede mit den hohen Umfragewerten zieht einfach nicht. (Georg auf www.sachsenhofer.com/blog/categories/politik.aspx)

„Naja, die Alternative ist ja offensichtlich eine Schwarz-Blau-Orange Koalition, die Aufgrund der Streitereien der beiden Rechtsaussen-Parteien, wer mehr Ausländer abschieben kann, zum Scheitern verurteilt [sic!] ist. Da finde ich es durchaus vertretbar, wenn Gruselbauer ein paar seiner Wahlversprechen als "argumentierbar" bezeichnet, um Verhandlungen zu ermöglichen.“ (Hannes Müller auf www.sachsenhofer.com/blog/categories/politik.aspx)

Mittelwerte	Politiker	Bürger
Emoticons	5,8	4,6
sachliche Kommentare	4,8	1,0
mangelnder Zusammenhang	2,4	1,8
emotional	1,6	0,4
Eigene Befindlichkeiten	1,1	0,1
sachliche Diskussion	0,3	0,1

Abbildung 41. Tabelle Mittelwerte: Ablauf der Diskussion

Alle Merkmale, die den Diskussionsablauf betreffen, sind in den Politikerblogs zahlreicher vorhanden als in den privaten. Das gilt sowohl für die deliberationsfördernden wie sachlichen Kommentare und sachliche Diskussion, als auch für die ablenkenden.

In vielen Blogs hat es sich eingebürgert, die Groß- und Kleinschreibung außer Acht zu lassen: die Kommentatoren schreiben alles klein. Auch die kreative Rechtschreibung hat Einzug gehalten. Jedenfalls werden viele Kommentare ohne Korrekturlesen veröffentlicht, denn die oftmals zahlreichen Tippfehler müßten auffallen. Manchmal *posten* die Kommentatoren spontane Gedanken, die dann auch so geschrieben werden: in Wortgruppen, nicht aber in grammatikalisch vollständigen Sätzen.

Viele Kommentatoren sind sofort per Du. Das ist vor allem in Blogs zu beobachten, deren Blogger jünger ist und das etwa durch ein Photo erkennbar ist.

4.7.2 Zweifel an den Geltungsansprüchen

FF 7. In welchem Ausmaß äußern Blogger und ihre Kommentatoren Zweifel an den Geltungsansprüchen? Kommt Verständigung zustande?

Blogger zweifeln mehr als ihre Kommentatoren; das gilt für Politiker wie Private, wobei die Blogs von Pilz und Chorrherr atypisch sind. Diese beiden haben die meisten Kommentatoren. Diese zweifeln weitaus häufiger als die Blogger.

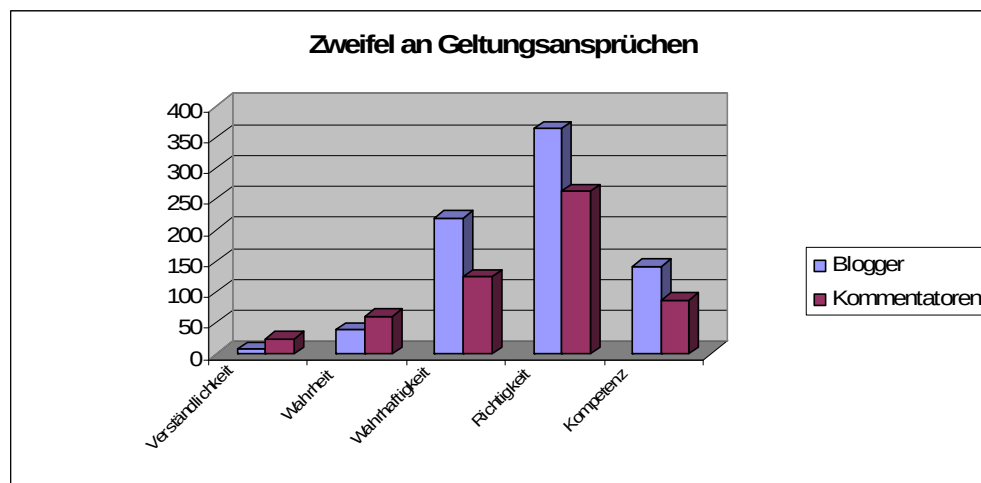


Abbildung 42. Zweifel an Geltungsansprüchen

Spitzenreiter sowohl bei den Bloggern als auch bei den Kommentatoren ist der Zweifel an der Richtigkeit oder Angemessenheit einer Aussage oder Handlung, gefolgt von der Wahrhaftigkeit. Bereits an dritter Stelle folgt die in dieser Studie ergänzte Kompetenz. In diesen drei Kategorien liegen die Blogger vor den Kommentaren.

Mittelwert 37 Blogs	Verständlichkeit	Wahrheit	Wahrhaftigkeit	Richtigkeit	Kompetenz
Blogger	0,2	1,0	5,9	9,8	3,8
Kommentatoren	0,6	1,6	3,4	7,1	2,4
Prozente					
Blogger	0,8%	4,1%	23,8%	39,6%	15,3%
Kommentatoren	1,8%	4,5%	9,2%	19,4%	6,4%

Abbildung 43. Tabelle Zweifel an Geltungsansprüchen gesamt

Betrachtet man die Blogger getrennt nach Politiker und Bürgerblogs so zeigen sich gegengesetzte Trends. In den Politikerblogs zweifeln die Kommentatoren in jeder einzelnen Kategorie mehr als die Blogger. In den Bürgerblogs ist es genau umgekehrt.

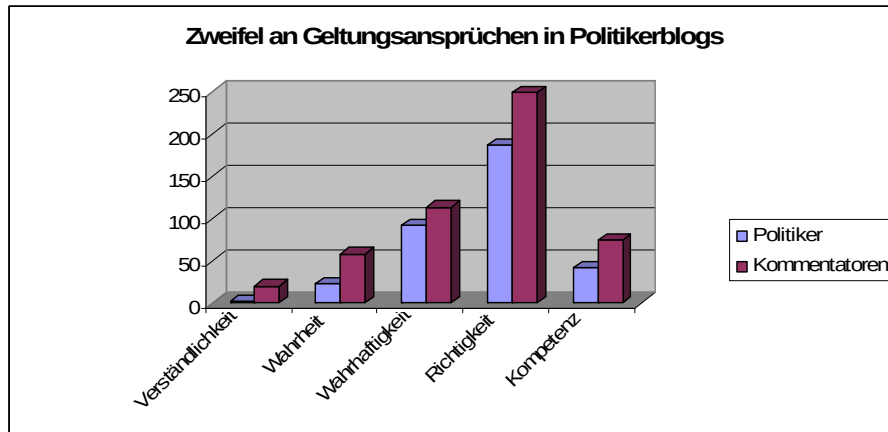


Abbildung 44. Zweifel an Geltungsansprüchen in Politikerblogs

Mittelwert 20 Blogs	Verständlichkeit	Wahrheit	Wahrhaftigkeit	Richtigkeit	Kompetenz
Blogger	0,1	1,2	4,6	9,4	2,1
Kommentatoren	1,0	2,9	5,7	12,5	3,8
Prozente					
Blogger	0,5%	5,6%	22,5%	45,7%	10,3%
Kommentatoren	1,7%	5,1%	9,9%	21,8%	6,5%

Abbildung 45. Tabelle Zweifel an Geltungsansprüchen in Politikerblogs

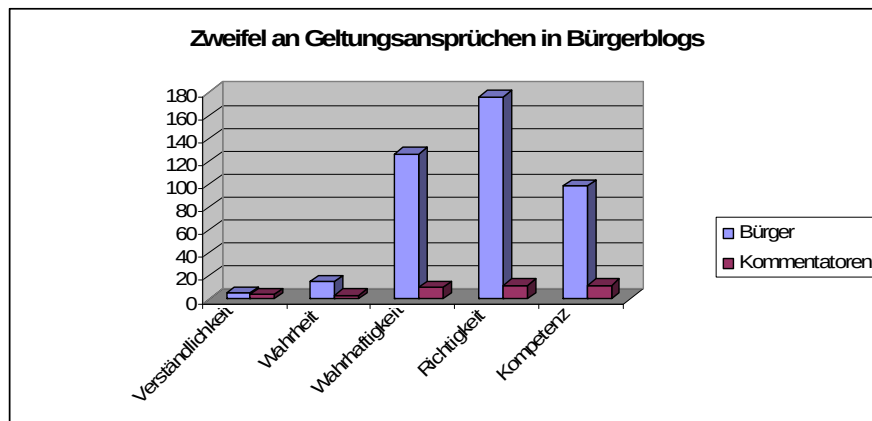


Abbildung 46. Zweifel an Geltungsansprüchen in Bürgerblogs

Mittelwert 17 Blogs	Verständlichkeit	Wahrheit	Wahrhaftigkeit	Richtigkeit	Kompetenz
Blogger	0,3	0,9	7,5	10,4	5,8
Kommentatoren	0,2	0,2	0,6	0,7	0,7
Prozente					
Blogger	1%	2,9%	24,8%	34,6%	19,4%
Kommentatoren	2%	1,5%	5%	6%	6%

Abbildung 47. Tabelle Zweifel an Geltungsansprüchen in Bürgerblogs

4.8 Respekt

FF 8. Respektieren sich die Teilnehmer, also Blogger und Kommentatoren, gegenseitig?

Wie oft gehen die Blogger auf ihre Kommentatoren ein und beantworten deren *posts*?

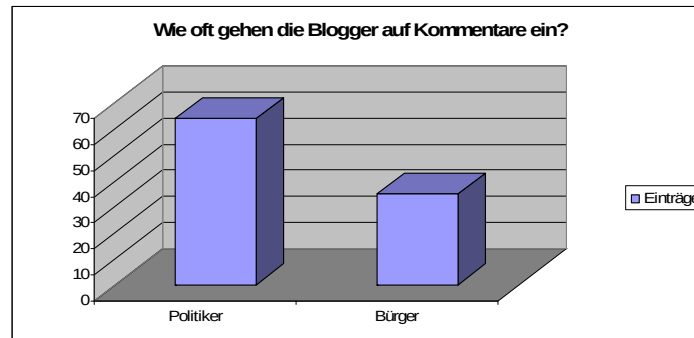


Abbildung 48. Wie oft gehen die Blogger auf Kommentare ein?

Viele Kommentatoren legen z.B. großen Wert darauf, Antworten auf ihre Fragen zu erhalten. Viele, wie z.B. Kritikus (www.kritikus.at) schicken Mails an die Parteien, andere beteiligen sich an Interviewsendungen im Radio und *online*. Dabei werden Antworten, die den Ansichten des Wählers widersprechen weniger dramatisch angesehen, als Schweigen oder nicht freigeschaltete Fragen.

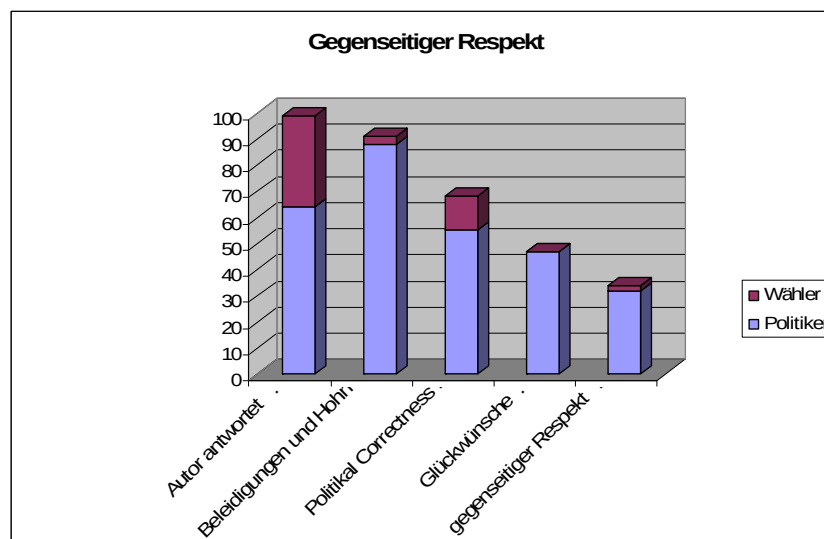


Abbildung 49. Gegenseitiger Respekt

4.8.1 Blogger antwortet

Am häufigsten lassen sich Politiker auf Diskussionen mit ihren Kommentatoren ein, 64 Einträge sind direkte Antworten auf einen Kommentar. Nur 35 mal haben die privaten Blogger ihren Kommentatoren geantwortet.

4.8.2 Beleidigungen und Hohn

91 mal richten die Teilnehmer Beleidigungen an den Blogger bzw. an ihre Mitdiskutanten. 88 Beleidigungen waren in Politikerblogs zu finden. Das sind im Durchschnitt 4,4 Beleidigungen pro Blog. Hier ein Beispiel: „Sonst nix zu tun Herr Obergscheid Broukal?? (Sepp)“ (<http://blog.eo24.at/roller/rackback/jobro>)

Nur drei Beleidigung gab es hingegen in den Wählerblogs. (durchschnittlich 0,2 Beleidigungen)

4.8.3 Political Correctness

73 mal bemühen sich die Teilnehmer um *political correctness*, die aber hauptsächlich genderspezifisch verstanden wird. Politiker verwenden 65 mal Gendertrennungen. Hier eine Auswahl an „-Innen“ von Ulrike Lunaceks Blog: BürgerInnen, Grün-WählerInnen, JournalistInnen, AktivistInnen, BeobachterInnen, KampfposterInnen, AutofahrerInnen, StudentInnen, ZuhörerInnen, AbgeordnetenkollegInnen, NetzwerkerInnen, GegnerInnen, Menschen- und BürgerInnenrechte, SozialdemokratInnen, ProvinzgouverneurInnen, BotschafterInnen. (<http://www.cocteau.at/lunacek>)

„One man - one Vote heißt es bei uns. (oke oke, der Form halber auch "one woman - one vote")“ (www.vorzugsstimme.at/blogs)

Einzig in Peter Pilz' Blog werden auch die Themen Rassismus und Religion in diesem Zusammenhang angesprochen. Hier Auszüge aus den entsprechenden Kommentaren: „wo leben Sie? Sie werden doch nicht ernsthaft [sic!]behaupten, dass jeder Afrikaner kriminell ist...“ (Klaus auf <http://www.peterpilz.at>)

„Was die Religion mit der Sprache zu tun haben soll, ist mir nach wie vor unerfindlich. Selbst wenn für Sie "Muslime" gleichbedeutend mit "Migranten" sein sollten, stimmt Ihre These ganz einfach nicht...“ (hermann@deranwalt.at auf <http://www.peterpilz.at>)

Bei den Bürgern sind es nur acht Aussagen.

In den Politikerblogs gibt es im Durchschnitt 3,25 Aussagen gemäß der *political correctness*, in den Bürgerblogs sind es 0,47.

4.8.4 Glückwünsche

47 mal gratulieren die Kommentatoren bloggenden Politiker zu ihren Wahlerfolgen. Das sind durchschnittlich 2,4 Gratulationen pro Blog. Bei den Bürgern finden sich erwartungsgemäß keine Glückwünsche.

4.8.5 Achtung und Anerkennung

Gesamt waren 34 Respektsbekundungen zu finden. Davon waren die meisten (32x) in Politikerblogs zu finden, nur zwei in Wählerblogs. „So verbleibe ich mit dem Ausdruck meiner vorzüglichsten Hochachtung, ein Jurist“ (<http://www.peterpilz.at>)

Das sind 1,6 pro Politikerblog und 0,1 pro privatem Blog.

Interessant ist, daß in der Gruppe der Wähler die wenigsten Aussagen mit Tendenz zu finden sind. Glückwünsche machen in diesem Zusammenhang hauptsächlich bei Politikern Sinn.

Mittelwerte	Politiker	Bürger
Blogger antwortet	3,2	2,1
Beleidigung	3,5	0,0
Political Correctness	3,3	0,5
Glückwünsche	2,4	0,0
Achtung und Anerkennung	1,6	0,1
Hohn	1,0	0,2

Abbildung 50. Tabelle Mittelwert: Gegenseitiger Respekt

4.9 Bedeutung der Blogs für die Beteiligten

FF 9. Welches Ziel verfolgen die Blogger mit ihren Blogs?

4.9.1 Warum blogge ich?

FF 9.1. Sehen die Blogger selbst in ihren Blogs eine Plattform für rationalen Diskurs?

Einige Blogger haben eine eigene Rubrik eingerichtet, in der sie ihre Motivation, ein Blog zu führen, erklären. Die Gründe, ein öffentliches Tagebuch zu schreiben oder zu kommentieren, sind vielfältig. So wollen viele Leute ihre Ansichten auf diesem Weg anderen zugänglich machen:

„Warum blogge ich?

Darf Mensch noch seine Meinung in diesem Internet kundtun? Oder ist es sogar unsere Pflicht? Keine Ahnung, Keine bedeutungstriefende Antwort, nur ein versuch [sic!] etwas festzuhalten was Dich interessieren könnte und vielleicht noch jemanden? und wenn irgendwo ein paar Leute ähnlicher Meinung sind, dann sind sie nicht mehr allein... (<http://epe.at/blog/category/wahlkampf>)

Helge (<http://www.helge.at/category/politics/>) testet neue Technologien und möchte sich selbst im Web präsentieren:

„About this site I wanted to catch up a little on current web technology and i wanted [a place to share my photos](#). The result of both is this site, not meant for a big public. Last major redesign: Winter 2006/2007. You may stumble across a lot of **German**, that's the way it is, hey 'm Austrian after all. And in case you wonder warum ich meistens **englisch** schreibe: Ist halt der kleinste gemeinsame Nenner (wobei ein paar meiner Freunde weder noch sprechen, aber wegen euch mach ich jetzt sicher keine Spanischversion). Auf deutsch ist zumindest der [Reisebericht meiner Saharadurchquerung](#) aus dem Jahr 2000.“

„[...] In der modernen Zeit wird man mit Information überflutet. Der größte Anteil davon geht “bei einem Ohr hinein und beim anderen wieder hinaus”, dh man nimmt den Inhalt nicht oder nur sehr oberflächlich zur Kenntnis. Einiges aber steigt einem doch zu Bewusstsein und wiederum über vieles davon macht man sich Gedanken. Weil aber immer wieder neue Information eintrifft, vergisst man die gemachten Gedanken bald wieder. Um diese aber aufzubewahren wurde www.kritikus.at ins Leben gerufen.

Es wird hier nur über Themen geschrieben, die uns interessieren, anderes bleibt unbeachtet. Wir wollen weder die Welt verbessern noch irgend jemanden überzeugen oder Wahlen gewinnen. Wir wollen lediglich unsere (höchst) persönliche Meinung kund tun - nicht mehr und nicht weniger. Wenn's wer liest freut es uns, wenn nicht macht's auch nichts... (<http://www.kritikus.at/>)

Einige Blogger wollen nicht sich in den Mittelpunkt ihres Blogs stellen, sondern andere Leute - in diesem Kontext: Politiker. Jürgen Wutzelhofer (<http://campa.at/home/blog/showblog/73>) porträtiert SPÖ Politiker: „fangen wir meinen blog mal im osten an. gerhard steier tritt auf platz 2 der burgenländischen landesliste an. [sic!]“

Ähnliche Absichten hat auch die Bloggergemeinschaft Vorzugsstimmen: „Ansichten und Meinungen unterschiedlicher Persönlichkeiten aus ganz Österreich sollen innerhalb dieses Blogs diskutiert, erweitert und reflektiert werden.“ (www.vorzugsstimmen.at/blogs) Im Gegensatz zu Wutzelhofer konzentrieren sich diese Blogger nicht auf Politiker einer Partei.

Die Katholische Aktion OÖ, die das Blog <http://nrw2006.twoday.net> führt, will

„...Aussagen von PolitikerInnen genau unter die Lupe nehmen. Als Anhaltspunkt gilt für uns dabei das Sozialwort des Ökumenischen Rates der Kirchen in Österreich, das mit seinen Forderungen das Engagement der Kirchen für ein menschenwürdiges Leben für alle unterstreicht.“

Auch das Autoren Duo von (<http://vote06.blogspot.com/>) hat sich der Berichterstattung verschrieben und Relevantes zur Nationalratswahl aus allen erreichbaren *online* Medien und Nachrichtenagenturen herausgefiltert. „das essayistengespann aus alten tagen, LAN und cdw, findet anlässlich der nationalratswahl am 1. oktober zu einem neuen projekt zusammen: im rahmen von vote06 wird in form eines blogs der wahlkampf analysiert und kommentiert. [sic!]“ Die beiden Autoren begleiten den Wahlkampf und schließen ihr Blog nach der Wahl mit einer Zusammenfassung ab.

Die Podcasts von SPÖ (<http://www.wien.spoe.at/extend/waehlenwirwien/podcast>) und BZÖ (<http://bzoe-podcast.podspot.de>) dienen der Wahlwerbung. Sie werden nicht von individuellen Bloggern geführt, sondern bestehen aus Beiträgen, die Radionachrichten nachempfunden wurden.

Der Autor von <http://politik.netzkompetenz.at> hält Kurse zu *online* Kommunikation und nützt sein Blog, um die Kurse vorzustellen, zu kommentieren und im Nachhinein zusammenzufassen. Auch thematisch verwandte Links werden den Teilnehmern hier zur Verfügung gestellt.

Ein Blogger nützt sein Tagebuch (<http://wahlblog.eu/>) als Plattform für das Experiment: „Wieviele Kugelschreiber ist meine Stimme wert?“

„Willkommen auf wahlblog.eu, dem Experiment! Die Nationalratswahlen stehen bevor und es gibt noch sehr, sehr viele unentschlossene Wähler. Ein entscheidender Grund dafür ist sicher das politische Desinteresse viele [sic!] Bürger. Grundgenug für viele Parteien dieses Jahr immer bessere und größere “Wahlgeschenke” (im Sinne

von Kugelschreibern, Blöcken, Bonbons, Rucksäcken, ...) unter die Leute zu bringen. Wie absurd das ganze mittlerweile geworden ist, habe ich bemerkt als ich letzte Woche zwei ältere Menschen darüber diskutieren hörte, welche Partei denn dieses Jahr die besten Wahlgeschenke hat. [...] Kommen wir zum Punkt: ich hatte die Idee als politisch interessierter Jungwähler (was ich im Grunde genommen auch bin) ein Mail an die bundesweit kandidierenden Parteien zu schreiben, in denen ich sie darüber informiere, dass ich mein Kreuz dieses Jahr bei der Partei mache, die mir die besten Wahlgeschenke schickt.“

Allerdings wurde dieses Blog noch vor Abschluß des Experiments aufgegeben. Nicht alle Blogger halten die selbst gestellte Aufgabe, regelmäßig etwas Neues zu veröffentlichen, durch.

Nicht in allen Blogs kommt es zu Diskussionen, die über eine oder zwei Erwiderungen hinauskommen. Seitenlange Diskussionen finden sich im Blog von Peter Pilz.

Daß Kommentatoren an den Aussagen einiger Blogger interessiert sind, zeigt die hohe Zahl an Stammkommentatoren, wie sie z.B. Peter Pilz hat (<http://www.peterpilz.at>). Einige Leser wollen die Meinung des Autors, in diesem Beispiel, die Johannes Rauchs, erfahren, ebenso wie ihrerseits ihre Zustimmung oder Ablehnung bekannt geben:

„[...] Ich freue mich wahnsinnig hierher gefunden zu haben. Ich staunte nicht schlecht, als ich sah, dass Johannes Rauch bloggt! Hab mich natürlich schon eingelese in deinem Blog - bin restlos begeistert und teile viele deiner Ansichten. Vor allem aber imponiert mir deine Schreibweise. Schön, dass es in der Politik noch ehrliche, faire, menschliche Personen gibt, die kritisch hinterfragen und dermaßen viel Einsatz zeigen! DANKE für alles! Liebe Grüße Corinna-Julia“ (<http://rauch.twoday.net/>)

Aber auch in den Blogeinträgen gehen viele Blogger auf ihr Weblog ein. 39 mal wird das Weblog an sich als Medium und seine Zielsetzung thematisiert, am häufigsten tun das die privaten Blogger (28 mal), die Politiker nur elfmal. Das sind 1,4 pro Politikerblog und 0,65 pro Bürgerblog.

Auf <http://nrw2006.twoday.net> wird das Ziel des Blogs so definiert: „Wahlkampf Monitoring: Hier finden Sie regelmäßig Zitate österreichischer Politiker/innen und dazu jeweils eine Forderung des Sozialwortes. [...] „Monitoring“ steht als Überbegriff für die Beobachtung, Erfassung und Steuerung von Vorgängen oder Prozessen. In diesem Sinne wollen wir auf dieser Seite den Wahlkampf zur österreichischen Nationalratswahl 2006 genauer unter die Lupe nehmen.“

4.9.2 Im Fokus des Bloggers

FF 9.2. Sehen die Blogger darin eine Bühne für die eigene Selbstdarstellung? Wieviel verraten die Blogger über sich selbst, ihre Identität, ihr Privatleben?

Auch wenn der inhaltliche Fokus eines Blogs nicht auf personenbezogenen Daten liegt, erfährt der Leser indirekt etwas über den Blogger: der Schwerpunkt weist auf dessen Interessen hin. Die analysierten Blogs konzentrieren sich auf unterschiedliche Aspekte von Politik. Die Blogger veröffentlichen ihre Ansichten, politischen Präferenzen und gelegentlich auch etwas über sich selbst.

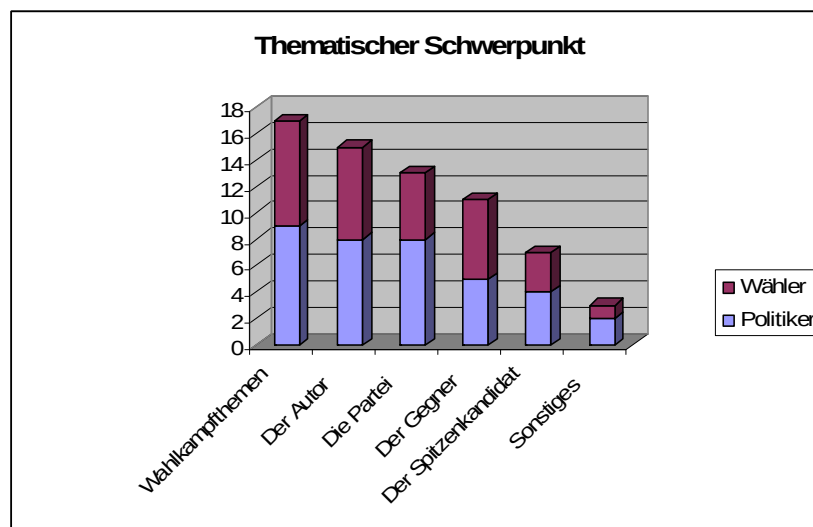


Abbildung 51. Thematischer Schwerpunkt

Insgesamt 17 Blogs konzentrieren sich auf Wahlkampfthemen bzw. den Wahlkampf selbst.

In gesamt 15 Blogs stehen der Blogger und seine Aktivitäten im Mittelpunkt; meist handelt es sich um die Teilnahme an Wahlveranstaltungen, Engagement für Parteien und andere Gruppierungen. In 13 Blogs steht die favorisierte Partei im Mittelpunkt: die Blogger loben die Errungenschaften oder freuen sich über Wahlergebnisse.

Drei Blogs haben Schwerpunkte außerhalb Themenkomplexes Politik: z.B. den Kampf gegen den Ilisu Staudamm (<http://www.cocteau.at/lunacek>), den Nahostkonflikt in Israel (<http://campa.at/home/blog/showblog/17>), Lokalpolitik (<http://chorherr.twoday.net>) und Natascha Kampusch (<http://maximalfantasie.blogspot.com>).

	Politiker		Bürger	
	gesamt	Mittelwerte	gesamt	Mittelwerte
Wahlkampfthemen	9	0,5	8	0,5
Der Autor	8	0,4	7	0,4
Die Partei	8	0,4	5	0,3
Der Gegner	5	0,3	6	0,4
Der Spitzenkandidat	4	0,2	3	0,2
Sonstiges	2	0,1	1	0,1

Abbildung 52. Tabelle Mittelwert: Thematischer Schwerpunkt

In den analysierten Blogs gibt es bis zu drei Schwerpunkte. Dabei werden Wahlkampfthemen mit der Partei verknüpft (fünfmal) oder mit dem Spitzenkandidaten (dreimal); alle drei Schwerpunkte kommen zweimal gemeinsam vor.

Der Gegner wird je zweimal mit den Wahlkampfthemen, der Partei oder dem Spitzenkandidaten der favorisierten Partei analysiert. Die Kombination Gegner – Wahlkampfthema – Partei kommt einmal vor.

Obwohl die in dieser Studie analysierten Weblogs sich auf die Nationalratswahl 2006 speziell und auf Politik allgemein fokussieren, werden häufig auch Themen besprochen, die damit nicht oder nur indirekt zu tun haben. 143 mal gehen Blogger auf aktuelle Tagesereignisse ein, sei es im gesamten Eintrag oder in einem Absatz. So wird z.B. häufig über die Flucht von Natascha Kampusch berichtet. Gelegentlich wird ihre Geschichte mit dem zeitgenössischen Bildungssystem verglichen.

4.9.3 Persönliches über die Blogger

48 mal lassen die Blogger persönliche Details aus ihrem Leben in ihre Beiträge einfließen, wie z.B. Familie, Interessen, oder Berufe. Der Leser von Lukas Mandels Blog (<http://lukasmandl.at/nc/weblog.html>) erfährt, daß dieser eine kleine Tochter hat, die Lisa heißt und im Kindergartenalter ist. Einmal erwähnt er einen Theaterbesuch mit seiner Frau. Der Rest seines Blogs dreht sich um Politik.

Viktor Emmer (<http://viktoremmer.blogspot.com>) veröffentlicht in seinem Blog Photos von seinem Haus und seinem Hund.

Jürgen Wutzelhofer (<http://campa.at/home/blog/showblog/73>) stellt im Analysezeitraum mit jedem Eintrag einen „Kopf des Tages“ vor. Zu Politikern der SPÖ gibt es kurze Lebensläufe, die sich auf den politischen Werdegang konzentrieren.

Ulrike Lunacek betont in ihrem Blog (<http://www.cocteau.at/lunacek>) ihre Homosexualität und leitet über zu ihrem politischen Einsatz für homosexuell orientierte Personen. Außerdem bewirbt sie ihr 2006 erschienenes Buch.

Die Parteientendenz der Blogger wurde schon auf S 71 im Zusammenhang mit Meinungspluralismus aufgezeigt.

5. Fazit

5.1. Ergebnisse

In der vorliegenden Studie wurde untersucht, wie viel Deliberation in Weblogs stattfindet. Bevor die Forschungsfragen im Einzelnen beantwortet werden, kann man vorweg zusammenfassend sagen, daß Weblogs das Potential besitzen, Instrumente der Deliberation zu sein, dieses im Analysezeitraum allerdings nicht ausgeschöpft haben.

Die Diskussionen in den analysierten Blogs deuten darauf hin, daß es nicht zu Deliberation im Sinne der Idealdefinition kommt, wenn der Blogger kein Problem in den Raum stellt, für das eine Lösung gefunden werden muß. Deliberation braucht ein Ziel, andernfalls werden nur Meinungen ausgetauscht. Diese Voraussetzung fehlt in den meisten Blogs. Weiters muß ein Moderator auf Fortführung der Diskussion beharren, weil die Teilnehmer schnell vom Thema abkommen. Das widerspricht jedoch Habermas' Gleichheitsgrundsatz, denn ein Moderator hätte andere Rechte als die übrigen Teilnehmer.

Am besten ist das Ideal der Deliberation im Blog von Christoph Chorcherr (<http://chorherr.twoday.net>) verwirklicht. Chorcherr bezieht seine Leser mit ein und bittet sie um Strategievorschläge. Die Kommentatoren bieten neben Kritik an den Grünen auch Vorschläge an, wie die Partei andere Wählerschichten ansprechen soll. Viele Themen nehmen sich die Teilnehmer vor: Ausländerpolitik, Wahlstrategien für die Grünen, Verkehrsplanung, Maut und Staureduktion, Umweltschutz und Energiepolitik sowie Bildungspolitik.

Chorcherr zitiert andere Blogs (z.B. <http://blog.politburo.com>), greift in seinen Beiträgen auch Anregungen seiner Kommentatoren auf und antwortet. Hier werden deliberativ Lösungen für konkrete Probleme vorgeschlagen und kurze Zeit besprochen. Da der neue Tag jedoch einen neuen Eintrag mit einem anderen Thema bringt, wird die Diskussion nach einigen Tagen abgebrochen, bevor eine Lösung erarbeitet werden kann. Von einer Umsetzung der Vorschläge wurde nicht gesprochen.

Eine elementare Grenze ziehen die Teilnehmer daher selbst. Da sie nicht auf eine gemeinsame Lösung zu einem in der Diskussion aufgetauchten Problem kommen müssen, beschränkt sich die Mehrheit der Kommentatoren in den Blogs darauf, ihre eigene Meinung zu wiederholen bzw. einige darauf, die Meinung anderer zu diskreditieren. Der Blogger muß als Moderator darauf achten, daß die Teilnehmer nicht vom Thema abweichen, wenn er eine Lösung anstrebt.

Die meisten anderen vorliegenden Blogs rufen ihre Kommentatoren nicht zu einer konkreten Aktion auf, es wird kein Ziel gesetzt, auf das alle gemeinsam hinarbeiten. Es werden vielmehr Ansichten präsentiert. Weblogs bieten Plattformen, wo Interessierte sich austauschen können. Dabei werden nicht ausschließlich Blogs besucht, deren Autor dieselbe politische Einstellung hat.

FF 1. Welche formalen Maßnahmen sollen offenbar zu mehr Beteiligung führen?

Die wichtigste Maßnahme, um Beteiligung überhaupt erst zu ermöglichen, ist die Aktivierung der Kommentarfunktion. Verlangt der Blogger hingegen eine Registrierung von seinen Kommentatoren, schränkt er den Zugang wieder ein. Auch der Aufbau des Blogs kann die Benutzerfreundlichkeit und damit die Bereitschaft, an der Diskussion teilzunehmen, beeinflussen. Und so haben Politiker und private Blogger diese Maßnahmen umgesetzt:

Während alle privaten Blogger die Kommentarfunktion aktiviert haben, haben einige Politiker das nicht getan. Das widerspricht der Annahme, daß Politiker mit ihren Wählern in Kontakt treten wollen und nicht nur einseitig ihre Botschaften verbreiten wollen, was sie ja auch durch andere Medien tun könnten.

Logins und die damit verbundene Registrierung fungieren als Zugangsbeschränkung. Aus diesem Grund ergibt sich ein Machtgefälle, das den Blogger über den anderen Teilnehmern stehend zeigt. Bei jeweils einem Drittel der Politiker und der Bürger braucht man ein Paßwort, um kommentieren zu können. Dafür ist meist eine funktionierende Mail-Adresse nötig.

Wenig überraschend lassen sich in den Politikerblogs zahlreichere Kommentatoren nachweisen. Dieser Befund ist angesichts des unterschiedlichen Bekanntheitsgrades der Blogger nicht erstaunlich. Wer die Kommentarfunktion aktiviert hat, muß jedoch mit Kritik und anderen unliebsamen Eintragungen, wie den bereits erwähnten Spamkommentaren, rechnen.

Idealerweise sollte die Gestaltung eines Blogs so übersichtlich wie möglich gestaltet sein. Oft wird auf alte Einträge verwiesen, die man ohne Schwierigkeiten finden sollte. In diesem Kriterium sind die privaten Blogs benutzerfreundlicher als jene der Politiker. Die Gestaltung der Blogs wirkt sich jedoch nicht auf die Anzahl der Kommentatoren aus: auch eher unübersichtliche Blogs haben viele Kommentatoren.

FF 2. Wird die Gleichberechtigung in Blogs gefördert?

Zur Erinnerung: auch Gleichberechtigung hat in den Blogs zwei Ebenen:

Zugang: Der *online* Zugang ist nicht gleichmäßig verteilt, was das demokratische Potential schwächt. Da die Ungleichheit nicht zufällig verteilt ist und System hat, entsteht eine neue Form sozialer Ausgrenzung.

Engagement: Nicht jeder, der Zugang zum Internet hat, fühlt sich ausreichend herausgefordert, seine Meinung zu äußern, sei es als Blogger, sei es als Kommentator. Viele beschränken sich daher aufs Beobachten und Lesen.

Im Blog herrscht zudem ein Machtgefälle, da der Blogger als "Hausherr" das Thema vorgibt, während die Kommentatoren dies nur selten tun. Außerdem hat er die Möglichkeit, Kommentare zu löschen, wenn er sie überhaupt zulässt. Auf der technischen Ebene ist das Machtgefälle eine Eigenschaft des Blogs und auf der thematischen und gestalterischen Ebene abhängig vom Blogger, je nach dem wie weit er seine Kommentatoren mit einbezieht oder nicht.

Die Kommentatoren sind zwar gleichberechtigt, aber nicht gleich aktiv: Dominante Kommentatoren als Gegenpol übertönen ruhige Kommentatoren, von denen die überwiegende Mehrheit nur einmal *postet*. In politischen Blogs gibt es fünfmal so viele dominante Kommentatoren wie in privaten Blogs.

Das Kriterium der Formalen Gleichheit wird zumindest unter den Kommentatoren erfüllt. Koalitionen lassen sich nicht ausschließen, kommen jedoch kaum vor, wie etwa die Front gegen die Schreibfehler Suchenden. Koalitionen bilden sich, wenn überhaupt, nur kurzfristig für einige aufeinanderfolgende *postings*, lösen sich jedoch schnell wieder auf. In den meisten Blogs gibt es nicht genug regelmäßig schreibende Kommentatoren für Koalitionen.

Man kann in den analysierten Blogs davon ausgehen, daß alle Teilnehmer den gleichen Zugang zu erweiternder Information haben. Kein Dokument war z.B. durch ein Paßwort geschützt, die *Links* haben zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung funktioniert, andernfalls wurde deren Aktualisierung eingemahnt.

Obwohl alle das Recht haben, ihre *Postings* durch Anhänge wie z.B. Fotos zu ergänzen, wurde dieses Recht hauptsächlich von den Bloggern genutzt. Niemandem wird ausdrücklich ein Recht verwehrt, aber nicht alle Teilnehmer nutzen alle Rechte. Einzige Ausnahme ist die bereits genannte Aktivierung der Kommentarfunktion.

90% aller Blogger bestimmen alleine das Thema. Jene wenigen Kommentatoren, die ein neues Thema einbringen, sind alle in Politikerblogs zu finden. Auch die Details zum bereits vorgegebenen Thema stammen überwiegend vom Blogger. Aber jene Kommentatoren, die

Details beisteuern, sind in den privaten Blogs stärker vertreten als in jenen der Politiker. Wenn Zusatzinformationen zugänglich gemacht werden, geschieht das hauptsächlich über *Links*. Andere Blogger werden zitiert. Ältere Beiträge sind bei privaten Bloggern leichter zu finden als bei Politikern.

Wenn Diskussionsregeln und Regeln der *Nettiquette* bekannt gegeben werden, stammen diese vom Blogger allein, sie werden nicht gemeinsam besprochen. Während der Analyse konnte allerdings festgestellt werden, daß sich die Kommentatoren selbst, ohne Eingriff des Bloggers, um Verstöße etwa gegen Höflichkeit und *Nettiquette* kümmern. Beschwerden über ausfallende Teilnehmer regeln die Kommentatoren selbst. Läßt sich jemand nicht vertreiben, gibt es allerdings keine Konsequenzen.

Die Blogger bestimmen mit einigen Ausnahmen das Thema, ebenso die relevanten Details. Im Analysezeitraum steht die bevorstehende Nationalratswahl 2006 im Mittelpunkt und damit auch die Wahlkampfthemen der Parteien. Diese Versprechen und Wünsche werden unterschiedlich wiedergegeben und drücken die Ansichten der Blogger aus. In 20% der Politikerblogs bringen sich auch die Kommentatoren ein, jedoch niemand in den privaten Blogs. In diesem Punkt sind Politikerblogs deliberativer als die Wählerblogs.

Nur selten werden Printmedien zitiert, da diese schon am nächsten Tag nicht mehr für alle Leser des Blogs zugänglich sein können, während die *online* Artikel länger erreichbar sind. Gelegentlich zitieren die Kommentatoren ältere Einträge anderer Teilnehmer, die so mit den eigenen Argumenten in Zusammenhang gebracht werden.

FF 3. Wie ausgeprägt ist der Meinungspluralismus in den Blogs?

Meinungspluralität wird im Weblog vom Blogger nicht eingefordert, auch die Kommentatoren tragen nur eingeschränkt zur Meinungspluralität bei, da sie oftmals den politischen Hintergrund mit dem Blogger teilen. Das gilt jedoch nicht für alle Kommentatoren eines Blogs! Manche fühlen sich provoziert oder wollen ihrerseits provozieren. Diese Personen ernten mehr Reaktionen als solche, die sachlich ihren Widerspruch bekannt geben.

Die gemeinsame Lebenswelt der Teilnehmer bestimmt auch den Stil im Blog. Die Auswertung ergibt, daß es wesentlich häufiger thematische Übereinstimmung gibt als politische.

In den analysierten Blogs lassen sich nur selten Verwandtschaftsbeziehungen oder *offline* Freundschaften zwischen Bloggern und ihren Kommentatoren feststellen. Persönliche Bekannte sind nur dann nachweisbar, wenn sie sich als solche vorstellen, wie z.B. Bartensteins Schwester.

In den Blogs jüngerer Autoren sind die Teilnehmer eher per Du, auch wenn man nicht von persönlicher Bekanntschaft ausgehen kann, ebenso duzen sich SPÖ-Genossen.

Vor allem Politiker haben eine größere dokumentierbare Reichweite. Das ist auf ihren größeren Bekanntheitsgrad als öffentliche Personen zurückzuführen. Private Blogger profitieren nicht von der Reichweite der bekannteren Nachbarn auf www.wahlblogs.at. Lediglich drei Kommentatoren sind in verschiedenen Blogs nachweisbar.

Eines zeigt sich deutlich: die Ergebnisse der Auswertung der Parteienbekenntnisse sind nicht repräsentativ. Die Grünen hätten danach die absolute Mehrheit erhalten müssen, sind jedoch bei der Nationalratswahl 2006 knapp auf den dritten Platz gekommen. Die Grünen sind in den Blogs überrepräsentiert: sowohl in der Anzahl der Anhänger auf der Bloggerseite als auch in der Anzahl der Kommentare pro Anhänger. Unterstützer der Grünen betonen wiederholt, daß sie diese Partei wählen. Wähler anderer Parteien sind wesentlich zurückhaltender. Kaum jemand will sich z.B. als Anhänger einer in den Blogs als ausländerfeindlich charakterisierten Partei, die sonst keine Anliegen hat, deklarieren. Tut man es doch, muß man auf Bekehrungsversuche gefaßt sein. Sich als Grüner zu *outen*, scheint hingegen wenig bis keinen Widerstand bei den anderen Teilnehmern hervorzurufen.

Diese Tendenz wird auch in der Statistik der Blogger reflektiert. Auch hier sind auf www.wahlblogs.at mehr Grüne Politiker und Wähler vertreten als Blogger mit anderem politischen Hintergrund. Die überwiegende Mehrheit der deklarierten Blogs ist linken Parteien oder deren Anhängern zuzuschreiben. SPÖ und Grüne Politiker wie Wähler haben das Weblog für ihre politische Kommunikation entdeckt.

Die FPÖ und die Kleinparteien KPÖ und MATIN bzw. deren Anhänger führen keine auf www.wahlblogs.at gelisteten Blogs.

FF 4. Wie oft äußern die Teilnehmer ihre Meinung?

Die freie Meinungsäußerung wird laut Theorie durch die richtige Mischung aus Vertrautheit und neuem, ungewohntem Umfeld gefördert. Die überschaubare Arena ist gegeben, da nur der harte Kern eines Blogs regelmäßig *postet*. Viele Kommentatoren melden sich im Analysezeitraum nur einmal. Da sich nicht alle Kommentatoren laufend beteiligen, bleiben die meisten Diskussionsgruppen relativ überschaubar. Es gibt in dieser Studie nur ein Blog mit über 200 Kommentatoren, eines mit 81. Die Mehrheit der analysierten Blogs kann weniger als zehn Kommentatoren anziehen. Allerdings zeigt sich, daß die überschaubare Verhandlungsarena nicht unbedingt zwingend nötig ist, damit Deliberation in Gang kommt. Chorrherr hat 81

Kommentatoren im Analysezeitraum und dennoch hat die Diskussion in diesem Blog die stärksten deliberativen Tendenzen.

Zahlreiche Kommentatoren sowie einige private Blogger nutzen die im Internet mögliche Anonymität. Im Gegensatz zur Wahlurne geben sie mehr Informationen weiter, als nur ein Kreuz neben einen Parteinamen zu setzen. Die daraus resultierende Offenheit wirkt sich jedoch in einigen Blogs nachteilig auf den Diskussionsstil aus. Beleidigungen lassen sich leichter tippen als aussprechen.

Die Kommentatoren steuern nur selten das Thema bei, 130 mal in Politischen Blogs und nur 11 mal in Wählerblogs. Öfter kommen bloße Erwiderungen vor, die keine Ansichten ausdrücken. Diese Kommentare sagen nichts aus, sie bezeugen nur Anwesenheit.

FF 5. Wie oft ändern die Teilnehmer ihre Meinung?

Man kann nicht davon ausgehen, daß alle Teilnehmer ohne vorgefaßte Meinung in die Diskussion eintreten. Manche bringen starke Vorurteile in die Diskussion mit und lassen sich auch nicht davon abbringen. Gelegentlich lassen sich Kommentatoren von anderen überzeugen und ändern ihre Meinung. Politiker sind ihrer Partei verpflichtet, das allein spricht schon gegen die Bedingung, ohne vorgefertigte Meinung in die Diskussion einzutreten. Den Kommentatoren sind keine derartigen äußeren Grenzen auferlegt, wie vor allem die Kommentatoren in Chorrherrs Blog zeigen. Sie bringen neue Sichtweisen ein und können leichter kritisieren. Obwohl viele Kommentatoren den politischen Hintergrund des Bloggers teilen, sorgen sie durch die – verlangte – kritische Sichtweise für größere Meinungspluralität.

In Politikerblogs beharren die Teilnehmer weit häufiger auf ihrer Meinung bzw. greifen die Argumente anderer an, als jene in privaten Blogs. Damit zeigen sich die Kommentatoren dieser Blogs weitaus offener für andere Meinungen als jene in den Politikerblogs.

Insgesamt nur fünfmal lassen sich die Teilnehmer explizit von anderen und ihren Argumenten überzeugen. Dieses Verhalten wäre im Dienste der Deliberation ausbaufähig.

Blogs sind vor allem für Politiker Werbemedien. Aber nicht nur Politiker bewerben ihre Partei, auch private Blogger geben Wahlempfehlungen ab oder versuchen ihre Leser zu überzeugen, eine bestimmte Partei (nicht) zu wählen. Einige beleuchten mit eigenen Einträgen jede kandidierende Partei und geben Prognosen ab.

FF 6. Wie rational sind die Kommentare?

Die Kommentare sind mehrheitlich sachlich. Gelegentlich gibt es auch längere sachliche Wortwechsel, in den Politikerblogs dreimal häufiger als in privaten Blogs. Aber es gibt auch Streitgespräche wie bei Pilz; Broukal erntet zudem auch Beleidigungen. In einigen Blogs prangern Pedanten Rechtschreibfehler an.

Der Stil der Kommentare scheint vom Blogger selbst abzuhängen. In privaten Blogs herrscht ein sachlicher bis freundlicher Ton. In Blogs beliebter oder nicht als provokant empfundener Politiker sind ebenfalls keine Beleidigungen veröffentlicht, weder gegen den Autor noch gegen Mitkommentatoren gerichtet. In Blogs, deren Autoren auch *offline* polarisieren, herrscht ein kritischer bis beleidigender Umgangston. Die meisten Blogger jedoch ernten sachliche Kritik, neutrale Beiträge oder Glückwünsche.

Andererseits finden sich auch endlose Wiederholungen gleicher Argumente, weil die Kommentatoren auf ihrer Meinung beharren und andere disqualifizieren. Gelegentlich schreien Kommentatoren in GROSSBUCHSTABEN ins Blog, um ihre Meinung zu verdeutlichen. Zahlreiche Kommentare stehen gar nicht im Zusammenhang mit dem gerade diskutierten, und einige Kommentatoren verkünden, wie es ihnen gerade geht.

FF 7. In welchem Ausmaß äußern Blogger und ihre Kommentatoren Zweifel an den Geltungsansprüchen, die laut Habermas zur Verständigung nötig sind? Kommt Verständigung zustande?

Zweifel an Geltungsansprüchen sind ein großes Thema in den analysierten Weblogs. Dabei sind es nicht nur die klassischen Ansprüche Verständlichkeit, Wahrheit, Wahrhaftigkeit und Richtigkeit, sondern auch die Kompetenz. Wer sich mit Politik beschäftigt, soll wissen, was er tut und seine Projekte sollten realisierbar und zielführend sein, so lautet der Anspruch der Kommentatoren an die Politiker.

Die Blogger zweifeln mehr als die Kommentatoren, wobei die grünen Politiker Peter Pilz und Christoph Chorcherr die Ausnahme bilden. Beide sind Pioniere der Blogosphäre und profitieren von ihrer Bekanntheit *online* wie *offline*.

Zahlreiche Kommentatoren verlangen Reaktionen und Antworten der Blogger; bleiben die aus, sind sie verärgert. Weblogs eignen sich gut, um ungeschönte Meinungen der Wähler zu erfahren. Durch die relative Anonymität geschützt, veröffentlichen die Kommentatoren ihre Meinung und eben auch sehr häufig Zweifel an den anderen Teilnehmern, an Politikern, am Blogger oder an Wahlkampfthemen. In den Politikerblogs zweifeln die Kommentatoren in jeder einzelnen Kategorie mehr als die Blogger. In den Bürgerblogs ist es genau umgekehrt.

FF 8. Respektieren sich die Teilnehmer, also Blogger und Kommentatoren, gegenseitig?

Ein Zeichen des Respekts, das gelegentlich sogar eingefordert wird, ist die Antwort des Bloggers auf die Frage eines Kommentators. Doch nicht alle Blogger nutzen diese Gelegenheit, mit ihren Lesern in Kontakt zu treten. Vor allem in Politikerblogs wird das Schweigen übel aufgenommen; die Kommentatoren fühlen sich dann nicht ernst genommen.

Viele Kommentatoren legen großen Wert darauf, Antworten auf ihre Fragen zu erhalten. Dabei werden Antworten, die den Ansichten des Wählers widersprechen weniger dramatisch angesehen, als Schweigen oder nicht freigeschaltete Fragen. Diese Erlebnisse werden in Blogs berichtet und tragen so zum Image einer Partei oder eines Kandidaten bei. In dieser Studie haben die Politiker beinahe doppelt so oft auf Kommentare geantwortet als private Blogger.

Andere Respektsbekundungen wie Anerkennung sind am häufigsten in Politikerblogs zu finden, jedoch kaum in privaten Blogs. Auch Glückwünsche finden sich nur in Politikerblogs.

Political Correctness wird in den analysierten Einträgen hauptsächlich über Genderformen realisiert. Bei manchen Einträgen leidet darunter schon die Lesbarkeit. Im Gegensatz dazu sind nur wenige neutrale, korrekte Aussagen in Bezug auf Herkunft oder Religion von Migranten zu finden.

Häufig sind Beleidigungen dem Autor gegenüber oder unter den Kommentatoren, ebenso Hohn und Spott. In manchen Blogs scheinen Respekt oder Mißachtung geradezu ansteckend zu sein. Die Atmosphäre in den meisten Blogs ist vom einen oder anderen geprägt, denn die Kommentatoren sind sich über die Grundstimmung einig. Ein Beispiel ist Broukals Blog: die Kommentatoren schreiben kritisch bis sarkastisch und gehen dabei nicht nur auf den Blogger los, sondern auch aufeinander. Im Analysezeitraum hat kein Blogger gegen solche Einträge protestiert.

FF 9. Welches Ziel verfolgen die Blogger mit ihren Blogs?

FF 9.1. Sehen die Blogger selbst in ihren Blogs eine Plattform für rationalen Diskurs?

Die privaten Blogger ohne politisches Amt, die in dieser Studie untersucht wurden, analysieren ihrerseits Politiker, Parteien und deren Wahlversprechen. Die Funktionäre unter den analysierten Bloggern werben um Stimmen, stellen Projekte vor, die sie im Falle ihrer Wahl verwirklichen wollen, und berichten von ihren Erlebnissen im Wahlkampf. Lopatka und Hakl werben für Schüssel, andere mehr für ihre Partei oder für sich selbst. In den Audioblogs von SPÖ und BZÖ werden professionelle Spots über Wahlprogramme *online* gestellt.

FF 9.2. Sehen die Blogger in ihren Blogs eine Bühne für die eigene Selbstdarstellung? Wieviel verraten die Blogger über sich selbst, ihre Identität, ihr Privatleben?

Informationen über den Blogger oder andere Personen gibt es meist nur indirekt, über die häufigsten Schwerpunkte wie Wahlkampf, Parteien, Spitzenkandidaten im Wahlkampf. Gelegentlich werden Themen abseits der Politik angeschnitten, wie z.B. die Flucht von Natascha Kampusch, abhängig davon, was den Blogger gerade interessiert. Es gibt persönliche Ergänzungen zu den Einträgen: Links zu weiterführenden Artikeln, die der Blogger für wichtig hält, Photos, selten auch Literaturvorschläge und Podcasts.

Private Details verraten die Blogger nur selten über sich. Aber auch ohne die Details aus dem Privatleben veröffentlichen die Blogger ausreichend persönliche Ansichten und Gedanken, so daß man über manche doch einiges erfährt. Dadurch könnte ein Blog einflußreicher sein als z.B. eine Parteiseite, vor deren Wahrheitsgehalt sich die Kommentatoren gegenseitig warnen. Diese Frage wird an Relevanz gewinnen, da mehr Politiker im Internet präsent sein werden und die Wähler zunehmend darauf aufmerksam werden. Das Sammelblog war am 20.6. 2009 auf 120 gelistete Blogs angewachsen und hat sich bis zum 6.6. 2011 auf 269 mehr als verdoppelt. Am 16. April 2012 waren nur 201 Blogs gelistet; demnach wurden einige Links zu aufgegebenen Blogs entfernt.

5.2. Politiker vs. Bürger

In dieser Studie hat sich zusammenfassend gezeigt, daß sich die Politiker bei drei Kriterien für Forschungsfragen deliberativer verhalten: beim Zugang der Betroffenen, der Gleichberechtigung und beim Respekt. Die Frage nach dem Meinungspluralismus ist unentschieden. Bei Meinungsänderung und rationalen Argumenten verhalten sich die Bürger deliberativer. Die Geltungsansprüche werden in Politikerblogs häufiger von den Kommentatoren angezweifelt. In Bürgerblogs zweifeln die Blogger häufiger.

Die beiden analysierten Gruppen unterschieden sich letztlich nicht so sehr wie anfangs gedacht. Daß Politiker als Repräsentanten ihrer Parteien abhängig und interessengeleitet in den Diskurs eintreten, hindert sie nicht daran, deliberative Diskussionen in Gang zu setzen. Wenn es um die Kriterien der Deliberation geht, verhalten sich beide Gruppen ähnlich. Untersucht man nur Habermas' Kriterien zum Gelingen von Deliberation, so ist daher die Trennung in Private und Politiker nicht nötig. Der Grad der Deliberation, der in den einzelnen Blogs erreicht wird, hängt

nicht so stark davon ab, ob der Blogger Wähler oder Politiker ist, sondern davon, wie jeder individuelle Blogger sein Blog anlegt und welches Ziel er verfolgt.

Aus den Ergebnissen dieser Studie folgt weiters, unabhängig von der Identität des Bloggers als Politiker oder privater Autor, daß Blogger die Umstände von Deliberation beeinflussen können, schwer jedoch die diskussionsimmanenten Bedingungen wie Meinungspluralismus (eventuell durch regelmäßige Gastblogger) oder die Bereitschaft der Kommentatoren, ihre Meinung zu ändern, auf andere einzugehen, sie zu respektieren.

Der Bekanntheitsgrad des Bloggers beeinflusst die Anzahl der Kommentatoren und sein *offline* Image den Stil, der in der Diskussion herrscht. Politiker können mehr Kommentatoren anlocken als die unbekannten Privaten. Die Kriterien Meinungsänderung und die Rationalität liegen bei den privaten Blogs etwas höher. Die größere Bereitschaft zur Meinungsänderung in diesen Blogs könnte darauf zurückzuführen sein, daß diese Blogger nicht polarisieren und die Kommentatoren sich nicht scharf abgrenzen (müssen). (siehe Gruppenpolarisation S 26)

Das Kriterium Offenheit für neue Ansichten scheint an den Stil der Diskussion gekoppelt zu sein. Je aggressiver eine Meinung vorgetragen wird, umso weniger überzeugend wirkt sie auf die anderen Teilnehmer. Sachlichkeit und weitgehend emotionslose Argumentation unterstützen die Deliberation.

Gerade das vielzitierte Beispiel von Chorherr zeigt, daß sehr viel vom Verhalten des jeweiligen Bloggers abhängt. Der Blogger kann auf Vorbildwirkung hoffend mit gutem Beispiel vorangehen. Chorherr, bei diesem Kriterium eine Ausnahme bei den Politikern, gibt sich offen und bittet die Kommentatoren vor der Wahl um Vorschläge und Kritik. Aber nach der Wahl bemängeln diese, daß die Vorschläge nicht angenommen und umgesetzt wurden. Für das Gelingen des gesamten Deliberationsprozesses reicht also Offenheit alleine nicht aus. Wenn Deliberation zum Ziel führen soll, muß anschließend eine Handlung(-sänderung) erfolgen.

Die Ergebnisse der Studie führen daher zu einer Art Handlungsanweisung an die Blogger. Wie muß man sich als Blogger verhalten, wenn man deliberative Diskussionen anstrebt? Jene Kriterien, die der Blogger beeinflussen kann und im Sinne der Deliberation beeinflussen sollte, werden im nächsten Kapitel vorgestellt.

5.3. Sind Weblogs Instrumente deliberativer Kommunikationskultur?

Christopher Arterton formuliert sieben Ansprüche an Demokratie.

“The seven values are: (1) An informed citizenry, then we would like (2) public accountability, we would like (3) lateral communications between voters directly, and we need (4) vertical communications between political leaders on the one hand and voters on the other. Then (5) the essence of a democracy is providing mechanisms for a citizen influence, we would like (6) as much political equality as we can manage on balance, and we also are interested in (7) producing a sense of community and cohesion in a society.“ (Arterton, 2001, S 17)

Weblogs bieten die Infrastruktur, die diese Ansprüche erfüllt: Die Wählerschaft kann sich in Weblogs ein Bild über die Politiker machen und nachlesen, welche Meinung andere Wähler vertreten und dann darüber diskutieren.

Nicht alle Blogs tragen gleichermaßen zur Demokratie und Deliberation bei. Obwohl sich Politiker und private Blogger deliberativ bei Habermas' Kriterien nicht gravierend von einander unterscheiden, haben Politikerblogs einen wichtigen Vorteil. Die Teilnahme an einem Politikerblog hat mehr demokratisches Gewicht, weil die Chance besser ist, daß man an einer Entscheidung beteiligt ist.

Dieser Befund ist überraschend, weil gerade Politikerblogs zu Beginn als interessegeleitet und daher weniger an Deliberation interessiert eingestuft wurden. Wenn Politiker das Deliberationskonzept ernst nehmen, also eine Lösung für ein Problem finden wollen, dann ist die Chance auf Realisierung der Lösung größer: Politiker haben durch ihr Amt die Macht dazu. In einem Blog mit privater Initiative sind die Chancen auf Umsetzung der Entscheidung oder Änderung ungleich schlechter. Daher ist es für Kommentatoren gewinnbringender, sich in einem Politikerblog zu engagieren.

Blogs zu politischen Themen im Allgemeinen, und von Politikern geführte Blogs im Speziellen tragen zu erweiterter demokratischer Aktivität bei. „In Verbindung mit dem Demokratieprinzip erweist sich der Pluralismus als Ausfüllung der Volkssouveränität. Er sorgt dafür, dass sich die Mitwirkung des Bürgers an den öffentlichen Angelegenheiten nicht darauf beschränkt, alle vier oder fünf Jahre Einfluss darauf zu nehmen, wer regieren soll.“ (Detjen, 1998, S 275)

Die Ergebnisse haben immer wieder gezeigt, daß sehr viel von den Teilnehmern, Bloggern wie Kommentatoren, selbst abhängt, ob und wie einzelne Bedingungen der Deliberation umgesetzt werden. Was davon kann der Blogger bewußt steuern? Wie bereits mehrfach betont, obliegt es dem Blogger als Gastgeber, Kommentare und damit eine Diskussion zuzulassen, bzw. die

Zugangsbarrieren niedrig zu halten. Indem er dann, wie Christoph Chorherr, eine Frage in den Raum stellt, grenzt er das Thema ein und die Kommentatoren antworten. Selbst wenn er die Kommentatoren bei der Agenda mitreden läßt: ein gewisses Maß an Dominanz bleibt ihm erhalten.

Die analysierten Diskussionen zeigen, daß Deliberation einen Moderator benötigt, der die Teilnehmer an das Ziel erinnert, nämlich die schon erwähnte Entscheidung, die gemeinsam erarbeitet werden soll. Damit Deliberation in Gang kommt und nicht nur eine Diskussion ohne Konsequenzen bleibt, muß zunächst ein Ziel gesetzt werden, das dann konsequent verfolgt wird. Das Ziel muß die gemeinsam angestrebte Veränderung des Ist-Zustandes sein. Die Zielsetzung und Kontrolle ist hier wichtig, denn der Deliberationsprozeß läuft nicht von alleine ab, wie die analysierten Diskussionen gezeigt haben.

Die vorliegende Studie zeigt, daß Antworten von den Kommentatoren aktiv eingefordert werden und daß es negativ aufgenommen wird, wenn die Antwort trotzdem ausbleibt. Daher sollten Blogger, ob Politiker oder Wähler, die für eine Partei werben wollen, auf die Kommentatoren eingehen. Das klingt vielleicht selbstverständlich, aber die Analyse hat gezeigt, daß die meisten Blogger diese Chance zum Gespräch vergeben.

Wenn die Deliberationsbedingungen nicht erfüllt sind, bleibt das Blog ein Forum für Meinungsäußerung ohne weitere Konsequenzen. Es unterstützt die Demokratie nicht, wenn Blogger nur Kommentare sammeln, jedoch nichts damit anfangen, wie z.B. einen angeprangerten Mißstand zu diskutieren und zu verbessern. Und wer nur registriert, was er hören will, ist nicht offen für neue Meinungen und trägt nichts zur Deliberation bei.

Aus diesen Befunden folgt, daß Deliberation *online* anders abläuft als *offline*. Kriterien wie Betroffenheit, gemeinsame Lebenswelt, sogar die Gleichberechtigung aller Teilnehmer rücken in den Hintergrund. Wichtiger werden Diskussionskriterien wie Meinungspluralismus, Diskussionsstil und *Nettiquette* aber auch eine gewisse Disziplin der Teilnehmer und Durchhaltevermögen.

Die Fluktuation der Kommentatoren läßt sich im Blog nämlich nicht kontrollieren und wirkt sich auf ernstgemeinte Deliberation eher ungünstig aus, da die Teilnehmer nicht miteinander eine Lösung entwickeln können. Wer nicht mehr teilnehmen will, kommentiert nicht mehr. Aus einer Deliberationssituation mit persönlicher Anwesenheit kommt man nicht so leicht heraus.

Die Bereitschaft zur Meinungsänderung oder auch nur zur Akzeptanz anderer Meinungen ist in den analysierten Blogs nicht besonders ausgeprägt. Viele Kommentatoren sind nicht kritikfähig und können nicht sachlich damit umgehen. Sie fühlen sich persönlich angegriffen und reagieren mit Abwehr, zu emotional, als daß es eine überlegte Reaktion sein könnte.

Wie die wachsende Liste auf www.wahlblogs.at, jetzt auf www.politikblogs.at umbenannt, zeigt, besteht Bedarf, sich öffentlich auszutauschen. In seiner Studie hat Göler zwar gezeigt, daß Deliberation *face-to-face* mit weniger Teilnehmern qualitativ höherwertig abläuft, aber in den vorliegenden Weblogs, also *online*, scheint dies nicht zwingend der Fall zu sein. Wieder Bezug nehmend auf Chorherrs Blog hat sich gezeigt, daß man auch mit 81 Kommentatoren sachlich deliberieren kann. Deliberation kann also stattfinden im Weblog.

Das Konzept der Deliberation ist wahrscheinlich unter den Kommentatoren eher unbekannt. Wenn der Blogger eine Diskussion anstrebt, die sich an die Deliberation anlehnen soll, sollte er sein Publikum zuerst damit vertraut machen. Damit ist kein wissenschaftlicher Vortrag an die *Blogcommunity* gemeint, sondern Rahmenbedingungen unter denen eine Diskussion geordnet, rational und zielgerichtet ablaufen kann. *Nettiquette* und Diskussionsregeln etwa sind nur gelegentlich ein Thema – aber ein Schritt in die richtige Richtung. Mit der Aufforderung an das Publikum, sich aktiv zu beteiligen und sich zu einer bestimmten Frage zu äußern, wird der Grundstein für Deliberation gelegt.

Es ist nicht überraschend, daß alle Kriterien, die mit der Wahl in direktem Zusammenhang stehen, bei den Politikern häufiger vorkommen als bei den Wählern. Sie nutzen ihre Blogs, um Wählerstimmen zu gewinnen. Blogs können den klassischen Wahlkampf nicht ersetzen, aber ergänzen. Ein Weblog erschließt andere Wählerschichten, die eine Wahlkampfveranstaltung nicht erreicht – und umgekehrt. Das ist allerdings mit Einschränkung zu sehen.

Da die analysierten Blogs durchschnittlich 10 bis 20 und nur in Ausnahmefällen über 100 Kommentatoren anlocken konnten, ist ihr Einfluß auf das Wahlergebnis nicht so groß, wie angenommen. Blogs sind in dieser Größenordnung aufgrund der eingeschränkten Zielgruppe im Wahlkampf nicht entscheidend.

Die Blogs auf www.wahlblogs.at zeigen eine Verschiebung der Mehrheiten. Die Parteien im Parlament waren 2006 nicht mit ihren tatsächlichen Mehrheiten repräsentiert. Die grüne Opposition steht an erster Stelle, andere Parteien wie die FPÖ, KPÖ und Martin sind zwar 2006 zur Wahl angetreten, sind aber nicht im Sammelblog gelistet.

5.4. Konsequenzen und Ausblick

Das in der Einleitung gezeichnete euphorische Bild über die Macht von Blogs kann den Fakten der vorliegenden Studie nicht standhalten. Technorati meldet zwar steigende Blogzahlen, aber als revolutionär haben sich Blogs nicht erwiesen. Zumindest in Österreich im Jahr 2006 haben Blogs nicht den Einfluß auf Wahlentscheidungen gehabt, wie man aufgrund der Technorati Zahlen denken könnte.

Der *Hype* rund um Blogs scheint vorüber zu sein. Die Kommentatorenzahlen von 10 bis zu 100+ sind für einen Wahlkampf recht gering. Wahlkampfstrategen müssen sich überlegen, wie viel Zeit in *online* Kampagnen fließen soll. Ein Blog zu führen oder eine Seite in Facebook zu haben, bringt ein modernes Image, verzichten sollte ein Politiker keinesfalls darauf. Aber wie intensiv soll man eine so kleine Zielgruppe umwerben? Daher scheint ein Blog weniger für den Wahlkampf mit großem Zielpublikum geeignet zu sein, dafür viel besser für Deliberation, die ja ein kleines Publikum von Betroffenen zum Ziel hat, und das unabhängig von Wahlkampfzeiten. Der Wahlkampf ist zu unruhig für kontinuierliche Deliberation, es gibt zu viele verschiedene Themen.

Bei einem überschaubaren Zielpublikum sind Blogs für Deliberation wiederum gut geeignet. Deliberation wird gefördert durch eine relativ kleine Anzahl an Teilnehmern. Blogs sind nützlich, weil sie in diesem Rahmen potentiell entscheidungsrelevant sind: nämlich fokussiert auf lokale Probleme, die gelöst werden müssen.

Habermas hat die in dieser Studie übernommenen Kriterien und Bedingungen anhand von *offline* Deliberationssituationen erarbeitet. Die vorliegende Studie hat nun gezeigt, daß nicht alle für *online* Deliberation den gleichen Stellenwert behalten, dafür wieder andere Kriterien wie Bekanntheit des Bloggers oder dessen persönlicher Einfluß dazu kommen. Die oben besprochenen Merkmale der *online* Deliberation führen zu einem höheren Grad an Unverbindlichkeit als es in der *face-to-face* Deliberation der Fall ist. Daher empfiehlt es sich die Blogdeliberation mit persönlichen Treffen aller Teilnehmer zu kombinieren.

Nicht jedes neue Medium wird von allen Leuten verwendet und nicht jedes hat auch Auswirkungen auf alle Leute. Gerade Blogs hätten ein viel größeres Potential, das jedoch nicht ausgeschöpft wird. Wie sieht die Zukunft der Blogs aus? Soziale Netzwerke scheinen Blogs als

Kommunikationsphänomen abgelöst zu haben. Die Zahlen von Blogneugründungen wachsen seit 2010 langsamer (siehe Einleitung).

Auf traditionelle Medien konnte kein Einfluß festgestellt werden. Blogs werden keine Leserbriefseiten überflüssig machen, denn wie beim Punkt Wahlkampf sind auch hier für einen meßbaren Einfluß die Teilnehmerzahlen zu gering. Für Journalisten bieten Blogs eine zusätzliche Informationsquelle für Politikeraussagen, aber das Interesse der klassischen Medien könnte sich zu Facebook und Co verschoben haben.

Die hier analysierten Blogs haben auch keine medienpädagogischen Konsequenzen. Daß man seine eigenen Daten im Internet möglichst schützen sollte und seine veröffentlichten Aussagen vorher überdenken sollte, weiß man nicht erst seit es Blogs gibt, obwohl rechtskonformes Verhalten auch hier wünschenswert wäre.

An dieser Stelle werden rechtliche Einschränkungen relevant. Strafbare Handlungen wie Verleumdung, üble Nachrede, Datenschutzmißbrauch und dergleichen sind auch *online* verboten. Mediengesetze und alle anderen relevanten Gesetze kommen auch hier zum Tragen. In den analysierten Blogs gibt es zwar Beschwerden über andere Kommentatoren, diese werden jedoch nicht geahndet. Die relative Anonymität gaukelt den *usern* die Sicherheit vor, ungestraft ihren Gefühlen Luft machen zu können. Die Gesetzgebung bewegt sich hier auf dem schmalen Grat zwischen Zensur der im westlichen Internet „heiligen“ freien Meinungsäußerung und strafbaren Handlungen.

Die neuen Entwicklungen bieten interessante Forschungsfragen für weitere Studien: An sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter, die 2006 noch keine Rolle gespielt haben, kommt man heute nicht mehr vorbei. Der Boom von Smartphones und Tablets hat diesen Seiten enorm bei der Entwicklung geholfen. In welchen Bereichen haben die Blogs dadurch Konkurrenz erhalten? Wie ausgeprägt sind Deliberatinstendenzen in sozialen Netzwerken? Wie sehr unterscheiden sich Eintragungen in Facebook von denen eines Blogs? Kann man Facebook als berühmtesten Sammelblog sehen?

Die vorliegende Studie konzentriert sich auf Einträge zur Nationalratswahl 2006. Was hat sich seither in den Blogs auf www.politikblogs.at geändert? Einige der analysierten Blogs sind immer noch aktiv, so wie das Paradebeispiel Chorrherr. Haben sich seine Deliberationstendenzen verstärkt? Wie sieht die Situation generell heute aus? Ist ein Einfluß von sozialen Netzwerken bemerkbar? Wie sieht dieser aus?

6. Quellen

- Arterton, Christopher. *The State of Online Politics*. 2001. In: Filzmaier, Peter (Hrsg.) *Internet und Demokratie. The State of Online Politics*. Studien Verlag: Innsbruck, 2001, S 11 – 21
- Bausch, Paul, Matthew Haughey und Meg Hourihan. *We Blog. Publishing Online with Weblogs*. Wiley Publishing, Inc.: Indianapolis, 2002.
- Benhabib, Seyla. *Toward a Deliberative Model of Democratic Legitimacy*. In: Benhabib, Seyla (Hrsg.). *Democracy and Difference. Contesting the Boundaries of the Political*. New Jersey: Princeton UP, 1998, S 67 – 94.
- Blood, Rebecca. *Waging Peace: Using our powers for good*. 2003, in: Burg, Thomas N. (Hrsg.). *Blog Talks. European Conference on Weblogs*. Books on Demand: Norderstedt, 2003, S 12-19
- Burkart, Roland. *Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit*. In: Bentele, Günter, Romy Fröhlich und Peter Szyska (Hrsg.) *Handbuch der Public Relations*. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden, 2008a, 2.Auflage, S 223 -240.
- Burkart, Roland. *Man kann sich nicht „nicht benehmen“: über Höflichkeit und Kommunikation*. In: Wernhart, Karl und Wagner Helmut. *Kulturen des Benehmens*. Feldmann: Wien, 2008b
- Cohen, Joshua. *Procedure and Substance in Deliberative Democracy*. In: Benhabib, Seyla (Hrsg.). *Democracy and Difference. Contesting the Boundaries of the Political*. New Jersey: Princeton UP, 1998a, S 95 – 119.
- Cohen, Joshua. *Democracy and Liberty*. In: Elster, Jon (Hrsg.). *Deliberative Democracy*. Cambridge: Cambridge UP, 1998b, S 185 – 231)

- Dahl, R.A und Tufte, E. *Sizes and Democracy*. Stanford UP: Stanford, 1973, zit nach. Van Mill, David. *Deliberation, Social Choice und Absolutist Democracy*. Routledge: London, 2006.
- Detjen, Joachim. *Pluralismus*, 1998. in: Jarren, Otfried, Ulrich Sarcinelli und Ulrich Saxer (Hrsg.). *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil*. Westdeutscher Verlag: Opladen, 1998. S 275 – 284
- Dryzek, John S. *Deliberative Democracy and Beyond. Liberals, Critics, and Contestations*. Oxford: University Press, 2000.
- Elster, Jon. *Introduction*. In: Elster, Jon (Hrsg.). *Deliberative Democracy*. Cambridge: Cambridge UP, 1998, S 1-18.
- Feindt, Peter H. *Regierung durch Diskussion? Diskurs- und Verhandlungsverfahren im Kontext von Demokratie und Steuerungsdiskussion*. Verlag Peter Lang: Frankfurt/Main, 2001.
- Filzmaier, Peter [Hrsg.]. *Internet und Demokratie : the state of online politics*. Studien-Verl.: Innsbruck; Wien [u.a.], 2001. - 165 S.
- Fishkin, James S. and Peter Laslett. [Hrsg.]. *Debating Deliberative Democracy*. Malden: Blackwell Publishing LTD. 2003, S 1 – 6.
- Früh, Werner. *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. UVK Verlagsgesellschaft mbH: Konstanz, 2001, 5. Aufl.
- Gargarella, Roberto. *Full Representation, Deliberation, and Impartiality*. In: Elster, Jon (Hrsg.). *Deliberative Democracy*. Cambridge: Cambridge UP, 1998, S 260 – 280.
- Gerhards, Jürgen. *Diskursive versus liberale Öffentlichkeit. Eine empirische Auseinandersetzung mit Jürgen Habermas*. In: Kölner Soziologie und Sozialpsychologie. 1/1997, S1-39.

Gambetta, Diego. "*Claro!*": *An Essay on Discursive Machismo*. 1995. In: Elster, Jon (Hrsg.). *Deliberative Democracy*. Cambridge: Cambridge UP, 1998, S 19 – 43.

Göler, Daniel. *Deliberation – Ein Zukunftsmodell europäischer Entscheidungsfindung? Analyse der Beratungen des Verfassungskonvents 2002-2003*, Baden-Baden 2006.

Gould, Carol C. *Diversity and Democracy: Representing Differences*. In: Benhabib, Seyla (Hrsg.). *Democracy and Difference. Contesting the Boundaries of the Political*. New Jersey: Princeton UP, 1998, S 171 – 186.

Gutmann, Amy and Dennis Thompson. *Deliberative Democracy Beyond Process*. In: Fishkin, James S. and Peter Laslett (Hrsg.). *Debating Deliberative Democracy*. Malden: Blackwell Publishing LTD. 2003, S 31 – 53.

Habermas, Jürgen. *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaates*, Frankfurt a.M. 1998.

Habermas, Jürgen. *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft* (Habil.), Neuwied 1962 (Neuauf.: Frankfurt a.M. 1990).

Habermas, Jürgen und Niklas Luhmann. *Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie – Was leistet die Systemforschung?* Suhrkamp Verlag: Frankfurt/Main, 1974.

Habermas, Jürgen. *Theorie des kommunikativen Handelns* Bd. 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft), Suhrkamp Verlag: Frankfurt a.M. 1995.

Habermas, Jürgen. *Kommunikatives Handeln und detranszendentalisierte Vernunft*. Reclam: Stuttgart, 2001.

Hagen, Lutz M. *Nutzung von Online-Medien zur politischen Information. Einführung und Überblick*. In: Hagen, Lutz M. [Hrsg.]. *Online-Medien als Quellen politischer Information : empirische Untersuchungen zur Nutzung von Internet und Online-Diensten*. Westdt. Verl.: Opladen, 1998, S 7-19.

- Hajer, Maarten A. und Hendrick Wagenaar. (Hrsg.) *Deliberative Policy Analysis. Understanding Governance in the Network Society*. Cambridge UP: Cambridge, 2003, S 1.30.
- Kaase, Max. *Demokratisches System und die Mediatisierung von Politik*. In: Sarcinelli, Ulrich. (Hrsg.) *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur*. Westdeutscher Verlag: Opladen, 1998; S 24 – 51,
- Lösch, Bettina. *Deliberative Politik. Moderne Konzeptionen von Öffentlichkeit, Demokratie und politischer Partizipation*. Verlag Westfälisches Dampfboot, Münster 2005
- Mayring, Philipp. *Qualitative Inhaltsanalyse – Grundlagen und Techniken*. Beltz Verlag: Weinheim und Basel, 2003, 8. Auflage.
- Miller, Max. *Rationaler Dissens. Zur gesellschaftlichen Funktion sozialer Konflikte*. In: Giegel, Hans Joachim (Hrsg.) *Kommunikation und Konsens in modernen Gesellschaften*. Suhrkamp: Frankfurt/Main, 1992, S 31 – 58.
- Möller, Erik. *Die heimliche Medienrevolution – Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern*. Heise Zeitschriftenverlag GmbH: Hannover, 2005.
- Neidhardt, Friedhelm. *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 34. Westdeutscher Verlag: Opladen, 1994.
- Przeworski, Adam. *Deliberation and Ideological Domination*. In: Elster, Jon (Hrsg.). *Deliberative Democracy*. Cambridge: Cambridge UP, 1998, S 140 – 160.
- Renn, Ortwin und Bettina Oppermann. Politische Kommunikation als Partizipation. In: Jarren, Otfried, Ulrich Sarcinelli und Ulrich Saxer (Hrsg.). *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil*. Westdeutscher Verlag: Opladen, 1998, S 352-361.

Sarcinelli, Ulrich. „Fernsehdemokratie“ *Symbolische Politik als konstruktives und als destruktives Element politischer Wirklichkeitsvermittlung*. S44 in: Wunden, Wolfgang. (Hrsg.) *Öffentlichkeit und Kommunikationskultur. Beiträge zur Medienethik. Bd 2*. J.F. Steinkopf Verlag: Hamburg, 1994, S31 – 41.

Sarcinelli, Ulrich. *Demokratiethoretische Bezugsgrößen*. In: Jarren, Otfried, Ulrich Sarcinelli und Ulrich Saxer (Hrsg.). *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil*. Westdeutscher Verlag: Opladen, 1998, S 253-267.

Shapiro, Ian. *Optimal Deliberation?* In: Fishkin, James S. and Peter Laslett (Hrsg.). *Debating Deliberative Democracy*. Malden: Blackwell Publishing LTD. 2003, S 121 – 137.

Stone, Biz. *Who let the blogs out? A Hyperconnected Peek at the World of Weblogs*. St. Martin's Griffin: New York, 2004.

Sunstein, Cass R. *The Law of Group Polarization*. In: Fishkin, James S. and Peter Laslett (Hrsg.). *Debating Deliberative Democracy*. Malden: Blackwell Publishing LTD. 2003, S 80 – 101.

Tenscher, Jens. *Politik für das Fernsehen – Politik im Fernsehen. Theorien, Trends und Perspektiven*. In: Sarcinelli, Ulrich. (Hrsg.) *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur*. Westdeutscher Verlag: Opladen, 1998; S 184 – 208.

Van Mill, David. *Deliberation, Social Choice und Absolutist Democracy*. Routledge: London, 2006.

Wrede, Oliver. *Weblogs and Discourse – Weblogs as a transformational technology for higher education and academic research*. in: Burg, Thomas N.(Hrsg). *Blog Talks. European Conference on Weblogs*. Books on Demand: Norderstedt, 2003, S 217 – 238

Young, Iris, Marion. *Communication and the Other: Beyond Deliberative Democracy*. In: Benhabib, Seyla (Hrsg.). *Democracy and Difference. Contesting the Boundaries of the Political*. New Jersey: Princeton UP, 1998, S 120 – 135.

Young, Iris Marion. *Activist Challenges to Deliberative Democracy*. In: Fishkin, James S. and Peter Laslett (Hrsg.). *Debating Deliberative Democracy*. Malden: Blackwell Publishing LTD. 2003, S 102 – 120.

Zerfaß, Ansgar und Boelter, Dietrich. *Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien*. Nausner & Nausner: Graz, 2005.

Zipfel, Theodor. Online-Medien und politische Kommunikation im demokratischen System. In: Hagen, Lutz M. [Hrsg.]. *Online-Medien als Quellen politischer Information : empirische Untersuchungen zur Nutzung von Internet und Online-Diensten*. Westdt. Verl.: Opladen, 1998, S 20-53

Internet

<http://de.wikipedia.org/wiki/Blog>, Zugriff: 28.12.2008

<http://de.wikipedia.org/wiki/Podcasting>, Zugriff: 28.12.2008

<http://de.wikipedia.org/wiki/RSS>, Zugriff: 28.12.2008

www.roell.net/weblog, Zugriff: 28.12.2006

Let's talk about blogs, 11. Juni 2003, <http://politik-digital.de/edemocracy/netzkultur/blog.shtml>, Zugriff: 28.12.2008

Blood, Rebecca, *Weblogs: A History and Perspective*, 7.9.2000, http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html, Zugriff: 28.12.2008

Blood, Rebecca, *Weblogs and Journalism in the Age of Participatory Media*, 15.7.2003, http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs_journalism.html , Zugriff: 28.12.2008

Gratzer, Roland, *Die Politik und das Internet*, 14.12.2008 <http://fm4v2.orf.at/connected/225425/main.html>, Zugriff: 28.12.2008

J.D. Lasica, *Blogging as a form of Journalism*, 24.5.2001,
<http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017958873.php>, Zugriff: 28.12.2008

J.D. Lasica, *Weblogs: A New Source of News*, 18.4.2002,
<http://www.ojr.org/ojr/lasica/1019165278.php>, Zugriff: 28.12.2008

Lenhart, Amanda und Susannah Fox. *Bloggers. A Portrait of the internet's new storytellers*.
19.7.2006, Pew Research Center, Washington D.C.
<http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2006/>, Zugriff: 12.10.2011

Rosen Jay. *The People formerly Known as the Audience*. 27. 06 2006.
http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html, Zugriff: 5.10.2011

Sifry, David. *State of the Blogosphere, April 2006 Part 2: On Language and Tagging*.
<http://www.sifry.com/alerts/archives/000433.html>, Zugriff: 11. 10.2011

Sifry, David. *State of the Blogosphere, October 2006*.
<http://www.sifry.com/alerts/archives/000443.html>, Zugriff: 11. 10.2011

Sobel, Jon. *State of the Blogosphere 2010*. 3.11.2010.
<http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere-2010-introduction>, Zugriff: 11.10.2011

The Project for Excellence in Journalism. <http://stateofthemedias.org/2006/online-intro>, Zugriff:
5.10.2011

www.wahlblogs.at Zugriff: 11.9.2006

Die analysierten Blogs:

<http://chorherr.twoday.net>

<http://www.wien.spoe.at/extend/waehlenwirwien/podcast/>

<http://bzoe-podcast.podspot.de/>

<http://blog.ppoe.or.at/>

<http://www.kritikus.at/>

<http://mariegoessmscam.twoday.net/>

<http://rauch.twoday.net/>

<http://bartenstein.twoday.net>
<http://hellgruen.at>
<http://www.lukasmandl.at/nc/weblog.html>
<http://www.peterpilz.at>
<http://rotweissrot.twoday.net>
<http://wahlblog.eu>
<http://blog.oe24.at/roller/page/jobro>
<http://vote06.blogspot.com>
<http://wunderwahl.twoday.net>
<http://campa.at/home/blog/showblog/17>
<http://www.cocteau.at/lunacek/>
<http://campa.at/home/blog/showblog/22>
<http://campa.at/home/blog/showblog/73>
www.vorzugsstimme.at/blogs
<http://karinsweblog.holzweg.com>
<http://zurpolitik.blogspot.com/>
http://dibo.awardspace.com/mygfx.at/index.php?s=b_blog
<http://epe.at/blog/category/wahlkampf>
<http://nrw2006.twoday.net>
www.sachsenhofer.com/blog/categories/politik.aspx
<http://www.jan-kraimer.at>
<http://koechl.twoday.net>
<http://homajon.wordpress.com>
<http://www.helge.at/category/politics>
<http://politik.netzkompetenz.at>
<http://viktoremmer.blogspot.com>
<http://oevp.at/oevp/team/lopatka>
<http://maximalfantasie.blogspot.com>
<http://blog.politburo.com>
<http://www.kroneblog.at>

Gelistete Blogs ohne Einträge im Analysezeitraum, 11.März 2008:

<http://www.blog.wahlen.cc/>
<http://wahlkampf2006.twoday.net/>

<http://sabinegretnetner.twoday.net/>

<http://freigehen.twoday.net>

<http://www.laurenzennser.twoday.net>

<http://mojzis.oevp.at>

<http://www.erwin-buchinger.at>

<http://politwatch.wordpress.com>

<http://julianschmid.twoday.net>

<http://loub.at>

<http://www.die-truppe.at>

<http://martinrutter.blogspot.com>

<http://nmn.twoday.net>

7. Anhänge

7.1 Kurzprofile der Weblogs

Screenshot

Adresse: <http://blog.politburo.com>

Blogger: Die Instanz, SPU, STKA, Hofrat, God

Online seit: 12. Februar 2005

Frequenz: 124 Einträge

Wie viele Kommentare: 19 fremde + 4 Komm. der anderen Blogger

Beigaben: Videos, Photos, Graphiken, Links

Referenzen: News, Krone, der Standard, Kurier, Österreich, Ganze Woche

Noch aktiv: am 7.5.2009 für eine Pause abgemeldet, bis 16. April 2012 keinen neuen Einträge

Parteientendenz: nicht genannt



Screenshot

Adresse: <http://viktooremmer.blogspot.com>

Blogger: Viktor Emmer, Landessprecher der Grünen Wirtschaft

Online seit: 1. September 2006

Frequenz: 32 Einträge

Wie viele Kommentare: 7 Kommentare

Beigaben: Photos

Referenzen: keine

Noch aktiv: letzter Eintrag 9.6.2009

Parteientendenz: Grüne



Screenshot

Adresse: <http://politik.netzkompetenz.at>

Blogger: Mag. David Röther

Online seit: 27. Februar 2006

Frequenz: 5 Einträge

Wie viele Kommentare: 3 Kommentare

Beigaben: keine



Referenzen: Bild Zeitung, Okto TV, Krone, News

Noch aktiv: ja [Stichtag 16. April 2012]

Parteientendenz: nicht genannt

Screenshot

Adresse: <http://blog.eo24.at/roller/rackback/jobro>

Blogger: Josef Broukal

Online seit: 31. August 2006

Frequenz: 4 Einträge

Wie viele Kommentare: 52 Kommentare

Beigaben: keine

Referenzen: keine

Noch aktiv: letzter Eintrag 24. September 2006, nicht mehr online

Parteientendenz: SPÖ



Screenshot

Adresse: <http://maximalfantasie.blogspot.com>

Blogger: Coffy

Online seit: 31. August 2005

Frequenz: 14 Einträge

Wie viele Kommentare: 7 Kommentare

Beigaben: Photos, Diagramme, Links, Screenshot

Referenzen: Neue Zürcher Zeitung, Österreich, Krone, News, ORF, Kurier

Noch aktiv: letzter Eintrag 1. März 2007

Parteientendenz: links (Grüne, SPÖ, KPÖ?)



Screenshot

Adresse: <http://blog.ppo.eor.at>

Blogger: Florian Hufsky, Gentleman, Juxi Leitner, Stephan,
Draco Flameus

Online seit:

Frequenz: 10 Einträge

Wie viele Kommentare: 8 Kommentare



Beigaben: Links, Photos der Blogger
Referenzen: Standard online
Noch aktiv: nicht mehr online
Parteientendenz: Piraten Partei Österreichs

Screenshot

Adresse: <http://nrw2006.twoday.net>

Blogger: Katholische Aktion OÖ: Krammer 11113, amos, motesq

Online seit: 1. September 2006

Frequenz: 27 Einträge

Wie viele Kommentare: 1 Kommentar

Beigaben: Links, Zitate aus der Sonntagsrundschau

Referenzen: OÖ Nachrichten, Die Presse, ORF, Standard-Blog, Networkblog, Wien.orf.at, Die Zeit, Der Standard, Kurier, Österreich

Noch aktiv: letzter Eintrag 25. September 2006

Parteientendenz: nicht genannt



Screenshot

Adresse: <http://vote06.blogspot.com>

Blogger: LAN (Andreas Lindinger), cdw (Chris)

Online seit: 1. Juli 2006

Frequenz: 99 Einträge

Wie viele Kommentare: 59 Kommentare + 16 gegenseitige

Beigaben: Photos, Links

Referenzen: Die Presse, orf.at, Der Standard, apa, Kurier, Der Spiegel, Die Zeit

Noch aktiv: abgemeldet 1. Oktober 2006, Projektblog Nationalratswahl

Parteientendenz: LAN: Grün, cdw: SPÖ



Screenshot

Adresse: <http://www.jan-krainer.at>

Blogger: Jan Krainer → Umwelt- und Tierschutzsprecher, später
Budget- und Finanzsprecher

Online seit: 26. Februar 2003

Frequenz: 15. Einträge



Wie viele Kommentare: keine

Beigaben: Links, Photos, Podcasts, Radiomitschnitt

Referenzen: diverse Homepages

Noch aktiv: letzter Eintrag 9.3.2011

Parteientendenz: SPÖ

Screenshot

Adresse: <http://homajon.wordpress.com>

Blogger: A. Homajon

Online seit: 25. September 2006

Frequenz: 14 Einträge

Wie viele Kommentare: 2 Kommentare

Beigaben: Links, Teletext

Referenzen: orf on

Noch aktiv: Ende 9. Oktober 2006, nur noch mit Anmeldung erreichbar

Parteientendenz: „keiner Partei zugehörig“



Screenshot

Adresse: <http://lukasmandl.at/nc/weblog.html>

Blogger: Lukas Mandl

Online seit: 12. Juli 2006

Frequenz: 35 Einträge

Wie viele Kommentare: keine

Beigaben: Links

Referenzen: keine

Noch aktiv: nicht mehr online

Parteientendenz: ÖVP



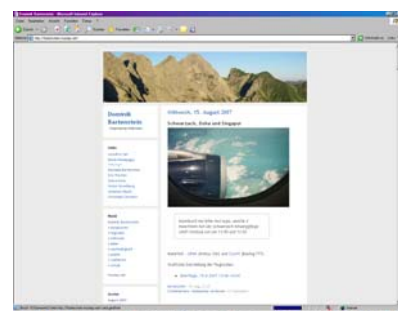
Screenshot

Adresse: <http://bartenstein.twoday.net>

Blogger: DI (FH) Dominik Bartenstein

Online seit: 23. September 2005

Frequenz: 16 Einträge



Wie viele Kommentare: 83 Kommentare
 Beigaben: Links, Photos
 Referenzen: Wikipedia
 Noch aktiv: abgemeldet 14. Februar 2011
 Parteientendenz: Grüne

Screenshot

Adresse: <http://epe.at/blog>

Blogger: Eric Poscher

Online seit: 20. März 2005

Frequenz: 16. Einträge

Wie viele Kommentare: 5 Kommentare

Beigaben: Photos, Links

Referenzen: amazon.de, der Standard

Noch aktiv: ja

Parteientendenz: Grüne (?)



Screenshot

Adresse: <http://wahlblog.eu>

Blogger: Michael Sparer

Online seit: 28. August 2006

Frequenz: 5 Einträge

Wie viele Kommentare: 9 Kommentare

Beigaben: Photos, Screenshots der Parteiseiten

Referenzen: keine

Noch aktiv: Ende 8. September 2006, nicht mehr online

Parteientendenz: nicht genannt



Screenshot

Adresse: <http://karinsweblog.holzweg.com>

Blogger: Mag. Karin Hakl ➔ Technologiesprecherin, NR
 Abgeordnete

Online seit: 1. August 2006



Frequenz: 36 Einträge

Wie viele Kommentare: 7 Kommentare

Beigaben: Links, Photos

Referenzen: keine

Noch aktiv: ja

Parteientendenz: ÖVP

Screenshot

Adresse: <http://chorherr.twoday.net>

Blogger: Christoph Chorherr

Online seit: 18. August 2005

Frequenz: 22 Einträge

Wie viele Kommentare: 219 Kommentare

Beigaben: Diagramme, Photos, Links

Referenzen: keine

Noch aktiv: ja

Parteientendenz: Grün



Screenshot

Adresse: <http://campa.at/home/blog/showblog/22>

Blogger: Petra „Penny“ Bayr

Online seit: 30. August 2006

Frequenz: 40 Einträge

Wie viele Kommentare: 10 Kommentare

Beigaben: Links, Photos

Referenzen: spoe.at

Noch aktiv: letzter Eintrag 9. März 2008

Parteientendenz: SPÖ



Screenshot

Adresse: www.helge.at

Blogger: Helge Fahrnberger

Online seit: 24. Dezember 1999



Frequenz: 12 Einträge

Wie viele Kommentare: 3 Kommentare

Beigaben: Photos, Links

Referenzen: Linksammlung von Lokalen mit Hotspots, die Presse online

Noch aktiv: nicht mehr online

Parteientendenz: nicht genannt

Screenshot

Adresse: <http://rotweissrot.twoday.net>

Blogger: Markus Kratzwald

Online seit: 27. Juli 2005

Frequenz: 11 Einträge

Wie viele Kommentare: 14 Kommentare

Beigaben: Photos, Links, Diagramme

Referenzen: alle Parteien, orf, derstandard.at

Noch aktiv: Ende Februar 2007, weitergeführt auf <http://www.oesterreichnews.de/blog>, am 16.

April 2012 ohne Einträge

Parteientendenz: Grün



Screenshot

Adresse: www.sachsenhofer.com/blog

Blogger: Sachsenhofer

Online seit: November 2003

Frequenz: 6 Einträge

Wie viele Kommentare: 18 Kommentare

Beigaben: Photomontage

Referenzen: keine

Noch aktiv: nicht mehr online

Parteientendenz: ÖVP



Screenshot

Adresse: <http://campa.at/home/blog/showblog/73>

Blogger: Jürgen Wutzelhofer

Online seit: 7. September 2006

Frequenz: 13 Einträge

Wie viele Kommentare: 1 Kommentar

Beigaben: Links, Photos

Referenzen: Blog von Andreas Schieder

Noch aktiv: letzter Eintrag 14. September 2011

Parteientendenz: SPÖ



Screenshot

Adresse: www.vorzugsstimmen.at/blogs

Blogger: Martin, Schliefnig, Hans, Daniel Martin, Michael Höfler, Christian Mertens,
Thomas Schüssler, „Gast“, (Gäste: Babs, maze, bruno, Sabrina, hexe76)

Online seit: 10. September 2006

Frequenz: 19 Einträge

Wie viele Kommentare: 11 Kommentare

Beigaben: Links, Photos, Scans

Referenzen:

Noch aktiv: nicht mehr online

Parteientendenz: ÖVP



Screenshot

Adresse: www.krone.blog.at

Blogger: Erika Gutjahr

Online seit: 2. Jänner 2002

Frequenz: 34 Einträge

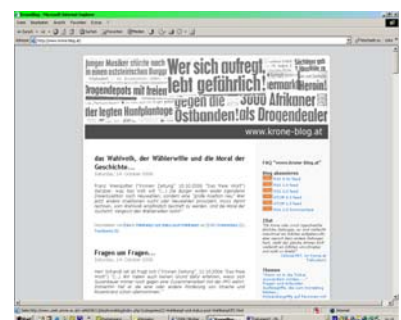
Wie viele Kommentare: 9 Kommentare

Beigaben: Links, Scans

Referenzen: Kone, Kurier, Österreich

Noch aktiv: nicht mehr online

Parteientendenz: nicht genannt



Screenshot

Adresse: www.rauch.twoday.net

Blogger: Johannes Rauch

Online seit: 27. August 2005

Frequenz: 21 Einträge

Wie viele Kommentare: 30 Kommentare, 6 Antworten vom

Blogger

Beigaben: Links, Photos

Referenzen: keine

Noch aktiv: ja

Parteientendenz: Grüne



Screenshot

Adresse: <http://mariegoessmscam.twoday.net>

Blogger: Marie Ringler

Online seit:

Frequenz: 11 Einträge

Wie viele Kommentare: 40 Kommentare

Beigaben: Links, Photos

Referenzen: wien.gv.at

Noch aktiv: nicht mehr online

Parteientendenz: Grüne



Screenshot

Adresse: <http://www.zurpolitik.com>

Blogger: Tom Schaffer, Petra Köstinger, Philipp Heimberger

Online seit: 7. Februar 2006

Frequenz: 33 Einträge

Wie viele Kommentare: 30 Kommentare

Beigaben: Photos, Links, Umfrage

Referenzen: Die Presse, Krone

Noch aktiv: ja

Parteientendenz: Grüne



Screenshot

Adresse: www.kritikus.at

Blogger: Kritikus, Pauli

Online seit: 7. Juli 2006

Frequenz: 53 Einträge

Wie viele Kommentare: Kritikus kommentiert sich selbst durch
Verweise auf andere Einträge zum selben Thema

Beigaben: Links

Referenzen: online Kurier, Standard, ORF

Noch aktiv: ja

Parteientendenz: Grüne (outet sich als Kommentator bei Pilz)



Screenshot

Adresse: www.blog.mygfx.at

Blogger: Georg Pichler

Online seit: 19. August 2006

Frequenz: 26 Einträge

Wie viele Kommentare: 3 Kommentare

Beigaben: Links, Photos, Diagramme

Referenzen: orf.at, die Presse, derstandard.at, Österreich

Noch aktiv: nach Virenattacke auf anderer Domain weitergeführt <http://rigardi.org> letzter
Eintrag 14. September 2011

Parteientendenz: SPÖ



Screenshot

Adresse: <http://www.cocteau.at/lunacek>

Blogger: Mag. Ulrike Lunacek

Online seit:

Frequenz: 26 Einträge

Wie viele Kommentare: 64 Kommentare

Beigaben: Photos, Links

Referenzen:

Noch aktiv: nicht mehr online



Parteientendenz: Grüne

Screenshot

Adresse: <http://www.peterpilz.at>

Blogger: Peter Pilz

Online seit: 1. Jänner 2001

Frequenz: 22 Einträge

Wie viele Kommentare: 574 Kommentare

Beigaben: Links, Photos, Scans

Referenzen: Österreich, Kurier, Korne, Standard

Noch aktiv: ja

Parteientendenz: Grüne



Screenshot

Adresse: <http://hellgruen.at>

Blogger: Markus Gansterer

Online seit: 13. Februar 2005

Frequenz: 3 Einträge

Wie viele Kommentare: 5 Kommentare

Beigaben: Photos

Referenzen: TV Interview mit Eva Glawischnig

Noch aktiv: nicht mehr online

Parteientendenz: Grüne



Screenshot

Adresse: <http://wunderwahl.twoday.net>

Blogger: Josef Ka

Online seit: 4. September 2006

Frequenz: 11 Einträge

Wie viele Kommentare: 3 Kommentare

Beigaben: Photos, Links

Referenzen: wahlblogs.at, Wahl2006, Presse Weblog, Standard, Kurier, Lopatkas Weblog

Noch aktiv: letzter Eintrag 19. Juni 2009



Parteientendenz: nicht genannt

Screenshot

Adresse: <http://campa.at/home/blog/showblog/17>

Blogger: Andreas Schieder, Niels Annen

Online seit: 28. August, 2006

Frequenz: 36 Einträge

Wie viele Kommentare: 38 Kommentare

Beigaben: Photos, Links

Referenzen: keine

Noch aktiv: Ende 7. Jänner 2008, übersiedelt auf <http://www.schieder.spoe.at/>, dort noch aktiv

Parteientendenz: SPÖ



Screenshot

Adresse: <http://koechl.twoday.net>

Blogger: Matthias Köchl

Online seit: 27. August 2006

Frequenz: 29 Einträge

Wie viele Kommentare: 2 Kommentare

Beigaben: Links

Referenzen: keine

Noch aktiv: Ende 16. Jänner 2010

Parteientendenz: Grüne



Screenshot

Adresse: <http://oevp.at/oevp/team/lopatka>

Blogger: Reinhold Lopatka

Online seit: 11. Jänner 2006

Frequenz: 39 Einträge

Wie viele Kommentare: nicht freigeschaltet

Beigaben: Photos, eingescannte Unterschrift

Referenzen: keine

Noch aktiv: letzter Eintrag 6. Juli 2007, nicht mehr online



Parteientendenz: ÖVP

Screenshot

Adresse: <http://bzoe-podcast.podspot.de>

Blogger: BZÖ

Online seit: 6. September 2005

Frequenz: 13 Podcasts, davon 3 Westenthaler Spots

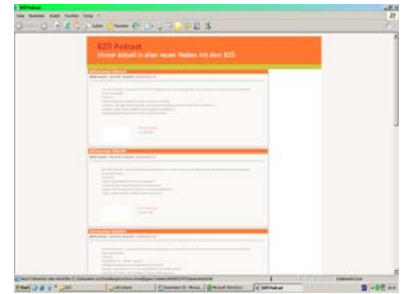
Wie viele Kommentare: keine

Beigaben: Links, Jingle, Schriftliche Themenübersicht, O-Ton Westenthaler

Referenzen: keine

Noch aktiv: Ende 16. November 2006

Parteientendenz: BZÖ



Screenshot

Adresse: <http://www.wien.spoe.at/extend/waehlenwirwien/podcast>

Blogger: SPÖ

Online seit: 30. August 2005

Frequenz: 2 Podcasts

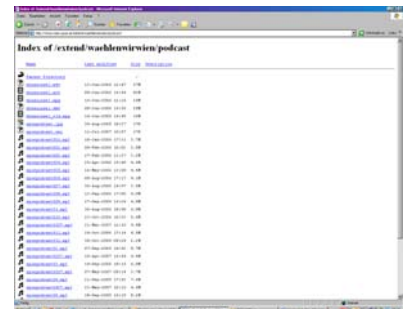
Wie viele Kommentare: keine

Beigaben: Links, O-Ton

Referenzen: keine

Noch aktiv: nicht mehr online

Parteientendenz: SPÖ



7.2 Codebogen

Bedingung	Kategorie	Indikatoren	Definition	Erklärung
FF 1. Kein Betroffener soll ausgeschlossen werden	Teilnahme erleichtert	Kommentarfunktion aktiviert?		Wer die Kommentarfunktion aktiviert hat, kann sich durch ein Login vor Spamkommentaren schützen, erschwert aber auch den Zugang für potentielle Kommentatoren, die sich erst registrieren und damit Daten von sich preisgeben müssen.
		kein Login erforderlich – oder doch registrieren	Muß man sich anmelden, um den Blogbeitrag kommentieren zu können? Wie oft wird eine Registrierung verlangt?	Nicht jeder will private Daten bekannt geben. Für diese User ist eine Registrierung eine Hürde und ein Grund, nicht in die Diskussion einzusteigen.
		Menüführung einfach oder verwirrend	Wie viele Linkleisten (mehrere Links in einer Reihe, neben oder übereinander) lernen von den Einträgen ab? Mit mehr als einer Linkleiste außer den Blogbeiträgen gilt ein Blog als komplex. Siehe Beispiele am Ende des Codebogens.	Je einfacher die Struktur einer Blogseite ist, desto besser findet sich der User zurecht. Je weniger Elemente auf dem Bildschirm um Aufmerksamkeit kämpfen, desto schneller hat der Leser das wichtigste – den Beitrag und den Link zur Kommentarmöglichkeit – gefunden. Eine Linkleiste ist wichtig um Basislinks wie Impressum, Archive etc. unterzubringen. Alle weiteren Linkleisten sind Ergänzungen.
FF 2. Gleichberechtigung Kommentatoren		Gibt es dominante Kommentatoren?	Wie verhält sich die proportionale Verteilung von Vielpostern und Wenig- bzw. Einmalpostern pro Blog? Dominant ist ein Teilnehmer, der mindestens 15 mal kommentiert.	Im ersten Durchgang wurde festgestellt, daß die meisten Kommentatoren sich nur einmal melden, einige bis zu siebenmal, dann gibt es eine Lücke; nur sehr wenige Kommentatoren melden sich mindestens 15 mal im Analysezeitraum.

Bedingung	Kategorie	Indikatoren	Definition	Erklärung
	Formale Gleichheit	gleiche Rechte, gleichen Zugang zu Informationen	Im Falle von Weblogs hat diese Bedingung zwei Ebenen: eine technische und eine inhaltliche. Wie viele Teilnehmer nutzen das Recht Links zu posten, Information aus anderen Quellen einzubringen und anderen damit zugänglich zu machen? Haben alle Teilnehmer Einsicht in die Dokumente anderer ohne Restriktionen (Paßwortschutz)?	Technisch hat der Blogger durch Administratorrechte Zugriff auf die Software und damit mehr Macht als die Kommentatoren, die diese Rechte nicht haben und daher auch nichts verändern können. Daher wird hier nur die inhaltliche Ebene berücksichtigt.
Mitbestimmungsrechte bei ...	... Basisregeln des Verfahrens	Themendefinition, Diskussionsregeln, Unvoreingenommenheit, etc.	Wie oft bestimmen auch Kommentatoren das Thema? Das ist dann der Fall, wenn ein Kommentator ein neues Thema einbringt, das aufgegriffen und weiterdiskutiert wird. Neu ist das Thema dann, wenn es nicht im Blogger eintrag vorkommt. Wie oft nutzen sie ein Einspruchsrecht bei Diskussionsregeln? Wer stellt Diskussionsregeln auf – der Blogger allein oder auch die Kommentatoren? Wer tut dies wie oft?	Feindt ergänzt diese Details zu Habermas' Kategorie der Gleichheit aller Teilnehmer. Es ist wichtig, daß diese nicht nur bei der Problemlösung mitdiskutieren können, sondern auch bei den Diskussionsregeln zu Beginn und während des Deliberationsprozesses.
(nach Peter Feindt)	Kriterien der Informations-sammlung	Wie wird bestimmt, welche Information relevant ist? Genauigkeit	Wer bewertet die Themen und (nicht-) relevante Details - Blogger oder Kommentatoren? Wer achtet auf thematische Vollständigkeit? Wer tut dies häufiger – Blogger oder Kommentatoren?	Feindt ergänzt diese Details zu Habermas' Kategorie der Gleichheit aller Teilnehmer. Es ist wichtig, daß diese nicht nur bei der Problemlösung mitdiskutieren können, sondern auch bei den Diskussionsregeln zu Beginn und während des Deliberationsprozesses.
		Zusatzinfo zugänglich machen	Wie oft sind in den Einträgen auch Links zu anderen Blogs oder anderen Einträgen enthalten?	Welche Informationsquellen werden erschlossen?
		Zitate anderer Blogger	Wie oft werden die Autoren anderer Blogs zitiert?	

Bedingung	Kategorie	Indikatoren	Definition	Erklärung
		Beigaben außer dem Eintrag	Zusätzlich zum Text gibt es folgende Beigaben: wie oft kommen diese Beigaben in den Blogs im Analysezeitraum vor? Podcasts Photos Liedtexte Literaturzitate Videos Links Gastkommentatoren, die statt des Autors einen Beitrag schreiben Scans Korrespondenzwiedergabe Literaturvorschläge	
		Zitate aus Printmedien	Wie oft werden Printmedien zitiert? In diese Kategorie fallen ausschließlich Zitate aus den offline Papierversionen von Zeitungen, Zeitschriften, Magazinen	
		Wie leicht sind ältere Beiträge zugänglich?	Werden ältere Beiträge (ab einem Monat) durch ein Archiv oder einen Kalender verwaltet, muß man eine einzelne Seite auf und ab scrollen oder werden ältere Beiträge gelöscht? Welche Variante wird wie oft gewählt?	Ältere Beiträge sind nicht immer leicht zu finden. Am einfachsten und schnellsten ist ein nach Monaten sortiertes Archiv. In einem Archiv werden ältere Beiträge monatlich zusammengefaßt und sind zusammen aufrufbar. In einem Kalender kann man nur einen Tag auswählen. Gibt es zu einem Datum keinen Eintrag, ist das Datum entweder nicht verlinkt oder die Seite bleibt leer.

Bedingung	Kategorie	Indikatoren	Definition	Erklärung
...	Beschwerderechte gegen Entscheidungen	Wie kommt die Gruppe zu einer Entscheidung?	Wird ein Problem angesprochen und eine Lösung verlangt? Wenn ja, wie oft? Wenn ja, werden Lösungsalternativen besprochen und bewertet? Wird die Entscheidung einseitig (vom Blogger, von einem Kommentator) getroffen?	Feindt ergänzt diese Details zu Habermas' Kategorie der Gleichheit aller Teilnehmer. Es ist wichtig, daß diese nicht nur bei der Problemlösung mitdiskutieren können, sondern auch bei den Diskussionsregeln zu Beginn und während des Deliberationsprozesses.
			Entscheiden alle Teilnehmer gemeinsam – Blogger und Kommentatoren? Gibt es eine Abstimmung? Gibt es keine Entscheidung? Wie oft kommen diese Entscheidungsmodalitäten im Einzelnen vor?	
...	Beschwerderechte gegen Entscheidungen	Wer hat Beschwerderechte? Welche Macht hat das Veto?	Wie oft erheben die Kommentatoren gegen Diskussionsregeln, Entscheidungen oder den Ablauf einer Diskussion Einspruch? Tut dies der Blogger? Wie oft werden diese Beschwerden angesprochen oder ignoriert? Wie oft ändert sich der Ablauf, das Reglement oder werden Entscheidungen revidiert, wenn die Kommentatoren Einspruch erheben? Wie oft ändert sich der Ablauf, das Reglement bzw. werden Entscheidungen revidiert, wenn der Blogger Einspruch erhebt?	Feindt ergänzt diese Details zu Habermas' Kategorie der Gleichheit aller Teilnehmer. Es ist wichtig, daß diese nicht nur bei der Problemlösung mitdiskutieren können, sondern auch bei den Diskussionsregeln zu Beginn und während des Deliberationsprozesses.

Bedingung	Kategorie	Indikatoren	Definition	Erklärung
	... Überwachung	Sicherung des V erfahrens, Sanktionen bei Nichteinhaltung	Wer hat/räumt sich die Autorität, die Einhaltung der Regeln zu überwachen und V erstöße aufzuzeigen – Blogger oder Kommentatoren? Wie oft geschieht das? Gibt es Strafen für Regelverstöße? Wenn ja, welche?	
	... Änderung	Regel- oder V erfahrungsänderung bei Dissens über selbige, Korrigierbarkeit von Entscheidungen	Wer setzt Änderungen durch – der Blogger allein oder auch die Kommentatoren? Änderungen werden explizit gemeldet. Oder ein Teilnehmer meldet sich nicht mehr, nachdem er gerügt wurde. Wie oft geschieht das?	
	Gemeinsame Lebenswelt	Gleiche Werte, Normen, Erfahrungen, nationale Zugehörigkeit	Besteht thematische und politische Übereinstimmung der Teilnehmer? Zur geographischen Nähe: wie oft bezeichnen sich die Teilnehmer als Österreicher bzw. als aus einem österreichischen Ort stammend? Wie oft kommt jedes dieser Kriterien vor?	Gemeinsame Werte, Erfahrungen, Normen und Grundüberzeugungen ermöglichen es den Teilnehmern mit gleichen Bewertungen abzuweichen in die Diskussion einzutreten. Sie können sich so z.B. leichter und weitgehend unüberwindlich auf Begriffe und Definitionen einigen. Gemeinsamkeiten wie geographische Nähe, Angst vor Veränderung (Unwille bzw. Unfähigkeit Gewohnheiten zu ändern) stellen allen Teilnehmern die gleichen Bewertungsmaßstäbe zur Verfügung
FF 3. Meinungspluralismus	Haben die Kommentatoren dieselbe politische Auffassung wie der Blogger?	gleicher politischer Hintergrund wie der Autor	Unterstützen und wählen die Kommentatoren dieselbe Partei wie der Blogger? Gewertet werden Parteinamen, Farbcodes und Spitzenpolitiker. Wie oft wird die politische Präferenz in beiden Gruppen jeweils ausgesprochen?	

Bedingung	Kategorie	Indikatoren	Definition	Erklärung
	Ausschluß von Mehrheitsentscheidungen	keine Koalitionsbildung	Wie oft schließen sich einige Kommentatoren gegen andere zusammen? Der Diskurs bewegt sich weg vom Inhalt hin zur Suche nach Mehrheiten. Versuchen die Teilnehmer andere für sich zu gewinnen? Teilnehmer sprechen andere an und wollen ihnen durch suggestive Formulierungen ihre Meinung einreden. Schließen sich Teilnehmer von sich aus anderen an?	Koalitionsbildung führt zu in der Deliberation unerwünschten Machtblöcken und die Gleichheit aller Stimmen ist nicht mehr gewährleistet.
	privates Forum oder öffentliche Plattform?	Kommentiert nur der Bekanntenkreis des Bloggers oder hat er eine größere dokumentierbare Reichweite?	Wie oft werden Verwandtschaftsbeziehungen, Freundschaften offenbart? Sind die Teilnehmer per Sie? Wie oft sagen die Kommentatoren, daß sie den Blogger im <i>offline</i> Leben kennen?	Das Internet bietet potentiell jedem eine Stimme, aber die wird im Chor aller nicht immer gehört. Ist das Blog "gehört" worden und damit deliberativ relevant?
FF 4, freie Meinungsäußerung	eigene Anregungen der Kommentatoren	Die Kommentatoren bringen eigene Themen auf die Agenda, die der Blogger in seinem Beitrag nicht angesprochen hat. Diese Themen werden dann im <i>thread</i> übernommen.	Wie weit besteht Gleichberechtigung zwischen Blogger und Kommentatoren?	
	bloße Reaktion auf den Beitrag	Das sind alle neutralen nicht bewertenden Erwiderungen eines Kommentators auf den Blogbeitrag das Lebenszeichen eines <i>users</i> , eine rein formale, technische Reaktion.	Folgen die Kommentatoren nur dem Blogger oder vertreten sie auch ihre Meinung?	
	Werden Kommentare gelöscht?	Hinweise auf gelöschte Posts sind entweder leere Platzhalter, die die Blogger Software hinterläßt, oder ausdrückliche Angaben auf dieses Verfahren in anderen Einträgen.	Gelöschte Kommentare können, wenn vom Blogger entfernt, auf Unterdrückung kritischer Stimmen hindeuten.	

Bedingung	Kategorie	Indikatoren	Definition	Erklärung
	überschaubare Verhandlungsarena	Abgeschlossenheit und Vertrautheit	Wie viele Kommentatoren gibt es in den Blogs im Analysezeitraum? Bei anonymen Kommentatoren, die keinen Nickname gewählt haben und als „Anonym“ aufscheinen, ist nicht erkennbar, ob sich dieselbe Person mehrmals gemeldet hat, oder ob es sich bei jedem anonymen Kommentar um einen weiteren Autor handelt. In dieser Studie wurde der zweite Fall angenommen und jeder anonyme Kommentar gezählt.	Abgeschlossenheit und Vertrautheit begünstigen Deliberation. Die Öffentlichkeit der Beratungen können sich hemmend auf die Bereitschaft auswirken, sich überzeugen zu lassen. Eine Präferenzänderung könnte aus Gesichtungsverlust mitinterpretiert werden.
	Neues, ungewohntes neutraler Ort Umfeld			Der virtuelle Raum Internet motiviert eher dazu neue Informationen aufzunehmen.
FF 5. eigene Meinung ändern		Teilnehmer läßt sich überzeugen	Ein Teilnehmer gibt den anderen Recht, war aber vorher anderer Meinung	Hier wirkt der zwanglose Zwang des besseren Arguments.
	offen gegenüber neuen Ansichten	vorgefaßte Meinung die unter allen Umständen verteidigt wird	Die Aussage eines Teilnehmers wird angegriffen, kritisiert oder sonstige negativen bewertet. Dieser findet mehr als ein Argument, um die eigene Meinung halten zu können, solange die Gegenmeinungen anhalten. Die Verteidigung kann auch mehrere Wochen dauern. Der Teilnehmer läßt sich im Analysezeitraum nicht überzeugen.	Deliberation verlangt, daß alle Teilnehmer zur besten Lösung für ein Problem finden. Das funktioniert allerdings nur, wenn alle bereit sind, auch neue Argumente gelten zu lassen und diese zunächst unvoreingenommen zu betrachten. Vielleicht muß im Lichte dieser Betrachtung die vorher vertretene Meinung revidiert werden.

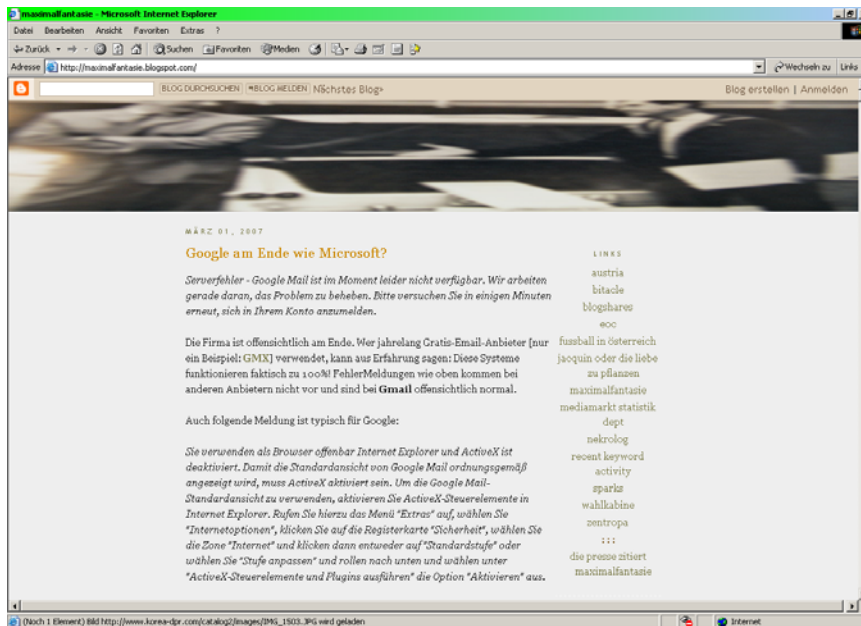
Bedingung	Kategorie	Indikatoren	Definition	Erklärung
		läßt keine Argumente gelten, die der eigenen Meinung widersprechen	Nicht mit der eigenen Meinung übereinstimmende Aussagen Anderer werden disqualifiziert, als inkompetent, irrational bezeichnet	Deliberation verlangt, daß alle Teilnehmer zur besten Lösung für ein Problem finden. Das funktioniert allerdings nur, wenn alle bereit sind, auch neu Argumente gelten zu lassen und diese zunächst unvoreingenommen zu betrachten. Vielleicht muß im Lichte dieser Betrachtung die vorher vertretene Meinung revidiert werden.
	von Parteilichkeiten unbeeinflusst - offenes Mandat	keine von außen diktierte Eingrenzung Unvoreingenommenheit	Wird deutlich, ob sich Politiker den Programm ihrer Partei verpflichtet fühlen oder vertreten sie auch andere Ansichten? Das zeigt sich etwa, wenn Zweifel der Teilnehmer übergangen oder eben beantwortet werden. Wie sieht es bei privaten Teilnehmern aus?	Durch von außen vorgeschriebene Einschränkungen, etwa ein Parteiprogramm oder Lobbying werden nicht mehr alle Optionen zur Problemlösung berücksichtigt. Dadurch wird eventuell eine einseitige Lösung beschlossen.
	Versuchen die Blogger die von ihnen vertretene Partei zu bewerben? Wofür steht der Autor?	Wollt Leser dazu bewegen, eine Partei (nicht) zu wählen, Partei zu bewerben? Werte	Der Blogger fordert seine Leser direkt auf, eine Partei zu wählen. Der Blogger warnt vor Parteien, die er nicht wählen wird, sodaß seine Präferenz indirekt erkennbar oder in „links“, „rechts“ oder „Mitte“ einordenbar ist. Die politische Präferenz des Autors wird durch seine Aussagen erkennbar, er verrät etwas über sich selbst und macht damit indirekt Werbung für die von ihm vertretene Partei. Hier werden alle Parteinamen, -kürzel und Farbcodes gewertet, sowie die Spitzenkandidaten und „links“, „rechts“ und „mitte“.	Bargaining und Verhandlungen parallel zum eigentlichen Thema sind nicht deliberativ.

Bedingung	Kategorie	Indikatoren	Definition	Erklärung	
FF 6. vernünftig rational argumentieren	für Dialoge	sachlich kommentieren, Belege für Behauptungen angeben	Das sind Aussagen ohne Emotionen, Provokation und Polemik, keine persönlichen Angriffe, Einträge ohne Bewertung in Auseinandersetzung von nicht aufeinander bezogenen Kommentaren, die sich nur auf den Bloggereintrag beziehen	Das Ziel von Deliberation ist es, legitimierte Entscheidungen zu treffen. Das gilt auch für Argumente. Die anderen Teilnehmer werden nur legitime, begründete Forderungen akzeptieren.	
		sachliche Diskussion im Sinne der Deliberation	Antworten die Teilnehmer einander und führen so eine Diskussion? Der Stil der einzelnen Posts muß ebenfalls die Kriterien erfüllen: keine Emotionen, Provokation und Polemik, keine persönlichen Angriffe, keine Bewertungen	Deliberation bedeutet Diskussion. Isolierte Posts, die sich nicht aufeinander beziehen, sind noch nicht deliberativ.	
		emotional	Die Teilnehmer regen sich auf, freuen sich, zeigen Affekte oder schreiben in GROSSEBUCHSTABEN.		
Kommunikationskultur					
	mangelnder Zusammenhang zum Beitrag	Emotikons :-)	Der Kommentar paßt inhaltlich nicht zum Eintrag oder den vorangegangenen Kommentaren. Wie oft kommt das in den Blogs im Analysezeitraum vor?	Sind die Teilnehmer bei der Sache?	
			eigene Befindlichkeiten	Wie oft klagt ein Teilnehmer über Krankheiten oder erzählt von seinem Tagesablauf?	

Bedingung	Kategorie	Indikatoren	Definition	Erklärung
FF 7. Geltungsansprüche		Zweifel an Verständlichkeit	Wird von einem Teilnehmer zum Ausdruck gebracht: wie meint er das? Die Ausdrucksweise eines Teilnehmers, oder auch eines Menschen (z.B. Politiker in den Medien), über den geschrieben wird, ist unverständlich bzw. fachspezifisch.	Wenn Verständigung und kommunikative Handlungskoordination überhaupt möglich sein sollen, müssen die Teilnehmer in der Lage sein, zu kritisierbaren Geltungsansprüchen begründet Stellung zu nehmen.
		Zweifel an Wahrheit	Die präsentierte Sachlage (Zahlen, Daten, Fakten, Quellenangaben) wird von einem Teilnehmer angezweifelt.	
		Zweifel an Wahrhaftigkeit	Die Glaubwürdigkeit und Vertrauenswürdigkeit eines Teilnehmers oder eines Menschen, über den geschrieben wird, werden in Frage gestellt, der Person xy wird Täuschung unterstellt.	
		Zweifel an Richtigkeit	Wird von einem Teilnehmer zum Ausdruck gebracht: ist dieses Handeln angemessen, legitim, gerechtfertigt?	
		Zweifel an Inhalt/Kompetenz	Wird von einem Teilnehmer zum Ausdruck gebracht: hat Person xy die Fähigkeit diese Aufgabe zu lösen? Das Projekt kann nicht realisierbar sein!	Wenn Verständigung und kommunikative Handlungskoordination überhaupt möglich sein sollen, müssen die Teilnehmer in der Lage sein, zu kritisierbaren Geltungsansprüchen begründet Stellung zu nehmen.
FF 8. gegenseitig respektieren	Respekt	Autor geht auf Kommentare ein Glückwünsche nach der Wahl political correctness, Gender	Wie oft antwortet der Blogger seinen Kommentatoren? Die Teilnehmer gratulieren einander zu Erfolgen. Der Eintrag ist gewollt und betont neutral in Bezug auf Geschlecht (-Innen) und Rasse, Religion. Es wird keine Bevölkerungsgruppe gegenüber einer anderen abgewertet.	Ohne Respekt und Höflichkeit gibt es keine sachliche Diskussion.

Bedingung	Kategorie	Indikatoren	Definition	Erklärung
FF9. Welche Bedeutung haben Weblogs für die Teilnehmer?	Rubrik "Warum blogge ich"	gegenseitiger Respekt der Teilnehmer Achten sie sich gegenseitig? Beachten sie die Nettiquette? tolerant? Zeigen sie Anerkennung und Wertschätzung des Anderen und seiner Argumente, Organisationen, die Ansichten? Gewertet werden explizite Nennungen zur Diskussion stehen	Sind die Teilnehmer rücksichtsvoll? Achten sie sich gegenseitig? Sind sie tolerant? Beachten sie die Nettiquette? Zeigen sie Anerkennung und Wertschätzung des Anderen und seiner Ansichten? Gewertet werden explizite Nennungen	
		Beleidigungen und Hohn zwischen Autor und Kommentatoren Beschimpfen sich Blogger und Kommentatoren? Die Kommentatoren schreiben verächtlich über den Blogger, veröffentlichen Demütigungen, oder zeigen Schadenfreude über Mißerfolge.		
			Die eigenen Aussagen des Bloggers über seine Absichten und Ziele, warum er ein Blog führt, fallen in diese Kategorie. Wie oft werden diese thematisiert?	Was beabsichtigt der Blogger mit seinem Blog? Strebt er Diskussion an?
		Ziel des Weblogs definieren	Was beabsichtigt der Blogger mit seinem Blog? Gewertet werden Aussagen des Bloggers während der Diskussion und nicht aus der eigenen Rubrik.	
	Sehen sie selbst eine Plattform für rationalen Diskurs oder für Selbstdarstellung des Bloggers?	Wer/Was steht im Mittelpunkt? Wer/Was wird in einem Blog am häufigsten genannt?	Der Autor/Blogger	
			Der Spitzenkandidat Eine Partei	

Bedingung	Kategorie	Indikatoren	Definition	Erklärung
			Wahlkampfthemen	
			Der Gegner, wenn eine Präferenz deutlich wird	
	Blogger	m/f		
		persönliches über den Autor	Familie, Hobbys	
		Gibt er sich als Wahlkampfthema, Politiker, Wähler einer bestimmten Partei zu erkennen?	Bei privaten Bloggern ist die politische Präferenz an eigenen expliziten Aussagen erkennbar. Im Falle von Politikern ist dessen politische Ausrichtung und Funktion aus den Medien bekannt.	
		selbst der Spitzenkandidat	Ist der Blogger Spitzenkandidat bei der Nationalratswahl 2006?	



<http://maximalfantasie.blogspot.com/>
Abbildung 53. Maximalfantasie



<http://chorherr.twoday.net>
Abbildung 54. Christoph Chorherr

Das Blog von Maximalfantasie wird von seinen Einträgen dominiert. Auf der rechten Seite gibt es eine klare Linkliste, die sich durch die zentrierte Formatierung sowie farbliche Gestaltung von den Eintragungen abhebt.

Chorherrs Blog hat auf beiden Seiten mehrere Linklisten.

7.3 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1. Typen von Aussagen und Prinzipien der jeweils anzuwendenden Geltungsansprüche (Renn/Oppermann, 1998, S353).....	22
Abbildung 2. Weblogs im Spannungsfeld von Individual- und Massenkommunikation (Zerfaß/Boelter, 2005, S 93)	32
Abbildung 3. Einsatzmöglichkeiten von Weblogs in Wirtschaft und Politik, Zerfaß, 2005, (Zerfaß/Boelter, 2005, S 127)	33
Abbildung 4. Schematische Darstellung eines Audio-Podcasts, der die Episoden im MP3-Format bereitstellt.....	40
Abbildung 5. Codebogen.....	51
Abbildung 6. Männer/Frauen Anteil	52
Abbildung 7. Männer/Frauen Anteil nach Bloggergruppen.....	53
Abbildung 8. Tabelle Männer/Frauen Häufigkeiten nach Bloggergruppen.....	53
Abbildung 9. Häufigkeit der Blogeinträge in Politikerblogs	54
Abbildung 10. Häufigkeit der Blogeinträge in Bürgerblogs	55
Abbildung 11. Vergleich Bloggereinträge und Kommentare in Politikerblogs.....	55
Abbildung 12. Vergleich Bloggereinträge und Kommentare in Bürgerblogs	56
Abbildung 13. Kommentarfunktion in %.....	57
Abbildung 14. Login erforderlich	58
Abbildung 15. Menüführung gesamt	58
Abbildung 16. Menüführung nach Bloggergruppen	59
Abbildung 17. Wer definiert die Themen in %?	62
Abbildung 18. Wer bestimmt was relevant ist?	62
Abbildung 19. Zusatzinformation	63
Abbildung 20. Tabelle Mittelwerte: Zusatzinformation	63
Abbildung 21. Beigaben außer den Einträgen	64
Abbildung 22. Photographien von Wahlplakaten, http://blog.politburo.com	64
Abbildung 23. Tabelle Mittelwerte: Beigaben außer den Einträgen.....	65
Abbildung 24. Aufbau der Blogs nach Bloggergruppen.....	66
Abbildung 25. Tabelle Aufbau der Blogs nach Bloggergruppen in Prozent	66
Abbildung 26. Gemeinsame Lebenswelt	68
Abbildung 27. Gemeinsame Lebenswelt nach Bloggergruppen.....	70
Abbildung 28. Tabelle Gemeinsame Lebenswelt nach Bloggergruppen in %	70

Abbildung 29. Parteizugehörigkeit der Blogger.....	71
Abbildung 30. Parteienbekenntnisse in den Kommentaren	71
Abbildung 31. Politische Übereinstimmung Blogger - Kommentatoren.....	72
Abbildung 32. gelöschter Kommentar, http://viktoremmer.blogspot.com	75
Abbildung 33. gelöschter Kommentar, http://vote06.blogspot.com	76
Abbildung 34. Überschaubare Verhandlungsarena.....	76
Abbildung 35. Tabelle Überschaubare Verhandlungsarena in %	77
Abbildung 36. Bereitschaft zur Meinungsänderung	78
Abbildung 37. Wahlwerbung	81
Abbildung 38. Wofür stehen die Blogger?.....	84
Abbildung 39. Tabelle Mittelwerte: Wofür stehen die Blogger?.....	85
Abbildung 40. Ablauf der Diskussion.....	85
Abbildung 41. Tabelle Mittelwerte: Ablauf der Diskussion	87
Abbildung 42. Zweifel an Geltungsansprüchen.....	88
Abbildung 43. Tabelle Zweifel an Geltungsansprüchen gesamt.....	88
Abbildung 44. Zweifel an Geltungsansprüchen in Politikerblogs	89
Abbildung 45. Tabelle Zweifel an Geltungsansprüchen in Politikerblogs	89
Abbildung 46. Zweifel an Geltungsansprüchen in Bürgerblogs	89
Abbildung 47. Tabelle Zweifel an Geltungsansprüchen in Bürgerblogs	89
Abbildung 48. Wie oft gehen die Blogger auf Kommentare ein?.....	90
Abbildung 49. Gegenseitiger Respekt.....	90
Abbildung 50. Tabelle Mittelwert: Gegenseitiger Respekt.....	92
Abbildung 51. Thematischer Schwerpunkt.....	96
Abbildung 52. Tabelle Mittelwert: Thematischer Schwerpunkt.....	97
Abbildung 53. Maximalfantasie	148
Abbildung 54. Christoph Chorherr.....	148

Dissertationsabstract
Mai 2012

Mag. Victoria Schmid
0001748
A 092 301

Weblogs als Instrumente deliberativer Kommunikationskultur

In dieser Arbeit wird die Funktionsweise von Weblogs bei politischen Diskussionen im Zuge der Nationalratswahlen 2006 analysiert. Gegenstand der Studie sind aktuelle Weblogs, die bis zum 11. März 2008 im Sammelblog www.wahlblogs.at gelistet waren. Diese Weblogs bieten neben Information zu einem bestimmten Thema und Unterhaltung auch eine Plattform für politische Diskussionen und die Möglichkeit, Einblicke in das Leben und die politischen Ansichten der Autoren zu nehmen und diese zu kommentieren. Alle im Sammelblog vertretenen Blogs beschäftigen sich mit Österreichischer Politik, andere Themen werden nur am Rande behandelt.

Dem Forschungsinteresse liegen deliberative Demokratietheorien zugrunde, allen voran die Theorien von Jürgen Habermas, Seyla Benhabib, James, S. Fishkin, Jon Elster. Deliberation ist, stark vereinfacht, die Diskussion gleichberechtigter Teilnehmer mit dem Ziel durch sachliche Argumentation zur besten Lösung für ein Problem zu kommen. Damit zählt Deliberation zu den partizipatorischen Demokratietheorien. In der vorliegenden Arbeit werden die zahlreichen Bedingungen für das Zustandekommen von Deliberation, unterschiedliche Ansätze und abweichende Definitionen, aber auch kritische Stimmen behandelt.

Da Weblogs aufgrund ihres technischen Aufbaus diesen Bedingungen entsprechen, untersucht die Studie, ob und wie dieses Potential von den *usern* genützt wird. Mittels Inhaltsanalyse beantwortet die Studie unter anderem diese Fragen: Findet Deliberation im Weblog statt? Sind Politiker oder private Blogger deliberativer? Was kann der Autor durch sein Weblog kommunizieren und was nicht? Wie trägt ein Weblog zur Entstehung von *online* Deliberation bei? Welche Kriterien kann der Blogger beeinflussen? Wo liegen die Grenzen? Welche Diskussionskultur herrscht in den Blogs? In welchem Ausmaß äußern Blogger und ihre Kommentatoren Zweifel an den Geltungsansprüchen, die Habermas definiert hat? Gibt es Unterschiede zwischen den Autoren und ihren jeweiligen Kommentatoren?

Abstract
May 2012

Mag. Victoria Schmid
0001748
A 092 301

Weblogs as Instruments of deliberative Culture of Communication

This study analyses the functionality of weblogs in political discussions, in particular those focused on the election of Austrian National Council in 2006. All weblogs that were listed at the collection blog www.wahlblogs.at until March, 11th 2008 have been included. Besides providing information about various topics and entertainment, these weblogs offer a platform for political discussion, as well as a glimpse into the blogger's life and political opinions. If the blogger allows it, his readers can also comment on his entries. All blogs that are part of this collection blog deal with Austrian politics, whereas other topics were hardly ever mentioned.

This study is based on the deliberative democratic theories of Jürgen Habermas, Seyla Benhabib, James S. Fishkin and Jon Elster. To put it simply, deliberation is ideally an objective, argumentative discussion among equal participants that aims to achieve the best possible solution to a given problem. Therefore, the theory of deliberation belongs to the participatory democratic theories. This paper discusses the numerous conditions necessary for developing deliberation and includes different approaches and diverging definitions as well as criticism.

Because of their technical structure, weblogs correspond to these conditions; consequently, it is interesting to determine whether this potential is exploited by bloggers and readers. Applying content analysis the following questions were answered: Which group is acting more deliberative: politicians or private bloggers? Which intentions can the blogger transport through his blog and which not? Is a blog likely to initiate deliberation? If yes, how does this process work? What does the blogger have to do in order to get deliberation going? Do weblogs have any limits? Which sort of discussion culture is dominant in these blogs? To what extent do the participants utter doubts about Habermas' claims of validity (=Geltungsansprüche)? Are there any differences between the blogger himself and his commentators?

Curriculum Vitae

Name	Victoria SCHMID
Wohnort	Wien
Geburtsdatum und Ort	1982, Wien
Staatsbürgerschaft	Österreich
Schulbildung	
1988 – 1992	Volksschule Klenaugasse, 1220 Wien
1992 – 2000	Gymnasium Kl. Sperlgasse 2c, 1020 Wien
Studium	
2000 – Jän. 2004	Anglistik und Amerikanistik
2000 – Juni 2004	Publizistik und Kommunikationswissenschaft
Diplomarbeit:	Wie konnte das Imperium so mächtig werden? Science Fiction und Fantasy – als Mythen unserer Zeit politisch instrumentalisiert?
2004 – Mai 2012	Doktorat Publizistik und Kommunikationswissenschaft
Dissertation:	Weblogs als Instrumente deliberativer Kommunikationskultur
Besondere Kenntnisse/ Erfahrungen	Englisch, Französisch, Italienisch, Latein EDV Kenntnisse Wissenschaftliche Mitarbeit an der Evaluationsstudie <i>Antarctica 2005/2006 – Der Weg zum Erfolg</i> Wissenschaftliche Mitarbeit an einer Wertestudie in Jugendserien, Publikation in Arbeit
Berufserfahrung	
Seit Februar 2006	MIDAS Mikro-Datensysteme Handelsgesellschaft m.b.H. Werbung und Marketing, PR, Eventorganisation

Wien, Mai 2012